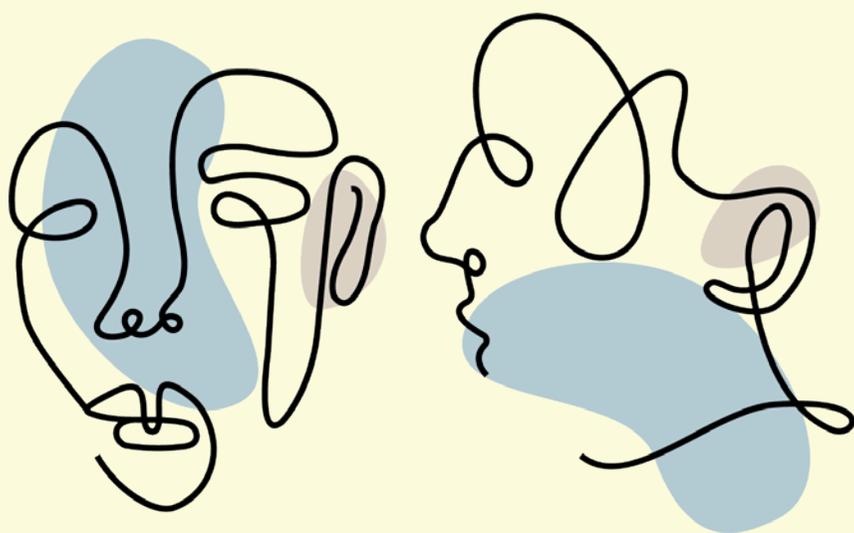


Verdad en extinción:

**MIRADAS INTERDISCIPLINARIAS A LA
DESINFORMACIÓN EN COSTA RICA**



Editado por:

Ignacio Siles González

Larissa Tristán Jiménez

Carolina Carazo Barrantes

302.230.972.86

S582v Siles González, Ignacio.

Verdad en extinción : miradas interdisciplinarias a la desinformación en Costa Rica / editado por Ignacio Siles González, Larissa Tristán Jiménez, Carolina Carazo Barrantes ; Ignacio Siles González [y otros quince]. – Primera edición. – Montes de Oca, San José, Costa Rica: Centro de Investigación en Comunicación, 2021.

I recurso en línea (vii, 370 páginas) : ilustraciones en blanco y negro, gráficos en blanco y negro, archivo de texto, PDF, 6.22 MB.

ISBN 978-9968-919-89-0

1. DESINFORMACIÓN – ASPECTOS SOCIALES– COSTA RICA.
2. NOTICIAS FALSAS – COSTA RICA. 3. PERIODISMO - ASPECTOS SOCIALES – COSTA RICA. I. Siles González, Ignacio, editor. II. Tristán Jiménez, Larissa, editora. III Carazo Barrantes, Carolina, editora. IV. Título.

CIP/3800

CC.SIBDI.UCR

Comisión editorial:

Dr. Arturo Arriagada Ilabaca, Universidad Adolfo Ibáñez (Chile)

Dra. Andréia Athaydes, Universidade Luterana do Brasil (Brasil)

Dra. Flavia Delmas, Universidad Nacional de la Plata (Argentina)

Dr. Alejandro García Macías, Universidad Autónoma de Aguascalientes (México)

Dr. Edgar Gómez Cruz, University of New South Wales Sidney (Australia)

Dra. Claudia Labarca Encina, Pontificia Universidad Católica de Chile (Chile)

Dra. Silvia Olmedo Salar, Universidad de Málaga (España)

Dra. Consuelo Vásquez, Université du Québec à Montréal (Canadá)

Dra. Aimée Vega Montiel, Universidad Nacional Autónoma de México (México)

Coordinación editorial: Centro de Investigación en Comunicación (CICOM)

Revisión filológica: La Voz Activa

Diagramación: Esteban Guevara Walker

Diseño de portada: Daniele Lampis

Primera edición 2021

Centro de Investigación en Comunicación (CICOM)

Montes de Oca, San José, Costa Rica

2511-6414 / www.cicom.ucr.ac.cr

Impreso en colaboración con la Fundación Friedrich Ebert América Central.



La distribución de esta publicación está protegida bajo la licencia Creative Commons BY-NC-ND 4.0 Internacional (Atribución-No Comercial-Sin Derivadas)

Agradecimientos

Como su título lo indica, este libro es el resultado del trabajo interdisciplinario de distintas personas a quienes agradecemos por haber accedido a participar en el diálogo, el análisis y el intercambio que posibilitó este texto.

Asimismo, queremos agradecer a las unidades académicas e instituciones cuyo apoyo fue indispensable para el desarrollo del proyecto y del libro resultante. En ese sentido, agradecemos a las personas involucradas en la convocatoria 2019 de los fondos concursables FEES-CONARE por la confianza depositada en nosotras y nosotros al otorgarnos los recursos necesarios para la realización del proyecto “#FakeNews: una indagación interdisciplinaria a la circulación de noticias falsas en Costa Rica”.

Agradecemos también al Consejo Científico y al Consejo Editorial del Centro de Investigación en Comunicación (CICOM) por la aprobación de esta propuesta, a su directora Yanet Martínez Toledo por impulsar y apoyar su publicación, y a Carlos Sandoval García por todas sus observaciones. Gracias a María Granados Alvarado, Cindy Valverde Mora por su ayuda con las gestiones requeridas para hacer realidad este libro y a Melissa Solano Morales por su siempre atinada guía en los procesos de divulgación. Daniele Lampis y Esteban Guevara Walker fueron indispensables en el diseño, producción y diagramación del libro.

Especialmente queremos agradecer a las personas estudiantes que apoyaron esta publicación en calidad de asistentes: Wendy Chavaría Ortíz, Ariana Meléndez Moran y María Fernanda Salas Jiménez. Gracias por su compromiso, trabajo y sobre todo por ofrecer una mirada fresca e ingeniosa sobre el fenómeno en cuestión.

Índice

Prefacio

*Larissa Tristán Jiménez, Carolina Carazo-Barrantes,
Ignacio Siles González* i

PARTE 1: COMUNICACIÓN Y PERIODISMO 1

Capítulo 1: Noticias falsas y desinformación en Costa Rica: hacia una agenda de investigación

*Carolina Carazo-Barrantes, Larissa Tristán Jiménez,
Ignacio Siles González* 3

Capítulo 2: “Si es falso, no es noticia”.

Lo que opinan periodistas sobre las noticias falsas

Carolina Carazo-Barrantes, Mariana Cajina Rojas 45

Capítulo 3: Fact-checking versus Fake News: la guerra de las agendas

Roberto Vargas Fallas 69

PARTE 2: DIFUSIÓN, CIRCULACIÓN Y RECEPCIÓN 105

Capítulo 4: Detección automatizada de noticias falsas en el contexto costarricense: avances y desafíos

*Adriana Céspedes, Brayan Rodríguez, Felipe Castillo,
Andrés Segura-Castillo* 107

Capítulo 5: Predictores psicosociales de la exposición y difusión de noticias falsas en Costa Rica

*Carlos Brenes Peralta, Rolando Pérez Sánchez,
Ignacio Siles González* 131

Capítulo 6: Audiencias, periodismo y desinformación: dinámicas de consumo noticioso en Costa Rica <i>Larissa Tristán Jiménez, Carolina Carazo-Barrantes</i>	163
PARTE 3: DISCURSO, SENTIDO Y PODER	195
Capítulo 7: Desinformación y multimodalidad: un acercamiento a la composición multimodal de textos desinformativos <i>Adrián Vergara Heidke</i>	197
Capítulo 8: Culpables, conjuros, remedios y amenazas: análisis discursivo de las teorías de la conspiración y la desinformación sobre la COVID-19 en Costa Rica <i>Larissa Tristán Jiménez, Ivannia Sibaja Villalobos</i>	227
Capítulo 9: Los discursos de fraude electoral en Costa Rica: hipótesis para su comprensión <i>Gustavo Román Jacobo</i>	271
Capítulo 10: Troleando en la plaza: antagonismo, prensa y discurso público <i>Jorge Zeledón Pérez</i>	303
Epílogo <i>Sebastián Valenzuela</i>	339
Índice de figuras	347
Índice de cuadros	349
Información sobre las autoras y los autores	351

Prefacio

Larissa Tristán Jiménez / Carolina Carazo-Barrantes/ Ignacio Siles González

Es probable que usted no haya escuchado el término *fake news* antes del año 2016. También es altamente presumible que, de un tiempo para acá, no pasen muchos días sin que usted no escuche hablar sobre la desinformación, la posverdad o las teorías de la conspiración. Estos términos, popularizados por Donald Trump tras su victoria en las elecciones presidenciales de 2016 en Estados Unidos, nos permiten describir una serie de fenómenos comunicativos que desafían nuestro entendimiento colectivo de la verdad (Boullier et al., 2021; Tandoc et al., 2018; Tumber y Waisbord, 2021; Waisbord, 2018).

¿Por qué estos términos - semánticamente inviables y contradictorios - son ahora parte de nuestra cotidianidad? ¿De qué hablamos cuándo hablamos de desinformación? ¿Qué implicaciones tiene este fenómeno en el contexto específico de Costa Rica? ¿Cómo ha sido investigado? ¿A qué conclusiones se llega tras evaluar sus particularidades en el país? Para dar respuestas a estas y otras preguntas, este libro presenta los resultados de un proyecto de investigación interdisciplinario sobre el fenómeno de la desinformación en Costa Rica¹.

Compartimos la idea de que el estudio de la desinformación permite leer procesos y prácticas sociales más amplias y que su análisis nos invita a pensar no solo en sus consecuencias a nivel social, sino también a reflexionar sobre cuáles aspectos del estado actual de nuestra democracia favorecen la producción, circulación y consumo de la desinformación (Gilroy-Ware, 2020).

¹ Proyecto C0336 #FAKENEWS: Una indagación interdisciplinaria a la circulación de noticias falsas en Costa Rica, financiado con fondos del FEES CONARE, convocatoria 2019.

Prefacio

Los hallazgos aquí presentados evidencian cómo se expresa la desinformación en Costa Rica. Este fenómeno también sugiere que la modalidad de verdad que nos unió desde la segunda mitad del siglo XX hasta inicios del XXI ya no se sostiene, pues no convoca ni refleja los cambios que ha experimentado la sociedad costarricense en su conjunto.

En ese sentido, los resultados indican que el proyecto de creación de una narrativa común está en crisis y que la verdad colectiva que antes nos daba cohesión como sociedad ahora está en *vías de extinción*. En este contexto, la desinformación circula y tiene asidero como consecuencia de una serie de factores coyunturales, como el auge en el populismo, la corrupción o desconfianza en los medios de comunicación y en las instituciones, y de condiciones estructurales de muy larga data como la desigualdad y la exclusión social evidenciada en la existencia de “dos Costa Ricas”: la meseteña-urbana y la rural-costera (Alfaro-Redondo & Alpízar Rodríguez, 2020; Pignataro & Treminio, 2019; Rojas Bolaños & Treminio Sánchez, 2019; Siles, Guevara, et al., 2021; Siles, Tristán-Jiménez y Carazo-Barrantes, 2021).

En otras palabras, la erosión sostenida que ha experimentado el modelo del Estado Benefactor ha causado una serie de fisuras por las que se cuela el discurso de la desinformación en Costa Rica. Con este libro aspiramos a evidenciar la sedimentación de la desinformación en las bases de nuestro proyecto país y de esta forma contribuir con la construcción de nuevas formas de verdad colectiva que logren ser conciliadoras y plurales. Al desarrollar los resultados de un conjunto de estudios distintos pero complementarios, los capítulos que componen este libro proveen la evidencia empírica de este proyecto.

Estructura del libro

Este libro está escrito en diferentes voces; representa, así, un trabajo colectivo e interdisciplinario que aporta distintas miradas y métodos de análisis al estudio de la desinformación, dándole una riqueza y profundidad que, hasta ahora, no se le había dedicado a esta problemática en Costa Rica. Más que un libro editado (en el sentido en que sus capítulos no guardan mayor relación entre sí), este volumen es el producto de un trabajo colectivo cuyas distintas partes

contribuyen a profundizar de manera complementaria en las particularidades de la desinformación en el país.

Los aportes de las y los autores --de diferentes formas y desde distintas disciplinas y métodos que se complementan entre sí en varios capítulos del libro-- permiten discutir el complejo fenómeno de la desinformación a partir de datos empíricos propios de nuestro país.

El libro está organizado en tres partes. La primera está enfocada en el tema de la comunicación, especialmente el periodismo; la segunda parte aborda la problemática de la desinformación desde la difusión, circulación y recepción; y la tercera parte se enfoca en el análisis del fenómeno desde las perspectivas de discurso, sentido y poder.

La primera parte del libro, sobre Comunicación y Periodismo, empieza con un capítulo sobre el estado del arte del fenómeno de la desinformación y las noticias falsas que cumple con cuatro acciones: lo conceptualiza, identifica los principales abordajes analíticos que han surgido para su estudio, describe cómo se ha manifestado el fenómeno en Costa Rica y, finalmente, propone una agenda de investigación sobre este tema en el ámbito nacional. El capítulo sirve para sentar las bases conceptuales del resto del libro y contribuye a la sistematización de las discusiones sobre desinformación y noticias falsas.

El capítulo 2 parte de la premisa de que los periodistas, como gremio, son actores con un importante papel en la problemática de la desinformación y que, no obstante, su papel en esta trama ha sido poco explorado. El capítulo hace un repaso de las percepciones que tienen los profesionales del periodismo sobre el tema: cómo lo entienden, cómo lo tratan, cuáles son algunos de los retos que representa. Los resultados sugieren que, para los periodistas participantes, la problemática ha tenido un impacto directo e importante en las prácticas profesionales en las salas de redacción en las que laboran.

El capítulo 3 hace un análisis de las unidades de verificación de datos (o *fact-checking*) en el país: qué significa defender la verdad y el periodismo en un contexto como el actual y cómo eso se materializa en unidades de verificación de datos costarricenses. Se estudian las agendas de dos iniciativas nacionales: *No Coma Cuento* de *La Nación* y *Doble Check* de la Universidad de Costa Rica durante periodos de inestabilidad de la vida social, política y

Prefacio

económica del país. La investigación documenta los esfuerzos de estas iniciativas por contrarrestar la circulación de desinformaciones en lo que se convierte en “una abierta disputa” de agendas, una disputa entre un discurso de la verdad y los discursos de la desinformación.

La segunda parte del libro, sobre difusión, circulación y recepción, abre con el capítulo 4 que explora la detección automatizada de noticias falsas haciendo, primero, un recuento de cómo ha avanzado el campo del análisis automatizado basado en algoritmos y presentando, después, una experiencia costarricense en el desarrollo de este tipo de algoritmos. La propuesta adopta una estrategia híbrida para la detección de noticias falsas que incluye la utilización de algoritmos para la alerta de casos potenciales y la posibilidad de participación de la ciudadanía y de personas expertas. El capítulo también discute los desafíos para este tipo de iniciativas en nuestro contexto y los retos que deberán afrontarse en el futuro para atender la amenaza de la desinformación de una manera más efectiva.

El capítulo 5 trata de identificar predictores psicosociales y sociodemográficos de la exposición, auto-percepción de la capacidad de reconocimiento y difusión de noticias falsas entre adultos costarricenses. Una encuesta con una muestra representativa encontró asociaciones positivas relacionadas con variables como autoritarismo y motivaciones defensivas, así como interesantes tendencias relacionadas con género, edad y nivel educativo. Es decir, en este primer estudio exploratorio, pareciera que, al igual que se ha documentado en otros países (notablemente en Estados Unidos) sí es posible identificar predictores psicosociales y sociodemográficos relacionados con las noticias falsas en Costa Rica.

El capítulo 6 es un trabajo hecho con grupos focales realizados con personas de distintas edades y procedencias geográficas que explora con mayor profundidad las dinámicas de recepción e interacción que las audiencias establecen con las noticias falsas que se difunden en Costa Rica. Los resultados apuntan hacia lo señalado por algunos autores para quienes la crisis de los medios tradicionales no se debe a una abundancia de noticias falsas sino a una falta de credibilidad y de confianza hacia las noticias reales que difunden los medios de comunicación tradicionales. Además, el estudio identificó que las personas

suelen pensar que son los otros los responsables de difundir los contenidos desinformativos, percepción que evoca al llamado Efecto de la Tercera Persona, que se explora en el texto.

En la tercera parte del libro, que agrupa reflexiones en torno a discurso, sentido y poder, el capítulo 7 parte del reconocimiento de la importancia que tienen las imágenes en la atracción de la mirada de las personas y, por tanto, en los contenidos desinformativos. El capítulo propone un estudio multimodal de la desinformación, explorando cómo las noticias falsas se pueden analizar desde las perspectivas y los referentes de la lingüística analizando la presencia de imágenes en textos desinformativos que circulan en el país. Los resultados evidencian un uso estratégico de las fotografías en los textos desinformativos que buscan generar efectos de veracidad y credibilidad en las instancias de recepción/interpretación,

En el capítulo 8 se analiza discursivamente la desinformación y las teorías de la conspiración que han circulado en Costa Rica durante la pandemia por COVID-19 con el fin de identificar qué significados se utilizan para construir este tipo de narrativas en el país. El estudio trata de entender qué significado tienen este tipo de teorías para las personas que creen en ellas, para lo cual las estudia de forma situada e histórica y en relación con el contexto que las produce. Se trata de un interesante texto que explora cómo se construyen narrativas que entran en disputa por el control del sentido y la construcción de la verdad sobre la pandemia en Costa Rica.

El capítulo 9 hace un análisis de los discursos de fraude electoral (cuando no ha habido fraude) que han circulado en diferentes periodos históricos en Costa Rica. En el capítulo no solamente se consideran los discursos de fraude electoral sino que se contrastan con la realidad a la que aluden. Adicionalmente, en el texto se discuten hipótesis sobre las posibles características y propósitos de este discurso de fraude electoral cuando se emplea contra elecciones limpias y, por supuesto, las consecuencias negativas para el sistema democrático que tienen este tipo de amenazas.

El capítulo 10 explora la relación de los llamados “trolls” con la prensa costarricense y su incidencia en la configuración del discurso público. Teoriza la figura del troll desde la noción de antagonismo para representar, por una

Prefacio

parte, la amplitud de su ámbito de acción en espacios mediados y, por otra, un desplazamiento desde identidades grupales o comunitarias hacia identidades políticas e ideológicas. El capítulo está basado en las perspectivas que periodistas y editores de medios de prensa costarricenses tienen sobre los trolls. El capítulo concluye con una reflexión sobre el papel normativo del trol, de su relación con la desinformación y con las plataformas de redes sociales, así como de su relación con la vida democrática.

Referencias bibliográficas

Alfaro-Redondo, Ronald, y Felipe Alpízar Rodríguez, (Eds.) (2020). *Elecciones 2018 en Costa Rica: retrato de una democracia amenazada*. San José: Programa Estado de la Nación.

Boullier, Henri, Baptiste Kotras y Ignacio Siles. (2021). Uncertain knowledge: Studying “truth” and “conspiracies” in the digital age. *RESET. Recherches En Sciences Sociales Sur Internet*, 10, 1–22.

Gilroy-Ware, Marcus. (2020). *After the Fact? The Truth About Fake News*. London: Repeater Books.

Pignataro, Adrián, y Ilka Treminio. (2019). Reto económico, valores y religión en las elecciones nacionales de Costa Rica 2018. *Revista de Ciencia Política (Santiago)*, 39(2), 239–263.

Rojas Bolaños, Manuel, y Ilka Treminio Sánchez. (Eds.). (2019). *Tiempos de travesía: Análisis de las elecciones de 2018 en Costa Rica*. FLACSO.

Siles, Ignacio, Erica Guevara, Larissa Tristán-Jiménez y Carolina Carazo. (2021). Populism, religion, and social media in Central America. *The International Journal of Press/Politics*, 1–22.

Siles, Ignacio, Larissa Tristán-Jiménez y Carolina Carazo. (2021). Populism, media and misinformation in Latin America. En H. Tumber & S. Waisbord

(Eds.), *The Routledge companion to media misinformation and populism* (pp. 356–365). Routledge.

Tandoc Jr, Edson C., Lim Zheng Wei y Ling Richard. (2018). Defining “fake news” A typology of scholarly definitions. *Digital Journalism*, 6(2): 137-153.

Tumber, Howard, y Silvio Waisbord. (2021). *The Routledge companion to media disinformation and populism*. Routledge.

Waisbord, Silvio. (2018). Truth is what happens to news: On journalism, fake news, and post-truth. *Journalism Studies*, 19(13), 1866–1878.

PARTE 1

Comunicación y Periodismo

1 Noticias falsas en Costa Rica: hacia una agenda de investigación

Carolina Carazo-Barrantes / Larissa Tristán Jiménez / Ignacio Siles González

Introducción

Las noticias falsas, los rumores, las teorías de conspiración y otros procesos desinformativos constituyen fenómenos complejos con implicaciones sociales, políticas, cognitivas e incluso relacionales¹. Su aparición no es nueva, pero las posibilidades de producción, difusión e intercambio que ofrecen las redes sociales han incrementado su circulación a nivel social. Es altamente probable que en algún momento la mayoría de las personas haya recibido e incluso compartido un contenido que no es veraz.

Esa ubicuidad es directamente proporcional a la dificultad para detectar, definir e incluso detener la propagación de las noticias falsas. Este capítulo contribuye al estudio de procesos desinformativos mediante cuatro acciones específicas:

1. Conceptualizar el fenómeno de las noticias falsas.
2. Identificar los principales abordajes analíticos que han surgido para su estudio.
3. Describir cómo se ha manifestado el fenómeno en Costa Rica
4. Proponer una agenda de investigación sobre este tema en el ámbito nacional.

Estas ideas se plantean en relación con el contexto actual, el cual se caracteriza por la transición entre una época en la que –presuntamente– se gozaba

¹Una versión preliminar de este capítulo fue publicada en el informe del Estado de la Nación en Desarrollo Humano Sostenible 2020.

Noticias falsas en Costa Rica

de un régimen de verdad hacia otra caracterizada por la “posverdad”, siendo las noticias falsas una expresión de ese cambio epistémico que está teniendo lugar en la actualidad (Corner, 2017). Esa transición no es inocua, al contrario, sus efectos son plausibles en los sistemas democráticos y en el sistema mediático. En el primer caso, la difusión de contenidos desinformativos contribuye con la erosión de la confianza en las instituciones, polariza las sociedades en torno a ciertos temas de relevancia y obstaculiza la “amistad cívica” (Valenzuela, 2017). En el segundo caso, el fenómeno de las noticias falsas puede perjudicar al periodismo –y a los medios en general– al restarles credibilidad y debilitar su rol social informativo, lo cual amenaza con incrementar aún más la crisis por la que atraviesa el sector.

Costa Rica no escapa a dichos fenómenos ni a sus consecuencias. Sin embargo, el estudio de las noticias falsas y de los procesos desinformativos es todavía incipiente en el país. Este capítulo contribuye a la generación de conocimiento sobre el tema mediante una revisión de literatura académica y una discusión de los hallazgos preliminares que existen al respecto en el país.

¿Qué entendemos por noticias falsas?

A modo de contexto

La ubicuidad de las noticias falsas puede hacernos creer que su producción y difusión son fenómenos exclusivos de esta época. Sin embargo, la creación de narrativas con mayor o menor grado de verosimilitud es un rasgo distintivo y constitutivo de las sociedades humanas ¿Qué separa la verdad de la ficción? ¿Quién traza la frontera entre el hecho y la fabricación? Estas preguntas, de tanta actualidad en las democracias liberales contemporáneas, podrían también aplicarse a las sociedades de hace más de 2000 años. Durante el dominio del Imperio Romano, por ejemplo, era costumbre la fabricación de rumores con el objetivo de entronizar o perjudicar a un emperador, tal fue el caso de Nerón, a quien durante siglos se le atribuyó el incendio de Roma, aunque la evidencia arqueológica reciente indica que el fuego fue fortuito y que él ni siquiera estaba en la ciudad cuando el siniestro sucedió (Marqués, 2019).

Verdad en extinción

A raíz de ese tipo de “imprecisiones históricas”, se argumenta que el fenómeno de las “noticias falsas” ya existía en distintos contextos políticos y sociales. Algunas fuentes citan la batalla de Actium, en el siglo 31 a. C., como el primer indicio histórico de la fabricación de una noticia falsa (Brumette, DiStaso, Vafeiadiadis y Messner, 2018); mientras que para otras el concepto cobra sentido a partir de la invención de la imprenta, hace más de 500 años, y termina de articularse por una relación de antinomias cuando surge, hace poco más de 100 años, la noción de la “noticia” como algo “objetivo” (Soll, 2016). De hecho, el término *fake news* ni siquiera se acuñó en este siglo. El primer registro que se tiene de su uso fue en 1898 cuando aparece en un artículo publicado por el Boston Magazine y firmado por J.B. Montgomery quien critica ciertas prácticas mediáticas engañosas por ser “periodismo falso” o “noticias falsas” (Mourau y Robertson, 2019). Por tanto, el fenómeno de las noticias falsas no es algo nuevo o exclusivo de nuestra época.

Ahora bien, si las noticias falsas pueden ser rastreadas hasta la Antigüedad y la historia contemporánea nos demuestra que la construcción de contenidos desinformativos ha sido común en distintas épocas históricas, ¿qué distingue al fenómeno en la actualidad y cómo se explica su ubicuidad? En primer término, es necesario señalar que el fenómeno de *fake news* que conocemos –y padecemos– en la actualidad empezó a generar interés académico y social a partir de las elecciones presidenciales de Estados Unidos en el año 2016. No es que antes no existieran o no se analizaran las noticias falsas, sino que la sorprendente victoria de Donald Trump sobre Hillary Clinton motivó una serie de investigaciones cuyos resultados evidenciaron el impacto de las noticias falsas en el resultado de la contienda, así como la red logística y tecnológica que permitió la producción y amplia circulación de esos contenidos. Los resultados de estos estudios, desarrollados por universidades, empresas tecnológicas e incluso organizaciones sin fines de lucro, sugieren que un primer acercamiento al fenómeno de las noticias falsas en la actualidad demanda una distinción entre las noticias falsas y las noticias falsas *online*.

Noticias falsas en Costa Rica

Hacia algunas definiciones de fake news

A grandes rasgos, las noticias falsas se definen como artículos noticiosos cuyo contenido resulta ser ficticio una vez que es verificado. Las noticias falsas *online* también tienen como objetivo el engaño, pero con la distinción de que se difunden a través de Internet o redes sociales (Allcott y Gentzkow, 2017, p. 213). Cabe destacar que los contenidos desinformativos o falsos que circulan por medios digitales no siempre lo hacen bajo la forma de (aparentes) noticias, sino que también pueden difundirse mediante cadenas de WhatsApp u otro tipo de publicaciones. En cualquier caso, las noticias falsas o los contenidos engañosos *online* también se distinguen por ser un tipo de publicación que se produce con el fin de volverse viral (Klein y Wueller, 2017, p. 6).

A simple vista la tarea de definir una noticia falsa podría parecer sencilla. Sin embargo, algunas personas autoras argumentan que el término ha sido usado con demasiada laxitud y elasticidad, lo cual demanda un ejercicio de mayor precisión conceptual. En cuatro definiciones distintas de noticias falsas recopiladas por Alemanno (2018, p. 2) se evidencia esta problemática: 1) La Comisión Europea las define como “desinformación intencional difundida a través de plataformas sociales en línea, medios de difusión de noticias o impresos tradicionales”. 2) Un informe de Facebook se refiere al término como “una frase general para referirse a todo, desde artículos de noticias que son fácticamente incorrectos hasta artículos de opinión, parodias y sarcasmos, engaños, rumores, memes, abuso en línea y declaraciones falsas de hechos por figuras públicas que se informan en noticias de otro modo precisas”. 3) La BBC utiliza la definición de “información falsa que circula deliberadamente por los sitios de noticias falsas para desinformar, generalmente con fines políticos o comerciales” y lo distingue de las noticias falsas. 4) El periódico *The Guardian* habla de “ficciones fabricadas deliberadamente y presentadas como no ficción con la intención de engañar a los destinatarios para que traten la ficción como un hecho o duden de un hecho verificable”.

Para otras personas autoras, el ejercicio de definir a las noticias falsas carece de toda lógica pues el término es, en sí mismo, un oxímoron. Esto en tanto que la noticia está basada en la verdad y persigue una serie de ideales

normativos como lo son la facticidad, la objetividad y la neutralidad, es decir, lo opuesto a la noticia falsa (Tandoc, Lim y Ling, 2018).

En atención a estos desafíos conceptuales, Mourão y Robertson (2019) proponen una definición integral y relacional de las noticias falsas. Su propuesta es integral porque invita a pensar las noticias falsas como una integración discursiva que combina distintos géneros y elementos de las noticias verdaderas –i.e. facticidad– con una serie de elementos incompatibles con el modelo periodístico normativo, como lo son la desinformación, el sensacionalismo, el sesgo informativo y el *clickbait* (contenido cuyo principal propósito, más que informar, es atraer clics hacia cierto sitio web). Asimismo, la definición que ofrecen estas personas autoras es relacional porque, desde su punto de vista, una noticia falsa solo podrá ser definida en relación con una noticia real mediante un ejercicio comparativo y siempre en relación con el contexto (pp. 4-5).

Precisamente, es el contexto de la ecología mediática contemporánea lo que ha favorecido la ubicuidad de las noticias falsas. Lo anterior, sería el resultado de cuatro factores concomitantes; a saber, (1) la crisis financiera de los periódicos y, por ende, de los emisores de noticias “legítimas”, (2) la inmediatez del ciclo de producción-consumo de las noticias, (3) la rápida circulación de información y desinformación a través de las redes sociales y (4) los usos comerciales de los algoritmos por parte de las plataformas de redes sociales y los motores de búsqueda en Internet (Bakir y McStay, 2018). La confluencia de estos factores se da en el marco de una “nueva infraestructura” comunicativa, que les permite a las personas producir y comunicar contenidos de forma masiva. No obstante, esas mismas posibilidades también dificultan la detección del sesgo en los contenidos que circulan en Internet (Wagner y Boczkowski, 2019). En consecuencia, es este escenario, sin precedentes en la historia de la comunicación, lo que perfila el fenómeno y la ubicuidad de las noticias falsas en la actualidad.

En función de lo anterior, se argumenta que el surgimiento de las noticias falsas va acompañado con la evolución de la comunicación digital, en cuyo contexto se articulan diversas expresiones discursivas o prácticas desinformativas que van más allá de las noticias falsas, como, por ejemplo, la posverdad, los

Noticias falsas en Costa Rica

“hechos alternativos” o la generación de contenido mediante *trolls* (Bourgonje, Moreno-Schneider y Rehm, 2017). Asimismo, cada una de esas construcciones discursivas puede manifestar distintos grados o escalas desinformativas, las cuales pueden ser clasificadas en, al menos, siete categorías: falsa conexión (cuando los titulares, las imágenes o el pie de foto no coinciden con el contenido), contexto falso (sucede cuando el contenido es genuino, pero la información contextual es falsa), manipulación de contenidos (consiste en utilizar una imagen o información genuina con fines engañosos), contenido engañoso o desinformativo (uso engañoso de información para encuadrar un problema social o a una persona), contenido impostado (cuando las fuentes genuinas son suplantadas por fuentes no fidedignas), contenido fabricado (se refiere a contenido completamente falso diseñado con el objetivo de engañar y perjudicar) y, por último, la sátira o parodia (la cual puede engañar, pero no con la intención de dañar) (Wardle, 2017).

Lo anterior sugiere que la circulación de contenidos desinformativos –en sus distintas modalidades– es un síntoma de un fenómeno sociocultural más amplio; a saber, la transformación de los regímenes de la verdad hasta ahora existentes. Esta transformación trasciende al fenómeno comunicacional que llamamos “noticia falsa” pues esta solo constituye una tipología dentro de un flujo o continuo más amplio de manifestaciones discursivas, que evidencian una ruptura en el orden político, un cambio en la representación periodística de los hechos y una transformación en las prácticas de consumo informativo en la era digital (Egelhofer y Lecheler, 2019).

Como puede verse, la literatura académica ofrece distintas definiciones sobre el fenómeno de las noticias falsas; sin embargo, cabe preguntarse cuál es realmente su utilidad. Ciertamente, la definición tiene un valor heurístico que orienta la investigación y, lo más importante, contribuye en la detección de una noticia falsa, proceso complicado que además solo puede hacerse a posteriori. A pesar de esto, ¿cómo interactúan las audiencias con los contenidos desinformativos? ¿Cuáles son sus consecuencias a nivel psicosocial? O bien, ¿cómo funcionan estas definiciones si se aplican en el contexto costarricense?

Se considera que estas interrogantes podrían guiar el estudio de las noticias falsas en el país.

¿Cómo se han estudiado las noticias falsas?

“La llamada crisis de noticias falsas ha sido uno de los temas más discutidos tanto en el discurso público como en el científico desde la campaña presidencial [2016] de Estados Unidos” (Egelhofer y Lecheler, 2019, p. 97). Desde entonces se han realizado y publicado una creciente cantidad de estudios. En su revisión de literatura, Blanco, García y Tejedor (2019) encontraron 172 artículos sobre *fake news* o noticias falsas publicados entre los años 2005 y 2019. Hasta el año 2016 inclusive, cada año presentaba entre 0 y 2 publicaciones sobre el tema, excepto el año 2013 en que encontraron cinco artículos publicados: cuatro “en los que se relaciona la expresión *fake news* con la sátira política” (p. 455) y uno donde el término concierne a la viralización de contenidos a través de Facebook. A partir del año 2017, “tras las campañas políticas del referéndum del Brexit (junio 2016) y de las elecciones presidenciales en Estados Unidos (noviembre 2016), se dispara el número de investigaciones académicas sobre el fenómeno de las *fake news*” (Blanco et al., 2019, p. 455). En la mencionada investigación, se contabilizan 151 artículos entre enero de 2017 y abril 2019. De los 172 artículos académicos de la revisión de literatura de Blanco et al. (2019), la mayoría son del mundo anglosajón: 79 estadounidenses, 17 del Reino Unido, 14 de Australia, 11 de Canadá y 9 de España. Otros países mencionados son Holanda, Singapur, Suecia, Alemania, Noruega, China y Corea del Sur (Blanco et al., 2019, p. 459).

A pesar de la creciente cantidad de publicaciones y estudios, el área académica está apenas dando sus primeros pasos y no pareciera haber todavía conclusiones y verdades inapelables (o “paradigmas” en el sentido kuhniano del término) en relación con el fenómeno de las noticias falsas. La investigación es fragmentada y algunos hallazgos incluso contradictorios. En un análisis propio de 58 publicaciones de los años 2017 a 2020 encontramos cuatro grandes áreas de estudio respecto de las noticias falsas: exposición (es decir, cómo ciertos sectores del público se ven expuestos a noticias falsas), difusión (o la forma en

Noticias falsas en Costa Rica

que estos contenidos se distribuyen mediante ciertos tipos de flujos y canales), apropiación (la manera en que las personas interpretan y asignan significados respecto de estas noticias) y soluciones (cómo podrían resolverse los problemas ocasionados por este tipo de contenidos).

Exposición

Las posibilidades de investigación que permite el entorno digital, precisamente el que ha sido caldo de cultivo del fenómeno de las noticias falsas *online*, también asegura datos en el rango de los cientos de miles y hasta de millones (de noticias o posts, de minutos de exposición, de alcance, de interacciones en redes sociales, etc.). Los artículos que se centran en la exposición de las noticias falsas reflejan una clara preocupación por este nuevo ecosistema mediático y el papel de las redes sociales como fuentes de información. También, por supuesto, por entender la dimensión del problema, delimitarlo y definirlo (Wardle y Derakhshan, 2017; Tandoc, Lim y Ling, 2017; Wardle, 2018), tal y como se vio en el apartado anterior.

Vargo, Guo y Amazeen (2018) analizaron la capacidad de los sitios de noticias falsas para definir la agenda de discusión pública. Encontraron que, aunque el contenido de los sitios web de noticias falsas está aumentando, estos sitios no tienen un poder excesivo. No obstante, su estudio, realizado en Estados Unidos (2014-2016), permitió confirmar que, en ese país, las noticias falsas están cercanamente relacionadas con los medios partidistas (*partisan media*) en línea y que, en relación con esos medios, sí establecen su agenda de problemas.

Varias personas investigadoras de las elecciones estadounidenses de 2016 encontraron que votantes conservadores tenían más probabilidades de compartir artículos de dominios de noticias falsas (Guess, Nagler y Tucker, 2019), además, que las noticias falsas fueron ampliamente compartidas e inclinadas a favor de Donald Trump (Allcott y Gentzkow, 2017). Guess et al. (2019). También, encontraron un fuerte efecto de la edad, que persiste después de controlar el partidismo y la ideología. En promedio, personas mayores de 65 años compartieron casi siete veces más artículos de dominios de noticias falsas que el grupo de edad más joven. Quienes realizaron la investigación

advierten que, dada la falta de atención prestada a las generaciones más viejas en el estudio del comportamiento político hasta el momento, se necesita más investigación para comprender y contextualizar mejor la interacción de la edad y el contenido político en línea.

En Europa, Fletcher et al. (2018) analizaron una muestra de 300 sitios de noticias falsas en Francia y en Italia. Aunque ninguno de ellos superaba, ni en alcance ni en tiempo dedicado al consumo, a los medios tradicionales de cada país, las interacciones (o *engagement*) en Facebook que generaban un pequeño número de estos medios de noticias falsas igualaron o superaron a las interacciones de los medios tradicionales.

Spoehr (2017), por su parte, revisó el supuesto de que los sistemas de personalización y curación algorítmica colocan a los usuarios en una “burbuja filtro” que disminuye su probabilidad de encontrar contenido de noticias ideológicamente transversal. El autor analizó dos estudios de caso marcados por la polarización ideológica: las elecciones presidenciales estadounidenses del 2016 y el referendo de la Unión Europea en Inglaterra en ese mismo año. Entre otras cosas, concluyó, por un lado, que las empresas de tecnología como Facebook, Google y Twitter deben asumir una mayor responsabilidad por las noticias falsas y la información errónea y, por otro lado, que como ciudadanía debemos ser conscientes de que el consumo de noticias debe ser un proceso activo.

Antes de pasar a las otras grandes áreas de estudio, vale la pena hacer una acotación en relación con un tema que Egelhofer y Lecheler (2019) llaman la “etiqueta de noticias falsas” (*fake news label*), es decir, cuando actores políticos utilizan el término de noticias falsas como un arma para desacreditar a los medios de comunicación que contradicen sus posiciones, sugiriendo así que los medios tienen prejuicios políticos. Para las autoras,

la conversión del término en un arma se ha convertido en parte de las estrategias de instrumentalización política con el objetivo de minar la confianza pública en los medios de comunicación institucionales como partes centrales de los sistemas políticos democráticos. Como instrumento político, la etiqueta de noticias falsas retrata a los medios de comunicación

Noticias falsas en Costa Rica

como instituciones que difunden deliberadamente la desinformación con la intención de engañar (Egelhofer y Lecheler, 2019, p. 105).

A pesar de que es utilizado por el presidente estadounidense un día sí y otro también, las autoras afirman que son pocos los estudios que han abordado el tema de las noticias falsas como etiqueta. Ellas mencionan cuatro publicaciones: Lischka (2019), Denner y Peter (2017), Van Duyn y Collier (2019) y Guess et al. (2017).

Difusión

Una segunda gran área de estudio sobre noticias falsas está relacionada con la difusión: cómo y cuánto se propagan las noticias falsas (Vargo, Guo y Amazeen, 2018; Ribeiro Ferreira, 2018; Tandoc, Lim y Ling, 2020), cuál es el papel de las audiencias en su difusión (Dafonte-Gómez, 2019) y cuál el de los *bots* (Shao et al., 2017), entre otros.

En un trabajo en el que investigaron la difusión de noticias verdaderas y falsas en Twitter de 2006 a 2017, Vosoughi, Roy y Aral (2018), concluyeron que “la falsedad se difunde significativamente más lejos, más rápidamente, más profundamente y más ampliamente que la verdad en todas las categorías de información” (p. 1146). Los autores llegaron a esta conclusión luego de analizar aproximadamente 126 000 historias tuiteadas por 3 millones de personas más de 4.5 millones de veces. Específicamente, analizaron las “cascadas de rumores”, que fueron investigadas por seis organizaciones de verificación de datos durante el periodo.

Sobre el papel de los *bots*, Shao et al. (2017) analizaron 14 millones de mensajes que difundían información sobre 400 000 asuntos en Twitter durante y después de la elección presidencial estadounidense de 2016. Los autores encontraron evidencia de que los *bots* jugaron un papel clave en la difusión de noticias falsas. Según este estudio, las cuentas que difunden activamente información errónea son significativamente más propensas a ser cuentas automatizadas que operan a través de *bots*. Los autores explican que estas cuentas automatizadas tienden a ser particularmente activas en las primeras fases de propagación de los asuntos

virales y tienden a apuntar hacia personas usuarias influyentes: “Los humanos son vulnerables a esta manipulación y retuitean las noticias falsas que los *bots* publican y difunden” (Shao et al., 2017, p. 1). Para los autores, sus resultados sugieren que frenar los *bots* puede ser una estrategia efectiva para mitigar la propagación de desinformación en línea.

La difusión de noticias falsas no puede ser estudiada integralmente sin analizar el papel de WhatsApp, especialmente en algunos países que se caracterizan por un uso extendido de esta plataforma. A pesar de las dificultades técnicas que su estudio presenta –en comparación con Facebook y, sobre todo, Twitter– algunas personas autoras ya se han aventurado a hacerlo (Valenzuela, Bachmann y Bargsted, 2021; Canavilhas, Colussi y Moura, 2019; Resende et al., 2019 y Tardáguila, 2019).

En Latinoamérica, se realizaron tres estudios de las elecciones brasileñas de 2018, que fueron testigo de “una guerra de información organizada dentro de WhatsApp donde rumores falsos, fotos manipuladas, videos descontextualizados y engaños de audio se convirtieron en municiones de campaña y se volvieron virales en la plataforma sin forma de controlar su alcance u origen completo” (Resende et al., 2019, p. 819).

En un análisis de 11 957 mensajes que fueron compartidos en 296 grupos con orientación política en WhatsApp, Tardáguila (2019) encontró que uno de cada cuatro mensajes virales compartidos por esa plataforma, durante la campaña presidencial en Brasil, contenía información falsa, según verificadores (*fact-checkers*). El estudio también sugiere que las falsedades tienden a funcionar mejor que los hechos en WhatsApp: en promedio, los mensajes que contienen información errónea alcanzaron un 43 % más de grupos que el contenido verificado.

Resende et al. (2019) también estudiaron la propagación de noticias falsas a través de WhatsApp durante la elección brasileña y descubrieron que las imágenes fueron el tipo de contenido multimedia más popular compartido en esta plataforma durante los dos periodos analizados. Esto también fue algo que encontraron Canavilhas et al. (2019) en su estudio de los contenidos más compartidos por WhatsApp durante la campaña presidencial brasileña; pero, en su caso, en grupos familiares en esta plataforma, entre los cuales las imágenes

Noticias falsas en Costa Rica

fueron el contenido que más circuló. En este estudio, los autores aseguran que un 60 % de los mensajes contenían información total o parcialmente falsa.

Apropiación

De las cuatro grandes áreas de estudio relacionadas con noticias falsas, encontramos la mayor cantidad de trabajos en el área de apropiación de noticias falsas. Estas investigaciones se preocupan por los factores que influyen en el consumo de las noticias falsas: nivel educativo, habilidades cognitivas, exposición selectiva, fundamentalismo religioso, ideología política, entre muchos otros factores que son analizados.

Algunos de los métodos más utilizados para explorar el comportamiento de las audiencias fueron encuestas (Roets, 2017; Tandoc et al., 2018; Schulz, Wirth y Müller, 2018; Jang y Kim, 2018) y grupos focales (Nielsen y Graves, 2017; Wenzel, 2019; Duffy, Tandoc y Ling, 2019). También se han utilizado entrevistas a profundidad (Wagner y Boczkowski, 2019) y metodología experimental (Pennycook et al., 2018; Hameleers y van der Meer, 2020).

Nelson y Taneja (2018) desafían los supuestos de que, por un lado, “las noticias falsas se han convertido en una fuerza poderosa y siniestra en el entorno de medios de noticias en línea, con graves consecuencias para la democracia” (p. 3720) y, por otro lado, que llegan a un gran público, incauto, que no compara estas noticias falsas con otras fuentes. Los autores argumentan que la audiencia de noticias falsas está conformada por un pequeño número de personas usuarias frecuentes de Internet (*heavy Internet users*), mientras que la mayoría de consumidores de noticias continúan informándose a través de medios tradicionales y reconocidos.

Tandoc et al. (2018), al tratar de comprender cómo las personas autentican la información que encuentran en las redes sociales, encuentran que, en primera instancia, las personas confían en su propio juicio de la fuente y del mensaje; no obstante, cuando esto no les permite llegar a respuestas satisfactorias, entonces recurren a recursos externos para autenticar la información que les llega por redes sociales. Las estrategias de autenticación más activas pueden incluir la

búsqueda intencional de información de su esfera social o de otras fuentes institucionales, incluyendo verificadores de datos (*fact-checkers*).

Las entrevistas que Wagner y Boczkowski (2019) realizaron en tres grandes ciudades estadounidenses y los grupos focales que Wenzel (2019) organizó en ciudades de cuatro estados en ese país confirman algunos de los hallazgos de Nelson y Taneja (2018) y de Tandoc et al. (2018). Wagner y Boczkowski (2019) encontraron que las personas son críticas de la calidad actual del trabajo periodístico (*news reporting*) y desconfían de la circulación de noticias en redes sociales, por eso confían en medios tradicionales que informan hechos y rechazan a medios en los que predominan las opiniones. Las experiencias de muchas personas participantes sugieren que están adaptando la forma en que usan los recursos en sus ecologías de comunicación de manera que les permita hacer frente a un clima de ambigüedad generalizada (Wenzel, 2019). Quienes participaron de los grupos focales de Wenzel (2019) expresaron un deseo por noticias sin opiniones o que los medios de comunicación sean transparentes en relación con sus inclinaciones políticas, mientras que Wagner y Boczkowski (2019) les preguntaron por las estrategias para contrarrestar las noticias falsas. Las estrategias mencionadas por las personas entrevistadas del estudio fueron su experiencia y conocimiento, reconocer noticias que se publican en varios medios, consumo de fuentes con diferentes posiciones ideológicas, *fact-checking* y confiar en ciertos contactos personales en las redes sociales, quienes son percibidos como asesores en credibilidad.

Sobre por qué las personas comparten noticias falsas, aunque Weeks y Garrett (2014) hace ya más de seis años habían encontrado que las personas tienden a creer y, por tanto compartir, información falsa si apoya sus puntos de vista (algo que se ha confirmado en estudios posteriores como Brummette et al., 2018), en un trabajo más reciente, en el que se investigan los efectos en las relaciones interpersonales de compartir noticias falsas, Duffy, Tandoc y Ling (2019) señalan que, en muchos casos, las personas comparten noticias falsas “no porque quieran desestabilizar un país ni porque quieran reforzar sus creencias políticas entre amigos de ideas afines, sino simplemente porque

Noticias falsas en Costa Rica

quieren ayudar, entretener o informar a amigos y familia” (p. 1). En esta misma línea, Middaugh (2019) nos recuerda que:

A medida que las personas permiten que las noticias les lleguen a través de las redes sociales, su recepción de información está influenciada por juicios y sentimientos no solo sobre el autor sino también sobre las personas que compartieron y/o comentaron una nota [o posteo]. Sus opciones para producir, compartir o comentar en los medios pueden ser comunicación política intencional o actos sociales, menos considerados, de agrado o compartir algo gracioso o indignante (p. 22).

Así, en el tema del consumo de noticias falsas, debe tenerse presente la distinción que hacen Duffy et al. (2019) entre las motivaciones para crear contenido falso, que, según estos autores, con frecuencia sí se relacionan con desestabilizar una sociedad, y las motivaciones para compartir noticias falsas, que son para fortalecer o mantener amistades. Además, tal y como señala Middaugh (2019), el nuevo contexto en el que llegan las noticias falsas trae “nuevas dinámicas sociales y emocionales a prácticas que antes solamente implicaban al lector y al texto o al productor y a la audiencia con pocas oportunidades para comentario o intercambio” (p. 22).

Soluciones

Finalmente, una cuarta gran área de estudio está conformada por investigaciones y publicaciones que exploran soluciones a la problemática de las noticias falsas. Algunas de las soluciones que se proponen están relacionadas con alfabetización mediática para personas usuarias, verificadores de datos (*fact-checking*) y etiquetas a noticias falsas.

Una de las soluciones más recurrentes en los trabajos publicados sobre noticias falsas es la de alfabetización mediática. Para Tandoc et al. (2018), “ahora, más que nunca, los ciudadanos tienen una necesidad crítica de alfabetización mediática [*media literacy skills*] especialmente en el contexto de plataformas

de redes sociales donde los patrones de distribución son complejos debido a los hábitos de intercambio de noticias y el trabajo de los algoritmos” (p. 2746).

Como punto de partida, Romero-Rodríguez et al. (2019) hacen un diagnóstico del nivel de competencias mediáticas, que definen como el “conjunto de habilidades que todo individuo debería poseer para poder consumir y producir información digital y mediática de manera crítica y analítica” (p. 346). Este estudio abarca más de 2000 estudiantes y profesores universitarios en Brasil, España, Portugal y Venezuela. Aunque se trata de un público que puede ser considerado privilegiado en comparación con otros públicos con menos educación y preparación académica, encontraron que el nivel general de competencia mediática no supera el nivel medio-bajo, considerando aspectos como lenguaje, tecnología, interacción, producción y difusión, ideología y valores, y estética. Asimismo, que las competencias digitales no dependen únicamente de la edad. Es decir, aún a este nivel, se identifica la necesidad de desarrollar políticas públicas y programas de alfabetización mediática.

Así como el de Romero-Rodríguez et al. (2019), muchos de los trabajos sobre alfabetización mediática están enfocados en personas jóvenes, ya sea colegiales o universitarias (Middaugh, 2019; Musgrove et al., 2018; Freire França et al., 2019; McGrew et al., 2018). Algunos temas recurrentes en este tipo de trabajos son si esta población puede clasificar y encontrar información relevante, si sabe evaluar la credibilidad de la información, si participa en debates productivos y si produce y comparte contenidos de manera que sirva a propósitos de expresar su voz (Middaugh, 2019).

No obstante, si bien hay temas recurrentes, los enfoques de los esfuerzos y las propuestas de alfabetización son muy diversos. Pérez Tornero et al. (2018) advierten que estos enfoques y propuestas van desde “el reducido campo del *fact-checking* hasta el más amplio del pensamiento crítico y de los valores humanistas y cívicos” (p. 231). Sin embargo, consideran que “solo una visión amplia del fenómeno que tenga en cuenta las motivaciones de los públicos a consumir noticias falseadas será efectiva” (Pérez Tornero et al., 2018, p. 231).

Los hallazgos del estudio de Middaugh (2018) permiten poner en contexto la contundencia de la demanda de Pérez Tornero et al. (2018). En su investigación con personas jóvenes, cuando les solicita determinar si un artículo

Noticias falsas en Costa Rica

basado en hechos de un sitio web era creíble, las personas participantes buscaron señales relacionadas con la exactitud fáctica de la información, como detalles sobre la fuente. Sin embargo, al elegir entre fuentes mediáticas para compartir contenido para crear conciencia sobre los mismos temas, la consideración principal fue centrarse en si la información era llamativa o emocionalmente resonante, en lugar de objetivamente precisa.

No cabe duda de que la problemática es compleja. Lo positivo es que se han multiplicado los esfuerzos para abordarla. Fernández-García (2017, p. 76) menciona algunas iniciativas de alfabetización mediática que muestran la diversidad de objetivos y enfoques:

- *Digital Polarization Initiative* (Digipo), un proyecto que intenta concientizar a las personas jóvenes sobre el contenido informativo que encuentran en línea haciéndoles partícipes del análisis de cuestiones relacionadas con la polarización digital.

- *Project Look Sharp*, creado por el Ithaca College, que desarrolla y provee de planes de estudio, materiales, formación y apoyo para la integración de la alfabetización mediática en el currículum escolar en todos los niveles educativos.

- *News Literacy Project*, que trabaja con educadores y periodistas para enseñar a personas estudiantes de secundaria a distinguir entre hechos y ficción en la era digital.

- *Mind Over Media*, que explora la propaganda y ayuda a la ciudadanía a desarrollar las competencias necesarias para reconocerla y resistirla, promoviendo al mismo tiempo el diálogo y el debate sobre lo que constituye y cómo puede tener un impacto positivo o negativo sobre las personas y la sociedad.

- *Student Reporting Labs* de la PBS (Public Broadcasting System), que crea experiencias educativas transformadoras al conectar a estudiantes de secundaria con sus emisoras y con mentores en sus comunidades.

Si bien es cierto que un enfoque integral, crítico y humanista debería ser el norte en lo que a alfabetización mediática se refiere, también es cierto que cada esfuerzo cuenta. Es poco probable que un solo acto haga o signifique mucho; sin embargo, la suma de personas con más competencias mediáticas, con más sentido

crítico, con mejores herramientas para detectar noticias falsas y con mejor criterio para no compartirlas, puede llegar a hacer una diferencia significativa.

Otra de las soluciones recurrentes en la literatura es la relacionada con verificación de datos o *fact-checking*. Ya desde 2016, Graves (2016) y Graves y Cherubini (2016) identificaron que este fenómeno estaba en crecimiento en Estados Unidos y Europa. En el informe del Instituto Reuters para el Estudio del Periodismo, se afirma que en la última década han surgido plataformas dedicadas a comprobar la veracidad de las noticias en más de 50 países; más del 90 % fueron creadas a partir de 2010 y 50 habían sido lanzadas en los dos años anteriores al 2016 (Graves y Cherubini, 2016, p. 6). Desde entonces, el fenómeno siguió en aumento. Según datos de Duke Reporters' Lab, en abril 2020 había 237 iniciativas de verificación de datos en 80 países. Esto representó un crecimiento de 26 % en relación con el año 2019 (Stencel y Luther, 2020). Aunque advierten que siguen contando y que, por tanto, esta cifra constituye una subrepresentación de la realidad. De acuerdo con ese reporte de abril 2020, las iniciativas estaban divididas de la siguiente manera por continentes: África 17, Asia 53, Australia 4, Europa 68, Norteamérica 69 y Suramérica 26.

Muchas de las iniciativas están asociadas a organizaciones mediáticas, como es el caso de las costarricenses #NoComaCuento de Grupo Nación y #NoCaiga de *CRHoy*—explicadas más adelante—; pero la mayoría, más del 60 %, según Graves y Cherubini (2016), operan como iniciativas independientes o proyectos de organizaciones de la sociedad civil, tal es el caso de *Doble Check* de la Universidad de Costa Rica.

Stencel y Luther (2020) mencionan dos factores que están detrás del crecimiento de este tipo de iniciativas. El primer factor es la creciente difusión de información falsa en grandes plataformas de medios digitales, algunas de las cuales están recurriendo a verificadores de datos en busca de ayuda, directa e indirectamente. Estos autores citan el ejemplo de Facebook, que recluta a verificadores de datos de otras organizaciones (*third-party fact-checkers*) para ayudar a responder a algunas categorías de información engañosa marcada por sus personas usuarias. El segundo factor es el papel cada vez más importante que juega la colaboración. Para ellos, esto incluye alianzas de verificadores de

Noticias falsas en Costa Rica

datos que incluso agrupan a medios que son competencia, pero que se unen para compartir verificación de datos o para cubrir de manera conjunta afirmaciones de actores políticos, especialmente durante procesos electorales.

A pesar de su dinámico crecimiento de los últimos años y de sus incuestionables buenas intenciones, Graves y Cherubini (2016) señalan que la verificación de hechos políticos siempre atrae controversia. Para estas personas autoras,

incluso preguntas simples que aparentan relacionarse solamente con hechos pueden dejar un sorprendente espacio para el desacuerdo y los verificadores de hechos a menudo son atacados por críticos que están en desacuerdo con sus veredictos. Como institución democrática, la práctica plantea preguntas básicas sobre lo que cuenta como datos confiables, quién tiene la autoridad para evaluar la verdad pública y cómo equilibrar precisión [o exactitud] con otros ideales democráticos como la apertura y el pluralismo (p. 6).

Otra pregunta que se plantean es sobre qué es razonable esperar de pedir cuentas a figuras públicas por sus afirmaciones falsas. Si el caso de Donald Trump es un ejemplo, la respuesta es tristemente desalentadora. Sin embargo, Graves y Cherubini (2016) sostienen que “un creciente cuerpo de evidencia sugiere que, mientras no cumple con las esperanzas a veces utópicas que conlleva, el *fact-checking* puede ayudar a disipar la desinformación y a inhibir la mentira política” (p.6).

Relacionado con el *fact-checking*, un tercer acercamiento a las soluciones que se plantean para las noticias falsas es el de la práctica de etiquetarlas. Twitter comenzó a hacerlo desde mayo 2020 cuando le puso una etiqueta (“Get the facts” con enlace a más información) a un tweet del presidente Trump sobre el voto por correo en los Estados Unidos o cuando advirtió, indicando este mensaje “glorifica la violencia”, sobre otro de los tweets del presidente estadounidense en el marco de las protestas en respuesta a la muerte de George Floyd. En el caso de Facebook, si bien ha tomado algunas acciones

para etiquetar noticias falsas, la plataforma y su fundador, Mark Zuckerberg, enfrentan fuertes cuestionamientos porque quienes le critican no consideran que estén haciendo lo suficiente en este sentido. Este rechazo llevó incluso a un boicot de grandes anunciantes contra Facebook para forzar a la empresa a actuar contra las noticias falsas y el contenido tóxico. En junio 2020 más de 160 transnacionales (incluidas Starbucks, Unilever, Coca Cola, Honda y Verizon) se habían unido al boicot (Ximénez de Sandoval, 2020 jun 30).

Aunque las etiquetas pueden parecer una solución apropiada, algunas investigaciones las cuestionan (Pennycook et al., 2018, 2020). Pennycook et al. (2018) identificaron lo que llaman “un efecto de verdad implícita” entre las consecuencias de adjuntar advertencias a los titulares inexactos o falsos. Explican que los titulares sin etiquetar, incluso si son falsos, se consideran más precisos y se les da más consideración para compartir en las redes sociales. En otro estudio sobre etiquetas, Clayton et al. (2019) encontraron que agregar la etiqueta “Calificada como falsa” al título de un artículo reduce su precisión percibida más que agregar la etiqueta “Disputada” (enfoque original de Facebook). La exposición a una advertencia general disminuyó la creencia en la precisión de los titulares verdaderos, lo que sugiere la necesidad de investigar más sobre cómo contrarrestar de manera más efectiva las noticias falsas sin distorsionar la creencia en la información verdadera.

¿Qué se sabe sobre noticias falsas en Costa Rica?

Las secciones anteriores dan cuenta de la forma en que se ha definido y estudiado el tema de las noticias falsas a nivel internacional. A continuación, se examinan tendencias específicas en el estudio de este tema a nivel nacional.

Investigación empírica sobre noticias falsas en Costa Rica

Poco trabajo empírico se ha desarrollado en el caso de Costa Rica para examinar aspectos de exposición, difusión, apropiación o soluciones a las noticias falsas. Brenes, Pérez y Siles (2021) reportaron resultados derivados

Noticias falsas en Costa Rica

de una primera encuesta a teléfonos celulares realizada en mayo de 2019 con una muestra representativa de 805 personas, mediante muestreo estratificado aleatorio. Este trabajo llegó a algunas conclusiones relevantes. En primer lugar, las personas encuestadas reportaron estar expuestas a noticias falsas en casi la misma proporción en redes sociales, medios de comunicación tradicionales y WhatsApp. Un 18 % de las personas afirmaron haber enviado por WhatsApp una noticia falsa sabiendo que era inventada al momento de compartirla y un 19 % indicaron haberlo hecho por Facebook. La mayoría de las personas encuestadas afirmó tener capacidad para reconocer noticias falsas: 36 % dijeron tener “mucho” capacidad, 33 % afirmó ser “algo” capaz y 30 % indicaron tener poca o ninguna capacidad para reconocerlas.

Esta investigación también calculó correlaciones entre la exposición y difusión de noticias falsas, dimensiones psicosociales y variables sociodemográficas, considerando el sexo y la región geográfica de las personas informantes. De ese modo, se encontró que el autoritarismo juega un rol estadísticamente significativo en la tendencia que tienen las personas a difundir noticias falsas de manera intencional. Más específicamente, las personas que comparten noticias falsas en redes sociales tienden a ser más autoritarias y a confiar más en el tipo de información que circula por redes sociales. Asimismo, las personas más autoritarias tienden a difundir noticias falsas vía WhatsApp en mayor medida.

En este estudio, las mujeres, las personas con mayor nivel educativo y aquellas más jóvenes afirmaron estar expuestas a noticias falsas, mientras que los hombres y las personas con mayor educación dijeron ser más capaces de identificar noticias falsas. Este hallazgo puede deberse a construcciones culturales y socialización de género.

Finalmente, la mayoría de las personas encuestadas consideró que la ciudadanía era la principal responsable de proveer soluciones a los problemas representados por las noticias falsas. Las personas también responsabilizaron al Estado costarricense de proveer soluciones, ya sea mediante el monitoreo de la publicación de noticias falsas y la sanción a quienes se demuestra haberlas producido o a quien se demuestre haberlas compartido.

Verdad en extinción

Esta encuesta representa una de las primeras investigaciones empíricas sobre estos temas y, por lo tanto, arroja resultados preliminares importantes. Sin embargo, se requiere de estudios longitudinales para determinar si sus resultados persisten en el tiempo y de estudios con métodos de investigación distintos para profundizar en hallazgos específicos. A diferencia de los estudios reseñados en la sección anterior, no se han realizado investigaciones con métodos cualitativos para entender la forma en que las personas se relacionan y usan las noticias falsas con diversos propósitos. Tampoco existen investigaciones que empleen métodos mixtos en el país.

Las noticias falsas como tema de debate público en Costa Rica

Las noticias falsas también han sido tema de atención pública en Costa Rica. Una búsqueda del uso del término “noticias falsas” en perfiles públicos de Costa Rica en Facebook, tales como medios de comunicación, personas funcionarias públicas y organizaciones de diversa naturaleza, entre 2016 y mayo de 2020 permitió identificar algunas tendencias asociadas al debate público alrededor de estas en el país². Las Figuras 1.1 y 1.2 ilustran tres principales resultados de esa búsqueda.

² Los datos de esta búsqueda fueron obtenidos directamente de Facebook mediante una aplicación oficial de la plataforma.

Noticias falsas en Costa Rica

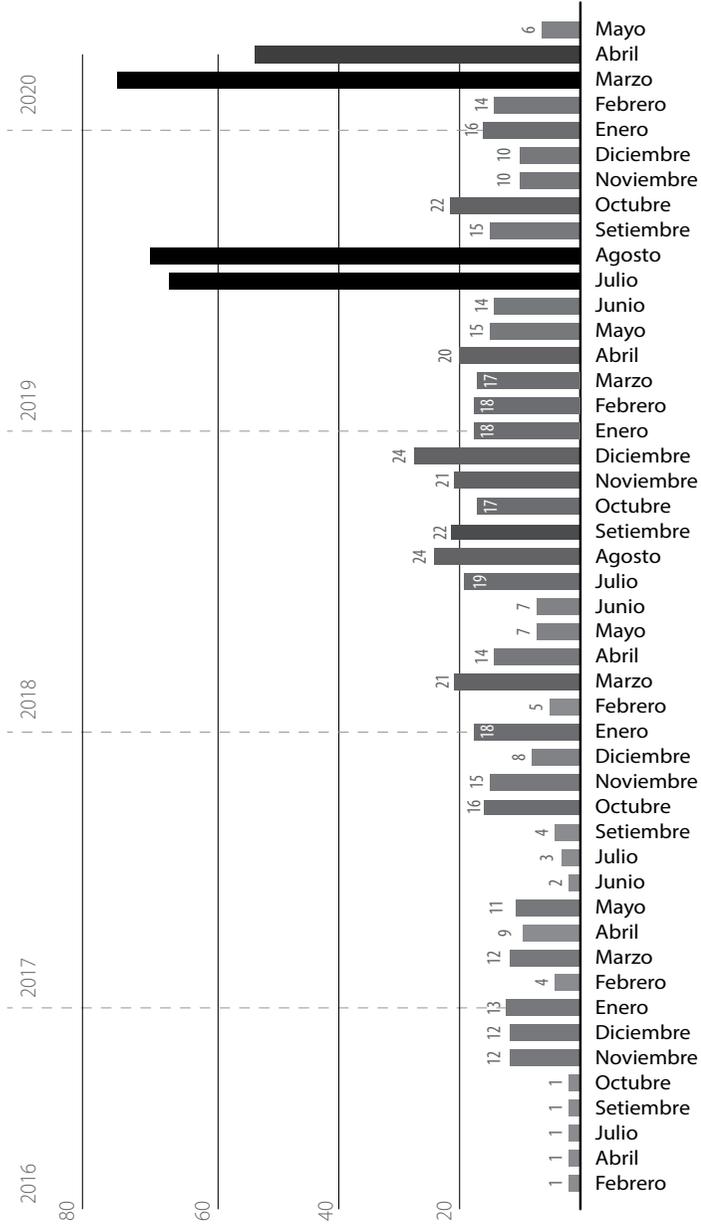


Figura 1.1 Cantidad de publicaciones sobre noticias falsas en perfiles públicos de Costa Rica en Facebook (2016-2020).

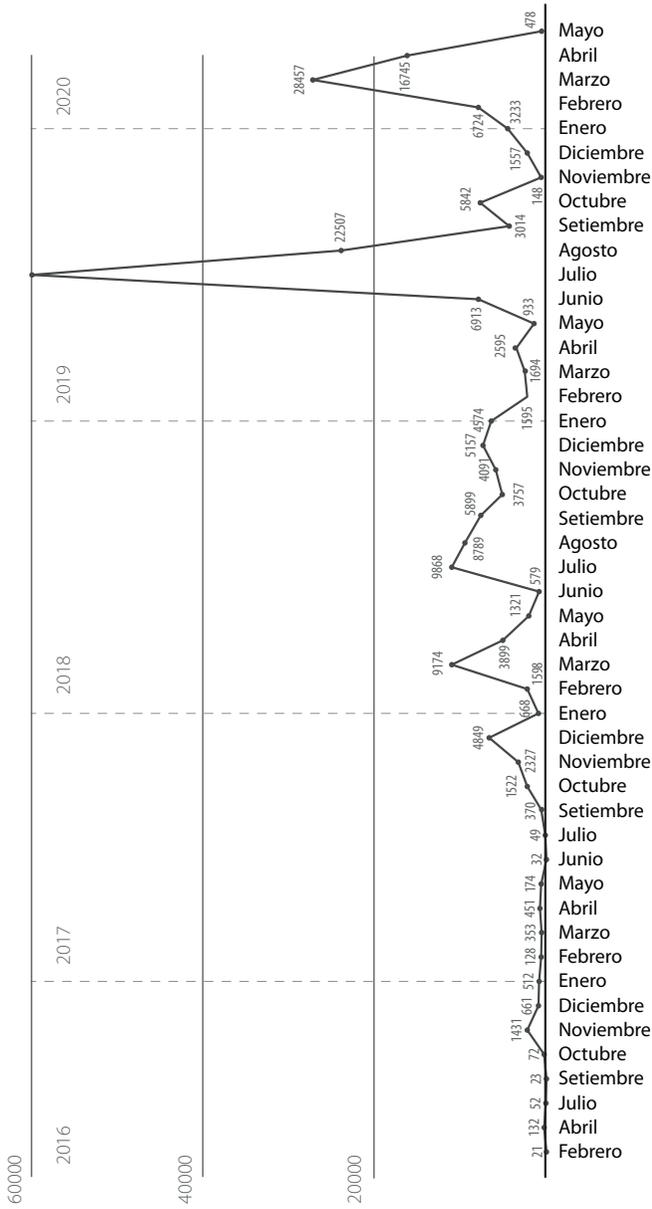


Figura 1.2 Cantidad de interacciones generadas por publicaciones sobre noticias falsas en perfiles públicos de Costa Rica en Facebook.

Noticias falsas en Costa Rica

En primer lugar, la atención a las noticias falsas se ha concentrado en eventos mediáticos particulares. A diferencia de otros países, donde las noticias falsas acapararon la atención principalmente por su vínculo a procesos electorales, en Costa Rica las mayores preocupaciones sobre las noticias falsas se han concentrado en tres eventos concretos: 1) una serie de protestas ciudadanas que culminaron en la renuncia del entonces Ministro de Educación Pública, Edgar Mora, el 1 de julio de 2019; 2) la discusión respecto del surgimiento de las noticias falsas como problema democrático realizada en medios de comunicación y en el plenario legislativo a mediados de 2019, y 3) la emergencia sanitaria ocasionada por la pandemia del coronavirus SARS-CoV-2 desde marzo 2020. Como se aprecia en las figuras 1.1 y 1.2, durante estos tres periodos creció el número de noticias y de publicaciones respecto de las noticias falsas, así como la cantidad de interacciones de las personas sobre este tema en Facebook (es decir, la cantidad de veces que la publicación fue compartida, comentada o generó “reacciones”). Aunque la discusión sobre el papel de las noticias falsas en las elecciones presidenciales de 2018 y en una marcha xenofóbica contra nicaragüenses a mediados de ese mismo año recibieron relativamente menos atención, también pueden interpretarse como expresiones de interés en eventos concretos que recibieron amplia cobertura mediática.

En segundo lugar, durante esos tres eventos se publicaron no solo noticias destinadas a aclarar informaciones falsas sino también reflexiones sobre el tema de las noticias falsas. A mediados de 2019, medios de comunicación del país convirtieron las noticias falsas en un tema noticioso en sí mismo. Este fenómeno no había ocurrido previamente en el país, ni siquiera en las elecciones presidenciales de 2018, durante las cuales se publicó relativamente pocas veces sobre el tema de las noticias falsas en Facebook, como puede apreciarse en la Figura 1. A lo largo de la emergencia sanitaria de 2020, por ejemplo, las noticias falsas fueron comparadas a la pandemia (mediante el empleo de términos tales como “infodemia”). Una publicación en Facebook de marzo de 2020 hecha por la Caja Costarricense del Seguro Social es ilustrativa en ese sentido. La publicación afirmaba: “#EscudoCovid19. La desinformación es peligrosa. Confíe [sic] solo en información oficial y no distribuya noticias falsas

o sin confirmar. Active su escudo contra el COVID-19. #CCSSdeCostaRica” (Caja Costarricense del Seguro Social, 2020).

En tercer lugar, estos tres eventos asumieron que las noticias falsas representaban un problema democrático para el país. Medios de comunicación publicaron numerosas notas para sustentar esta idea, usualmente respaldada por personas funcionarias del gobierno o fuentes informativas definidas como expertas. Lo mismo había sucedido un año antes cuando se les atribuyó a las noticias falsas un papel de “catalizador” en la marcha xenofóbica contra nicaragüenses (Chacón y Valverde, 2018). Una publicación del presidente Carlos Alvarado en redes sociales a mediados de 2019, ampliamente difundida por medios de comunicación locales, capturaba esa premisa con precisión: “Difundir información falsa, cualquiera sea el propósito de quienes lo hagan, tiene efectos nefastos para las democracias. [...] Otros países ya han sufrido las consecuencias causados por la difusión de mentiras. No permitamos que eso ocurra en Costa Rica” (Mora, 2019). Alvarado vinculó explícitamente las protestas ciudadanas de mediados de 2018 a informaciones falsas circuladas por redes sociales en días previos. Varias otras personas en cargos públicos expresaron ideas similares. En ese contexto, no resulta sorprendente que una de las publicaciones sobre el tema de noticias falsas que recibió mayor atención de la población costarricense en Facebook fue una noticia publicada por *CRHoy.com* el 31 de julio de 2019. Esta noticia vinculaba al partido Nueva República con un supuesto medio de comunicación (*Diariolacarta.com*) que publicó información falsa sobre la reforma fiscal impulsada por el gobierno de la república (véase Figura 1.3). La noticia llamó la atención en la medida en que se le atribuyó a un partido político con representantes en la Asamblea Legislativa la creación deliberada de noticias falsas, al mismo tiempo que el plenario legislativo debatía sobre las consecuencias democráticas de la desinformación.

Nueva República guarda silencio sobre vínculo con medio que reproduce noticias falsas

Agencia Julio 31, 2019 7:16 am



(CRHoy.com)- El comunicador **Cristian Cambronero** dio a conocer que la página web diariolacarta.com, que empezó a circular hace pocos días y reproduce noticias falsas o inexactas, sin firma ni contacto de sus redactores, tiene aparentes vínculos con **el bloque político Nueva República**, creado por el excandidato presidencial Fabricio Alvarado.

Cambronero
hace 2 años

Empresa de Jonathan Prendas registró nombre que usa nuevo "medio" de noticias falsas.

"Diariolacarta.com" es un pseudo-medio de comunicación que saltó a la vista este martes luego de que el fundador del partido "Nueva República", Fabricio Alvarado publicara una nota falsa sobre la IVA tomada de ese medio.

El dominio diariolacarta.com fue registrado en 2017 a nombre de "Comunicaciones OBS", empresa de la que forma parte el diputado Jonathan Prendas. El mail con el que se reali... Ver más

9:30 p. m.
mx.godaddy.com

Resultados de la búsqueda de WHOIS

Domain Name: diariolacarta.com
Registry Domain ID: 2127996776_DOMAIN_COM-VRSN
Registrar WHOIS Server: whois.godaddy.com
Registrar URL: http://www.godaddy.com
Updated Date: 2019-05-24T23:32:44Z
Creation Date: 2017-05-25T21:53:57Z
Registrar Registration Expiration Date: 2020-05-25T21:53:57Z
Registrar: GoDaddy.com, LLC
Registrar IANA ID: 146
Registrar Abuse Contact Email: abuse@godaddy.com
Registrar Abuse Contact Phone: +14806242505
Domain Status: clientTransferProhibited
http://www.icann.org/epp#clientTransferProhibited
Domain Status: clientUpdateProhibited
http://www.icann.org/epp#clientUpdateProhibited
Domain Status: clientRenewProhibited
http://www.icann.org/epp#clientRenewProhibited

Registrant Postal Code: 00000
Registrant Country: CR
Registrant Phone: +506.87690770
Registrant Phone Ext:
Registrant Fax:
Registrant Fax Ext:
Registrant Email: fprendas@gmail.com
Registry Admin ID: Not Available From Registry
Admin Name: Grupo OBS Costa Rica
Admin Organization: Comunicaciones OBS
Admin Street: San Jose
Admin City: San Jose
Admin State/Province: San Jose
Admin Postal Code: 00000
Admin Country: CR
Admin Phone: +506.87690770

Registry Tech ID: Not Available From Registry
Tech Name: Grupo OBS Costa Rica
Tech Organization: Comunicaciones OBS
Tech Street: San Jose
Tech City: San Jose
Tech State/Province: San Jose
Tech Postal Code: 00000
Tech Country: CR
Tech Phone: +506.87690770
Tech Phone Ext:
Tech Fax:
Tech Fax Ext:
Tech Email: fprendas@gmail.com
Name Server: NS-1600.AWSDNS-08.CO.UK
Name Server: NS-602.AWSDNS-11.NET
Name Server: NS-73.AWSDNS-09.COM

452 82 720

Figura 1.3 Publicación de CRHoy.com sobre vínculo entre personas diputadas y la circulación de noticias falsas

Podría entonces sugerirse que el surgimiento de las noticias falsas como objeto de atención pública en Costa Rica ha estado vinculado al trabajo de medios de comunicación y figuras políticas para convertirlo en tema noticioso. Este vínculo es relevante para medios de comunicación no solo por su eventual importancia democrática, sino también porque ha provisto una oportunidad para reivindicar su trabajo periodístico en tiempos de crisis (Siles y Boczkowski, 2012). En ese contexto, evidenciar que las noticias falsas son un problema político también es una forma de demostrar la importancia de los medios de comunicación como instituciones vitales para la vida democrática. Es en ese contexto que debe entenderse el surgimiento de iniciativas de *fact-checking* o verificación de información promovidas por medios de comunicación locales para contrarrestar el alcance de las noticias falsas.

En Costa Rica existen unidades de verificación de datos al menos desde enero de 2018. Se destaca que, para ese momento, la atención sobre el fenómeno de las *fake news* era relativamente baja. En ese contexto, la creación de *No Coma Cuento* por parte de *La Nación* y de *No se Vaya Pollo* de *La Teja* (ambos en enero de 2018) podría catalogarse como preventiva de cara a la elección presidencial (en febrero de ese año). La segunda ronda electoral sirvió como antecedente para la proliferación de otras iniciativas de este tipo, tales como *No Caiga* de *CRHoy.com* (junio de 2018) y *Doble Check* de la Universidad de Costa Rica (octubre de 2018). Ya para 2019, instituciones como la Presidencia de la República, que lanzó la plataforma “Gobierno Aclara” en julio de ese año y, en agosto del año 2021, el Tribunal Supremo de Elecciones, que ofrece el curso “Ciudadanía Digital Responsable, se sumaron a la lista de iniciativas respecto de este tema.

Hacia una agenda investigativa sobre noticias falsas en Costa Rica

Como se vio en la primera parte de este capítulo, aunque la problemática de las noticias falsas ha existido históricamente, ni su larga data ni su omnipresencia actual han facilitado la tarea de definirla. Esto, como bien señala Alemanno (2018), complica identificar “dónde radica el problema y cómo enmarcarlo” (p. 2). Las respuestas a este fenómeno no son sencillas ni unívocas.

Noticias falsas en Costa Rica

Así, las tendencias de análisis y los vacíos de conocimientos identificados anteriormente pueden servir como insumo para una agenda investigativa en relación con el tema de las noticias falsas en nuestro país. En el marco de las grandes áreas de estudio que se identificaron en secciones previas (i. e. exposición, difusión, apropiación y soluciones), se esbozan a continuación los cimientos analíticos de una agenda de investigación sobre el tema de noticias falsas.

En un país donde apenas está dando inicio la investigación en torno a las noticias falsas, es muchísimo lo que debe estudiarse en relación con la exposición de la población costarricense a estas. Se podría comenzar con un mapeo de los medios, pseudomedios y otros generadores de contenido que difunden noticias falsas en línea y, siguiendo con hallazgos de estudios como el de Vargo et al. (2018), tratar de identificar posibles vínculos partidistas de algunos de esos productores de contenido falso. También interesa saber cuáles son las temáticas en torno a las cuales se produce contenido falso (política, salud, ciencia, finanzas o estafas, farándula, etc.). Y, por supuesto, como textos que son, es imprescindible estudiarlos desde diferentes enfoques, como estudios del discurso, lingüística del texto y análisis multimodales, para identificar estrategias discursivas y argumentativas, recursos semióticos, funciones textuales y encuadres, que presentan las noticias falsas.

Este tipo de estudios debería tener un carácter permanente o por lo menos periódico. Tal y como lo señala la Comisión Europea (2018) que rindió un informe sobre el tema, se requiere identificar y mapear fuentes y métodos de desinformación, incluidos los mecanismos que contribuyen a su amplificación digital, que se aborda más adelante. De igual forma, es preciso monitorear de manera continua la escala, técnicas y herramientas, así como la naturaleza precisa y el impacto (potencial) de las noticias falsas.

Una problemática compleja y multidimensional como lo es la de las noticias falsas requiere de soluciones integrales e interdisciplinarias. Por eso, es imprescindible trabajar desde el enfoque de la difusión. Es necesario medir el alcance que tienen las noticias falsas en diferentes plataformas, como medios tradicionales, pseudomedios y redes sociales, como Facebook y Twitter: cuánto tiempo le dedican las personas a cada plataforma, cuánta credibilidad les merece

cada una, qué uso diferenciado les dan, cómo y cuánto interactúan o participan en ella, con qué criterios comparten o reenvían contenido desde cada una; son tan solo algunas de las interrogantes que nos podemos hacer en torno a estas plataformas. El uso generalizado de WhatsApp en el país, el papel, que ya se sabe cumple esta aplicación en la difusión de noticias falsas y las dificultades que esta plataforma presenta para su estudio, la convierten en una categoría aparte que urge investigar.

Sobre el tema de la difusión, el papel de los algoritmos y de los *bots* es otra área de estudio que no debe postergarse. El país está en capacidad de explorar el desarrollo de algoritmos para la detección de noticias falsas. Según Vosoughi et al. (2018), esto puede hacerse identificándolas por los estilos lingüísticos que utilizan, las características de las personas involucradas en propagar la información y la dinámica de propagación del rumor en la red. Este tipo de herramientas también pueden explorarse para detectar y frenar a *bots* que colaboran en la difusión de desinformación en línea (Shao et al., 2017). De igual manera, a través de algoritmos y visualizaciones de redes, se puede ahondar en el tema de la exposición selectiva a noticias y de cómo está el país en relación con cámaras de eco (o burbujas de filtro) en redes sociales. Este es un tema importante para pensar en posibles estrategias que puedan ayudar a promover un consumo de noticias más heterogéneo. Otra tarea en la que los algoritmos podrían dar luz es en determinar las diferencias de difusión que tienen las noticias falsas en contraposición con las aclaraciones que sobre ellas hacen las organizaciones verificadoras de datos.

Precisamente, una gran cantidad de las soluciones que se han propuesto en otras latitudes giran en torno al consumo de noticias falsas. Cualquier aproximación requiere conocer hábitos y preferencias de los usuarios de redes sociales y consumidores de noticias y medios de comunicación. En este campo son múltiples las avenidas que producirían conocimiento valioso para emprender acciones frente a las noticias falsas.

Aunque en el país hay estudios sobre consumo de noticias, de medios y de redes sociales, tal y como se apuntó en el apartado anterior, es muy poco el trabajo empírico que da cuenta de las prácticas de consumo de la

Noticias falsas en Costa Rica

persona costarricense en relación con noticias falsas. Por eso, cualquier tipo de estudio aportaría datos que contribuirían a generar valioso conocimiento, ya sea investigaciones con enfoque cuantitativo, cualitativo o experimental. Por un lado, encuestas como la de Brenes, Pérez y Siles (2021) y trabajos más cualitativos como grupos focales o entrevistas en profundidad, permiten conocer la autopercepción de las personas usuarias sobre su capacidad de identificar noticias falsas, las estrategias de autenticación del contenido que utilizan y sus motivaciones para compartir contenido (falso o no). También debe investigarse en torno a la práctica de leer solamente titulares. Pennycook y Rand (2019), por ejemplo, recomiendan estudiar las consecuencias de leer los titulares para las creencias y comportamientos posteriores. Otra área que debe analizarse con personas usuarias es la utilización de las etiquetas o alertas de noticias falsas: ¿cuánto ayudan a mitigar el problema?, ¿crean un efecto adverso en relación con las notas que no tienen las etiquetas como señalan algunos estudios (Clayton et al., 2019)?

Sobre efectos, el abanico de posibilidades (y necesidades) es enorme: ¿qué efectos cognitivos y afectivos tienen sobre las audiencias distintos tipos de contenidos como memes, videos y textos que parecen noticias? Asimismo, en línea con Hameleers y van der Meer (2020), por ejemplo, es necesario distinguir los efectos de las noticias falsas y verificadores de datos sobre los resultados cognitivos y afectivos. Adicionalmente, a través de investigaciones cualitativas y experimentales, deben buscarse respuestas a preguntas como ¿cuál es el proceso de toma de decisiones por el que atraviesa una persona para decidir leer (abrir) un contenido, decidir compartirlo, determinar a quién o quiénes lo comparte, qué lo motiva a compartir el contenido ¿Se trata de una decisión sobre todo afectiva para informar o entretener a sus grupos cercanos, como aseguran Duffy et al. (2019)? Todo lo anterior requiere también un análisis a la luz de las diferencias sociodemográficas de las personas usuarias: ¿marca lo rural o lo urbano contrastes significativos?, ¿qué tendencias se observan por rangos etarios y por niveles educativos?, ¿a mayor edad o mayor nivel educativo, hay más capacidad de análisis crítico?, ¿hay tipos de noticias falsas, temáticas o formatos que logran más interacciones según características sociodemográficas?

Todas las soluciones para enfrentar la problemática de las noticias falsas que ya se han explorado en el país y las que podrían adaptarse de propuestas

internacionales requieren de procesos de evaluación. Jang y Kim (2018), por ejemplo, aseguran que es imperativo que se investigue cómo las personas perciben la influencia de las noticias falsas para analizar cómo esta influencia percibida lleva a apoyar la regulación de las noticias falsas y la intervención de alfabetización mediática.

Sobre los esfuerzos de alfabetización mediática también es mucho lo que debe incluirse en una futura agenda de investigación. En primera instancia, conviene mapear cuáles son las iniciativas que ya está implementando el Ministerio de Educación Pública (MEP) y luego identificar metodologías y ejercicios –como los que proponen McGrew et al. (2018)– para analizar si estudiantes saben buscar, evaluar y verificar información social y política en línea. Siguiendo con lo que proponen estas personas autoras, también hay todo un campo de estudio relacionado con materiales curriculares para apoyar el desarrollo de las competencias de razonamiento cívico en línea del estudiantado. De igual manera, la alfabetización de la población adulta mayor también debe estar en la agenda de investigación. Se trata de una población de creciente importancia que es vulnerable frente a las noticias falsas en línea (Guess et al., 2019). En síntesis, se deben buscar respuestas para contestar a la pregunta sobre cómo debe ser el pensamiento crítico en la era digital.

La problemática de las noticias falsas está indisolublemente asociada con los debates sobre el periodismo contemporáneo y su papel en regímenes democráticos. Por una parte, está el fenómeno descrito por Egelhofer y Lecheler (2019) cuando actores políticos utilizan “la etiqueta” de noticias falsas como un arma para desacreditar a los medios de comunicación que contradicen sus posiciones. Si bien en nuestro país ataques de este tipo no son tan frecuentes como lo fueron en Estados Unidos bajo la presidencia de Donald Trump, conviene medir la magnitud del fenómeno y, sobre todo, el posible impacto que pueda estar teniendo en cómo la ciudadanía percibe a los medios de comunicación. Por otra parte, en el marco de la problemática de las noticias falsas, también sería oportuno conocer qué opina la ciudadanía sobre el periodismo que se hace en el país y sobre cómo se comparan sus preferencias en relación con estudios que se han hecho en otros países, por ejemplo, en temas como la transparencia en relación con sus inclinaciones políticas

Noticias falsas en Costa Rica

(Wenzel, 2019), un periodismo más orientado a los hechos y menos basado en opiniones (Wagner y Boczkowski, 2019), así como el reconocimiento de sus errores y la participación de audiencias, entre otros.

Otro ejercicio pertinente sería implementar en el caso de Costa Rica actividades (en Fernández-García, 2017, p.74) como las que realiza el periódico progresista inglés *The Guardian*, a través de su sección “Burst Your Bubble” (Revienta tu burbuja), en la que recomienda cada semana cinco artículos conservadores que consideran de interés para expandir el pensamiento de su público lector. De manera similar, el periódico *The Wall Street Journal* propone un sitio web llamado “Blue Feed, Red Feed”, en el que muestra a la vez dos columnas: a la izquierda los posteos en Facebook de medios progresistas y a la derecha las publicaciones conservadoras.

Finalmente, retomando preocupaciones que se han mencionado más arriba en relación con las noticias falsas y los sistemas democráticos y reconociendo que ha sido un tema de gran preocupación e impacto en otros países, es imperativo tener presente las próximas elecciones nacionales para presidencia y diputaciones en febrero 2022. Como país, ninguno de nuestros recientes procesos electorales se ha visto *significativamente* afectado por las noticias falsas en línea –aunque ya han estado presentes. Sin embargo, la tarea de identificarlas y prepararse para revertir su posible efecto es urgente.

En suma, la problemática de las noticias falsas es compleja y multidimensional. Cualquier agenda de investigación para abordarla debe tomar en cuenta lo que bien señalan Nielsen y Graves (2017): es necesario que periodistas, medios de comunicación y compañías tecnológicas reconozcan que las personas ven las noticias falsas como un problema amplio con responsabilidades repartidas. Esta misma es la tónica del informe de la Comisión Europea (2018) sobre desinformación, que propone un código de buenas prácticas (“*Code of Practices*”) para que todos los *stakeholders*, incluyendo plataformas en línea, organizaciones mediáticas (prensa y *broadcasters*), periodistas, *fact-checkers*, creadores de contenido independientes e industria publicitaria, se comprometan con sus respectivos roles y responsabilidades (Comisión Europea, 2018, pp. 32-33). El informe de la Comisión Europea no

menciona a la academia y a otras organizaciones que podrían colaborar y que también deberían unirse en el esfuerzo. Pareciera, por tanto, que constituye un buen primer paso para revisar, evaluar y poner en práctica algunas de las propuestas e ideas que aquí se han esbozado.

A modo de conclusión

Este capítulo ilustró cómo investigaciones de diversas partes del mundo le han dado sentido al tema de las noticias falsas y sus implicaciones democráticas. Se inició con una contextualización que permitió poner en perspectiva histórica la evolución de este fenómeno. A la luz de ese contexto, se discutieron algunas definiciones desarrolladas en la literatura académica. También se presentaron hallazgos preliminares que se han obtenido mediante investigaciones en Costa Rica. Estas investigaciones han brindado valiosos insumos analíticos, aunque por el momento son escasas. Asimismo, se discutió cómo ha evolucionado la atención dada a las noticias falsas como tema de debate público en el país.

Como se ha sugerido a lo largo de este capítulo, el fenómeno de las noticias falsas debe entenderse en un contexto más amplio. Waisbord (2018), por ejemplo, propone que este fenómeno “es indicativo de la posición controvertida de las noticias y las dinámicas de formación de creencias en las sociedades contemporáneas. Es sintomático del colapso del viejo orden de las noticias y del caos de la comunicación pública contemporánea” (p. 1868). En ese contexto actual de crisis de la comunicación descrito por Waisbord, urge ampliar conocimientos sobre las noticias falsas como fenómeno complejo y multidimensional. Para esto, este capítulo propuso una agenda de investigación que busca suplir algunos de los vacíos de conocimientos existentes sobre el alcance e implicaciones de las noticias falsas en Costa Rica, mediante un análisis crítico y empírico. De ese modo, se espera haber contribuido a sentar algunas bases conceptuales y analíticas que permitan no solo entender mejor sino también revertir las consecuencias de este fenómeno en el país.

Noticias falsas en Costa Rica

Referencias bibliográficas

Alemanno, Alberto. 2018. "How to counter fake news? a taxonomy of anti-fake news approaches." *European journal of risk regulation* 9, no. 1: 1-5.

Allcott, Hunt & Matthew Gentzkow. 2017. "Social media and fake news in the 2016 election." *Journal of Economic Perspectives* 31: 211-236.

Bakir, Vian & Andrew McStay. 2018. "Fake news and the economy of emotions: Problems, causes, solutions." *Digital Journalism* 6, no. 2: 154-175.

Blanco Alfonso, Ignacio, Carmen García Galera & Santiago Tejedor Calvo. 2019. "El impacto de las fake news en la investigación en Ciencias Sociales. Revisión bibliográfica sistematizada." *Historia y comunicación social* 24, no. 2: 449-469.

Brenes, Carlos, Rolando Pérez & Ignacio Siles. 2021. "Predictores psicosociales de la exposición y difusión de noticias falsas en Costa Rica." *Cuadernos.Info* 49: 213-236.

Brummette, John, Marcia DiStaso, Michail Vafeiadis & Marcus Messner. 2018. "Read all about it: The politicization of "Fake News" on Twitter." *Journalism & Mass Communication Quarterly* 95, no. 2: 497-517.

Bourgonje, Peter, Julian Moreno-Schneider & Georg Rehm. 2017. "From Clickbait to Fake News Detection: An Approach based on Detecting the Stance of Headlines to Articles." *Proceedings of the 2017 EMNLP Workshop on Natural Language Processing meets Journalism*, 84-89.

Canavilhas, João, Juliana Colussi & Zita-Bacelar Moura. 2019. "Desinformación en las elecciones presidenciales 2018 en Brasil: un análisis

de los grupos familiares en WhatsApp.” *El profesional de la información* 28 no. 5, <https://doi.org/10.3145/epi.2019.sep.03>

Caja Costarricense del Seguro Social. [ccssdecostarica]. 8 de marzo, 2020. “#EscudoCovid19 La desinformación es peligrosa. Confié solo en información oficial y no distribuya noticias falsas o sin confirmar. Active su escudo contra el COVID-19.” Facebook, texto e imagen, <https://www.facebook.com/120996387924093/posts/3101152156575153>

Clayton, Katherine, Spencer Blair, Jonathan Busam, Samuel Forstner, John Glance, Guy Green & Morgan Sandhu. 2019. “Real solutions for fake news? Measuring the effectiveness of general warnings and fact-check tags in reducing belief in false stories on social media.” *Political Behavior*, 1-23.

Comisión Europea. 2018. “A multi-dimensional approach to disinformation. Report of the independent High-Level Group on fake news and online disinformation.” *Publications Office of the European Union*. <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/6ef4df8b-4cea-11e8-be1d-01aa75ed71a1/language-en>

Corner, John. 2017. “Fake news, post-truth and media-political change.” *Media, Culture & Society* 39, no. 7: 1100-1107.

Dafonte-Gómez, Alberto. 2019. “Consumo y Distribución de Contenidos en la Era Digital: el Papel de la Audiencia en la Propagación de Noticias Falsas.” *Transformações do Jornalismo. Na Nova Ecologia dos Meios*, 54-63.

Denner, Nora & Christina Peter. 2017. “Der Begri” Lügenpresse in deutschen Tageszeitungen. [The term lying press in German newspapers].” *Publizistik* 62, no. 3: 273-297.

Noticias falsas en Costa Rica

Duffy, Andrew, Edson Tandoc & Rich Ling. 2019. "Too good to be true, too good not to share: the social utility of fake news." *Information, Communication & Society*, 1-15.

Egelhofer, Jana Laura & Sophie Lecheler. 2019. "Fake news as a two-dimensional phenomenon: a framework and research agenda." *Annals of the International Communication Association* 43 no. 2: 97-116.

Fernández-García, Nuria. 2017. "Fake news: una oportunidad para la alfabetización mediática." *Nueva sociedad* 269.

Fletcher, Richard, Alessio Cornia, Lucas Graves & Rasmus Kleis. 2018. "Measuring the reach of fake news and online disinformation in Europe." *Oxford: Reuters Institute, University of Oxford*.

Freire França, Fabiane, Maria Luisa Furlan Costa & Renata Oliveira dos Santos. 2019. "As novas tecnologias de informação e comunicação no contexto educacional das políticas públicas." *ETD-Educação Temática Digital* 21, no. 3: 645-661.

Graves, Lucas. 2016. *Deciding what's true: The rise of political fact-checking in American journalism*. New York: Columbia University Press.

Graves, Lucas & Federica Cherubini. 2016. *The rise of fact-checking sites in Europe*. Reuters Institute for the Study of Journalism/University of Oxford. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/>

Guess, Andrew, Brendan Nyhan & Jason Reifler. 2017. "You're fake news!" *The 2017 Poynter Media Trust Survey*. poyntercdn.blob.core.windows.net/files/PoynterMediaTrustSurvey2017.pdf

Guess, Andrew, Jonathan Nagler & Joshua Tucker. 2019. “Less than you think: Prevalence and predictors of fake news dissemination on Facebook.” *Science advances* 5, no. 1. DOI: 10.1126/sciadv.aau4586

Hameleers, Michael & Toni van der Meer. 2020. “Misinformation and polarization in a high-choice media environment: How effective are political fact-checkers?” *Communication Research* 47, no. 2: 227-250.

Jang, S. Mo & Joon K. Kim. 2018. “Third person effects of fake news: Fake news regulation and media literacy interventions.” *Computers in Human Behavior* 80, 295-302.

Klein, David & Joshua Wueller. 2017. “Fake news: A legal perspective.” *Journal of Internet Law* 20, no. 10: 5-13.

Lischka, Juliane. 2019. “A badge of honor?” *Journalism Studies* 20, no. 2: 287-304.

Marqués, Néstor. 2019. *Fake news de la antigua Roma. Engaños, propaganda y mentiras de hace 2000 años*. Madrid: Espasa.

McGrew, Sarah, Joel Breakstone, Teresa Ortega, Mark Smith & Sam Wineburg. 2018. “Can students evaluate online sources? Learning from assessments of civic online reasoning.” *Theory & Research in Social Education* 46, no. 2: 165–193. doi:10.1080/00933104.2017.1416320

Middaugh, Ellen. 2018. “Civic media literacy in a transmedia world: Balancing personal experience, factual accuracy and emotional appeal as media consumers and circulators.” *Journal of Media Literacy Education* 10, no. 2: 33–52.

Noticias falsas en Costa Rica

Middaugh, Ellen. 2019. "More Than Just Facts: Promoting Civic Media Literacy in the Era of Outrage." *Peabody Journal of Education* 94, no. 1: 17-31.

Mora, Carlos. 2019. "Alvarado: 'Difundir información falsa tiene efectos nefastos'." *CRHoy.com*, 31 de julio. <https://www.crhoy.com/nacionales/alvaradodifundir-informacion-falsa-tiene-efectos-nefastos/>

Mourão, Rachel & Craig Robertson. 2019. "Fake News as Discursive Integration: An Analysis of Sites That Publish False, Misleading, Hyperpartisan and Sensational Information." *Journalism Studies* 20, no. 14: 2077-2095. DOI: 10.1080/1461670X.2019.1566871

Musgrove, Ann, Jillian Powers, Lauri Rebar & Glenn Musgrove. 2018. "Real o fake? Resources for teaching college students how to identify fake news." *Collegue & Undergraduate Libraries* 25, no. 3: 243-260.

Nelson, Jacob & Harsh Taneja. 2018. "The small, disloyal fake news audience: The role of audience availability in fake news consumption." *New media & society* 20, no. 10: 3720-3737.

Nielsen, Rasmus & Lucas Graves. 2017. "News you don't believe": *Audience perspectives on fake news*. Reuters Institute/University of Oxford Factsheet.

Pennycook, Gordon, Adam Bear, Evan Collins & David Rand. 2020. "The implied truth effect: Attaching warnings to a subset of fake news stories increases perceived accuracy of stories without warnings." *Management Science*.

Pennycook, Gordon, Tyrone Cannon & David Rand. 2018. "Prior exposure increases perceived accuracy of fake news." *Journal of experimental psychology: general* 147, no. 12: 1865.

Pennycook, Gordon & David Rand. 2019. "Lazy, not biased: Susceptibility to partisan fake news is better explained by lack of reasoning than by motivated reasoning." *Cognition* 188, 39-50.

Pérez Tornero, Jose Manuel, Samy Tayie, Santiago Tejedor & Cristina Pulido. 2018. "¿Cómo afrontar las noticias falseadas mediante la alfabetización periodística? Estado de la cuestión." *Doxa Comunicación*, no. 26: 211-235.

Resende, Gustavo, Philipe Melo, Hugo Sousa, Jonnatan Messias, Marisa Vasconcelos, Jussara Almeida & Fabrício Benevenuto. 2019. "(Mis) Information Dissemination in WhatsApp: Gathering, Analyzing and Countermeasures" Conferencia presentada en *WWW'19: The World Wide Web Conference*, San Francisco, California, Estados Unidos el 13 de mayo.

Ribeiro Ferreira, Ricardo. 2018. "Rede de mentiras: a propagação de fake news na pré-campanha presidencial brasileira." *Observatorio (OBS*)* 12, no. 5.

Roets, Arne. 2017. "'Fake news': Incorrect, but hard to correct. The role of cognitive ability on the impact of false information on social impressions." *Intelligence* 65, 107-110.

Romero Rodríguez, Luis, Paloma Contreras Pulido & M. Amor Pérez Rodríguez. 2019. "Las competencias mediáticas de profesores y estudiantes universitarios. Comparación de niveles en España, Portugal, Brasil y Venezuela." *Cultura y Educación: Culture and Education* 31, no. 2: 346-368.

Schulz, Anne, Werner Wirth & Philipp Müller. 2018. "We are the people and you are fake news: A social identity approach to populist citizens' false consensus and hostile media perceptions." *Communication Research* 47, no. 2: 201-226.

Noticias falsas en Costa Rica

Shao, Chengcheng, Giovanni Ciampaglia, Omar Varol, Alessandro Flammini & Filippo Menczer. 2017. "The spread of fake news by social bots." *arXiv preprint arXiv:1707.07592* 1, 104.

Siles, Ignacio & Pablo Boczkowski. 2012. "Making sense of the newspaper crisis: A critical assessment of existing research and an agenda for future work." *New Media & Society*, 14, no. 8: 1375-1394.

Soll, Jacob. 2016. "The long and brutal history of fake news." *Politico Magazine*, 18 de diciembre. <https://www.politico.com/magazine/story/2016/12/fake-news-history-long-violent-214535>

Spoehr, Dominic. 2017. "Fake news and ideological polarization: Filter bubbles and selective exposure on social media." *Business Information Review* 34, no. 3: 150-160.

Stencel, Mark & Joel Luther. 2020. "Update: 237 fact-checkers in nearly 80 countries... and counting." *Duke Reporters' Lab*, 3 de abril. <https://reporterslab.org/update-237-fact-checkers-in-nearly-80-countries-and-counting/>

Tandoc, Edson, Zheng Lim & Richard Ling. 2018. "Defining 'fake news' A typology of scholarly definitions." *Digital journalism* 6, no. 2: 137-153.

Tandoc, Edson, Darren Lim & Rich Ling. 2020. "Diffusion of disinformation: How social media users respond to fake news and why." *Journalism* 21, no. 3: 381-398.

Tandoc, Edson, Richard Ling, Oscar Westlund, Andrew Duffy, Debbie Goh & Zheng Wei. 2018. "Audiences' acts of authentication in the age of fake news: A conceptual framework." *New Media & Society* 20, no. 8: 2745-2763.

Tardáguila, Cristina. 2019. "Falsehoods Outperform Facts in Brazilian WhatsApp Groups, Study Shows." *Poynter.org*, 4 de octubre. <https://www.poynter.org>

poynter.org/fact-checking/2019/falsehoods-outperform-facts-in-brazilian-whatsapp-groups-study-shows/

Valenzuela, Sebastián, Ingrid Bachmann & Matías Bargsted. 2021. “The personal is the political? What do WhatsApp users share and how it matters for news knowledge, polarization and participation in Chile.” *Digital Journalism* 9, no. 2: 1-21.

Valenzuela, Sebastián. 2017. “Desinformación por noticias falsas: Expertos explican los daños de este fenómeno y cómo enfrentarlo.” *CIGIDEN*, 28 de enero. <https://www.cigiden.cl/desinformacion-por-noticias-falsas-expertos-explican-los-danos-de-este-fenomeno-y-como-enfrentarlo-fuente-emol-com-httpwww-emol-comnoticiasnacional20170128842250desinformacion-por-notic/>

Van Duyn, Emily & Jessica Collier. 2019. “Priming and fake news: The effects of elite discourse on evaluations of news media.” *Mass Communication and Society* 22, no. 1: 29-48.

Vargo, Chris, Lei Guo & Michelle Amazeen. 2018. “The agenda-setting power of fake news: A big data analysis of the online media landscape from 2014 to 2016.” *New media & Society* 20, no. 5: 2028-2049.

Vosoughi, Soroush, Deb Roy & Sinan Aral. 2018. “The Spread of true and false news online.” *Science* 359, no. 6380: 1146-1151.

Wagner, María Celeste & Pablo Boczkowski. 2019. “The Reception of Fake News: The Interpretations and Practices That Shape the Consumption of Perceived Misinformation.” *Digital Journalism* 7, no. 7: 870-885.

Waisbord, Silvio. 2018. “Truth is what happens to news: On journalism, fake news, and post-truth.” *Journalism Studies* 19, no. 13: 1866-1878.

Noticias falsas en Costa Rica

Wardle, Claire. 2017. "Fake News. It's Complicated." First Draft News, 16 de febrero. <https://firstdraftnews.org/articles/fake-news-complicated/>

Wardle, Claire. 2018. "The Need for Smarter Definitions and Practical, Timely Empirical Research on Information Disorder." *Digital Journalism* 6, no. 8: 951-963.

Wardle, Claire & Hossein Derakhshan. 2017. *Information disorder. Toward an interdisciplinary framework for research and policymaking*. Estrasburgo: Council of Europe report DGI.

Weeks, Brian & R. Kelly Garrett. 2014. "Candidate rumors, and vote choice during the 2008 U.S. presidential election." *International Journal of Public Opinion Research* 26, no. 1: 401-422.

Wenzel, Andrea. 2019. "To Verify or to Disengage: Coping with 'Fake News' and Ambiguity." *International Journal of Communication* 13.

Ximénez de Sandoval, Pablo. 2020. El boicot de grandes anunciantes contra Facebook sigue creciendo pese a la reacción de Zuckerberg. *El País*, 30 de junio. <https://elpais.com/tecnologia/2020-06-29/el-boicot-de-grandes-anunciantes-contra-facebook-sigue-creciendo-pese-a-la-reaccion-de-zuckerberg.html>

2 “Si es falso, no es noticia”. Lo que opinan periodistas sobre las noticias falsas

Carolina Carazo-Barrantes / Mariana Cajina-Rojas

Introducción

En los inicios de Internet, en la década de los años noventa –cuando de pronto los medios de comunicación perdieron el monopolio de contar noticias al público–, se multiplicaron los debates y los pronósticos más pesimistas sobre el futuro del periodismo. Si a través de esta red cualquier persona podía informar y publicar contenido y, a su vez, también acceder a todo tipo de contenido y de información, ¿para qué se necesitaba periodistas?

Si bien, en aquel momento, las inquietudes y los cuestionamientos parecían legítimos, hoy, más de 25 años después, el péndulo parece haberse colocado en el otro extremo y el debate gira en torno a la necesidad del periodismo frente a la sobreoferta de información, especialmente, de cara al hoy conocido fenómeno de la desinformación.

Precisamente, en el marco de la circulación de desinformación y noticias falsas, la ciudadanía en todo el mundo (Sánchez y Fuente, 2020; Brenan y Stubbs, 2020), incluyendo Costa Rica (CIEP, 2019) vuelve la mirada al periodismo profesional como garante de información veraz y confiable.

“Si es falso, no es noticia”

Para Sánchez y Fuente (2020)

los ciudadanos están necesitados más que nunca de la dieta saludable de la información fiable y de calidad. La multiplicación de fuentes difusoras de información con distintas y muy diversas procedencias, intereses y compromiso con la verdad hacen especialmente necesaria la existencia de la mediación profesional que filtre lo relevante de lo intrascendente, verifique cada dato y dé sentido a la noticia puntual. En eso consiste la función social del periodismo (p.14).

Si bien los hallazgos que se presentan en este capítulo son parte de una investigación en curso y, por lo tanto, se trata de una muestra pequeña y no representativa de periodistas costarricenses, su inclusión como capítulo de este libro se justifica porque, a pesar de ser, como gremio, actores con un papel nada desdeñable en la problemática de la desinformación, este rol ha sido poco explorado. Un libro sobre desinformación en Costa Rica no estaría completo sin la voz de periodistas costarricenses.

Para el desarrollo de este capítulo se aplicó una metodología cualitativa basada en la técnica de entrevistas semiestructuradas, que fueron realizadas a periodistas en puestos de mando (personas directoras, editoras o encargadas de secciones o áreas) de algunos de los principales medios del país. Esta metodología permitió realizar un análisis situado de la problemática de la desinformación en Costa Rica desde la visión de periodistas. En el texto se recupera lo que piensan las personas profesionales en periodismo participantes sobre el fenómeno de la desinformación, el término “noticias falsas”, la responsabilidad del gremio en la lucha contra esta problemática y cuáles soluciones ven viables. Los resultados sugieren que, si bien para quienes participaron, los contenidos desinformativos son los que circulan en redes sociales y no son contenidos de los medios tradicionales que representan, la problemática sí ha tenido un impacto directo e importante en las prácticas profesionales en las salas de redacción en las que laboran.

Estudios de desinformación con enfoque en periodismo

Sin pedirlo, las personas profesionales en periodismo se encuentran en el centro del debate sobre el fenómeno de la desinformación. Aunque hay artículos que hacen revisiones sistemáticas de la literatura sobre el fenómeno de la desinformación y las noticias falsas (Egelhofer y Lecheler, 2019; Parra-Valero y Oliveira, 2018; Blanco Alfonso, García Galera y Tejedor Calvo, 2019; Carazo, Tristán y Siles, capítulo 1 de este libro), estas revisiones no tienen un enfoque marcado hacia la relación de esta problemática con el periodismo. No obstante, la academia sí ha estudiado el protagonismo del periodismo en esta área desde diferentes aristas.

En América Latina, con la fundación en 1959 del Centro Internacional de Estudios Superiores de Periodismo para América Latina (CIESPAL), se dieron muy variadas reflexiones sobre el periodismo (Esteinou, 1984; Proaño, 1984), incluidos los fenómenos de la subinformación y la desinformación en la región. Ambos conceptos se empleaban ya a finales de la década de 1970 y durante la década de 1980 (Vega y Grillo, 1981). Más adelante, en lo que se podría llamar los inicios de la era digital, Ortega (2006) y Galdón (2006) profundizaron en la problemática de la desinformación. Ortega (2006) en su libro *Periodismo sin información*, hablaba del “modelo de la no información”. Este modelo se refiere a un periodismo que no tiene en cuenta la historia ni los antecedentes, uno en el que opinión e ideología imperan por encima de la información y en el que las fuentes brillan por su ausencia. El modelo también está caracterizado por la fragmentación de temas, el escaso seguimiento a estos y la espectacularización de la información (Herrero-Curiel, 2012). Ortega (2006) señala el incremento desproporcionado de la capacidad de “inventar, falsear o tergiversar acontecimientos” (p.15), mientras Galdón (2006) criticaba al periodismo basado en el deseo de aumentar la cantidad y no la calidad de las informaciones.

Todo esto debe enmarcarse en las discusiones sobre las rutinas periodísticas y la producción de las noticias (Wolf, 1987, 1994; Rodrigo-Alsina, 1986; Tuchman, 1983; Shoemaker y Reese, 1996). La temática de las noticias falsas no se diferencia del todo de las decisiones institucionales acerca de cómo

“Si es falso, no es noticia”

se producen noticias en una institución periodística. Es decir, el reconocimiento de que estamos frente a un modelo empresarial que busca máxima rentabilidad y, por tanto, apuesta por la producción en línea –por no decir masiva– de productos noticiosos para el consumo de la sociedad de masas. Estas personas autoras subrayan el impacto de las rutinas de trabajo y las lógicas empresariales en la construcción social de la realidad y la producción noticiosa: la racionalización del trabajo, reducción de los costos, reducción de los tiempos y la fiabilidad de quien suministra los materiales (Wolf, 1987); la “trama de la facticidad, el quién, qué, cuándo, dónde, por qué y cómo” (Tuchman, 1983, p. 148); la división del trabajo, la jerarquía de autoridad y los sistemas de reglas para la recolección y para la transcripción de la información (Hernández, 1997).

Sin perder esto de vista, más recientemente, mucho se ha escrito sobre el propio papel del periodismo, su utilidad y necesidad en el nuevo contexto digital (Alonso, 2017; Carlson, 2018; Figueras-Maz et al., 2012; Tong, 2018). Ya desde hace más de una década, los reconocidos periodistas Kovach y Rosenstiel (2010) escribieron un libro sobre el periodismo y la verdad en “la era de la sobrecarga de información” (*information overload*), el cual sostenían que “el periodismo no se ha vuelto obsoleto: se está haciendo más complejo” (citados en Sánchez y Fuente, 2020, p.9).

Por la importancia que tiene el contexto digital, una gran parte de autores se han enfocado en su estudio y su impacto sobre el ejercicio profesional del periodismo. Para nadie es un secreto que el problema de la desinformación y las noticias falsas no es nuevo, siempre ha existido; sin embargo, ha alcanzado una magnitud de omnipresencia gracias a la amplia difusión que logran a través de los medios digitales y, sobre todo, de las redes sociales (Allcott y Gentzkow, 2017; Grinberg et al., 2019; Martens et al., 2018; Vossoughi, Roy, Aral, 2018). Rodríguez Pérez (2019) lo plantea así:

La difusión de chismes, mentiras e información falsa es inherente al ser humano; lo que ha cambiado en los últimos años es la velocidad de transmisión y la facilidad de generarlas y propagarlas dadas las características propias de internet (instantaneidad, interactividad,

viralización y globalización de la información) que multiplican las posibilidades de quedar atrapado en la red de la desinformación (p.68).

Es así como hay una corriente de estudios que se enfocan en los efectos de las redes sociales sobre la profesión y la calidad del periodismo (Bakir y McStay, 2018; Hedman, 2015; Campos-Freire et al., 2016; Metag y Rauchfleisch, 2017; Marchi, 2012; Suárez-Villegas y Cruz-Álvarez, 2016).

Otra gran vertiente tiene que ver con las noticias falsas entendidas como una herramienta política utilizada por parte de la clase política en contra de los medios de comunicación —una práctica recurrente en el discurso del expresidente estadounidense Donald Trump. Egelhofer y Lecheler (2019) se refieren a este grupo de estudios como los relacionados con la etiqueta de noticia falsa (“*fake news label*”). Para ellas, esta etiqueta puede ser entendida como un esfuerzo por controlar la influencia de los medios en el público (Egelhofer y Lecheler, 2019, p. 106). Las autoras explican que la crítica política a menudo se expresa sin argumentación. Subrayan que la clase política utiliza particularmente la crítica de los medios como estrategia cuando se enfrenta a una cobertura negativa. Algunas personas investigadoras que han estudiado sobre el uso de la etiqueta de noticia falsa son: Lischka (2019), Levitsky y Ziblatt (2018), Carlson (2015, 2017, 2018).

Los servicios de verificación de las informaciones constituyen otra gran área de estudio (Brandtzaeg y Følstad, 2017; Lotero-Echeverri et al., 2018; Echeverría, 2016; Vázquez-Herrero, Vizoso y López-García, 2019). Terol-Bolinches y Alonso-López (2020) explican que los orígenes de la práctica de la verificación de información anteceden a la llegada de Internet. Mencionan el ejemplo de revistas estadounidenses como la revista *Time*, que ya aplicaban un proceso de comprobación de la información antes de publicar las noticias. No obstante, en la actualidad, la práctica se refiere a los diversos sistemas de verificación de la información o *fact-checking* desde el periodismo, la academia o distintos entes gubernamentales. Por tanto, no se trata de que una práctica haya sustituido a la otra, puesto que no son excluyentes. Hoy en día, la práctica de verificación periodística existe en dos versiones: la tradicional, que se da antes de la publicación por parte de periodistas en salas de redacción, y el nuevo

“Si es falso, no es noticia”

servicio de verificación que monitorea y desmiente información falsa que ya ha sido publicada. Para Rodríguez Pérez (2019) la expansión de los nuevos servicios “surge por una triple necesidad: verificar los discursos, evidenciar el engaño y la mentira y mejorar la calidad del debate público” (p.69).

Su evolución, que ha sido muy rápida en los últimos años, ha visto el desarrollo de iniciativas que se dedican únicamente a la verificación (como PolitiFact y FactCheck.org), hasta decenas de iniciativas dentro de las salas de redacción de medios en todo el mundo. Algunos ejemplos de estas son *EFE verifica* en la agencia EFE de España; *BBC reality check* de la BBC de Inglaterra, y *Les décodeurs* del periódico *Le Monde* en Francia. En 2015, el Poynter Institute for Media Studies creó una red para este tipo de iniciativas: la International Fact-Checking Network (IFCN). En mayo de 2021, la red contaba con 91 organizaciones afiliadas¹.

Si bien Costa Rica no escapa a la problemática de la desinformación, muy poco se ha escrito y se ha investigado sobre el tema y menos aún con un enfoque desde el periodismo que incluya las voces de profesionales en esta misma área. De este modo, el presente capítulo pretende ser un primer paso para llenar ese vacío.

Metodología

Se llevaron a cabo entrevistas a periodistas de seis medios de comunicación nacionales del Gran Área Metropolitana entre el 16 de febrero y el 16 de marzo del 2021. Los medios que participaron fueron *Amelia Rueda*, *delfino.cr*, *observador.cr*, *La Nación*, Sistema Nacional de Radio y Televisión (*SINART*) y *Teletica.com*. Por tratarse de una investigación en curso, otros medios que son representativos del ecosistema mediático costarricense (como *CRHoy*, *Monumental* y *Repretel*, por ejemplo) todavía no habían dado un espacio para la entrevista. Los participantes son medios en diversos formatos, entre ellos: radio, televisión, impreso y digital (ver detalle en Cuadro 2.1). Las entrevistas individuales se ejecutaron virtualmente por medio de la plataforma Zoom,

¹ Ver <https://www.ifncodeofprinciples.poynter.org/signatories>

Verdad en extinción

medida adaptada a las restricciones que surgieron a raíz de la pandemia por COVID-19. Cada entrevista tuvo una duración aproximada de una hora.

Las entrevistas versaron sobre los siguientes temas: minería de datos y *machine learning*, distribución de noticias, contenido automatizado, analítica, *news bots* y noticias falsas. Para fines de este capítulo, serán de especial interés las preguntas referentes a las noticias falsas desde el punto de vista de las salas de redacción.

Cuadro 2.1: Medios y periodistas que se entrevistaron

Persona	Puesto	Medio en el que trabaja	Plataformas (original y más visitadas)
Ernesto Rivera Casasola	Director de prensa	<i>SINART</i>	Telenoticiario
Kattia Bermúdez	Editora digital	<i>La Nación</i>	Periódico impreso y sitio web: nacion.com
Luis Ramírez	Editor y coordinador del área multimedia	<i>Amelia Rueda</i>	Programa de radio y sitio web: ameliarueda.com
Andrea Mora	Periodista y encargada de Mercadeo	<i>delfino.cr</i>	Boletín que se envía por correo electrónico y sitio web: delfino.cr
Berlioth Herrera	Directora	<i>El Observador</i>	Sitio web: observador.cr
Rodolfo Gonzalez	Director	<i>Teletica.com</i>	Telenoticiario y sitio web: teletica.com

“Si es falso, no es noticia”

Resultados

Para empezar, es de suma importancia comprender qué entienden quienes participaron por “noticias falsas”, ya que la interpretación de este tema puede cambiar según su conceptualización. Los adjetivos utilizados por las personas entrevistadas para caracterizar este fenómeno, en términos generales, concuerdan. Hablaron de “hechos falsos”, “distorsionados”, “imprecisos” o “descontextualizados”.

Luis Ramírez, de *Amelia Rueda*, mencionó en específico las redes sociales como el medio principal de difusión de las noticias falsas. Este elemento de la virtualidad podría justificar la comparación hecha por Andrea Mora de *delfino.cr* al mencionar que “es como una plaga”.

Se habló, además, sobre el objetivo con el cual se crean. Kattia Bermúdez, editora digital de *nacion.com*, señaló que el propósito de las noticias falsas es “provocar reacción con objetivos políticos o de otro tipo”. Dicha reacción se logra a través del engaño que Luis Ramírez describió así: “es el propósito de engañar o desorientar a la audiencia basado en hechos totalmente falsos o verdades a medias”. Rodolfo González, director de *Teletica.com*, sin embargo, cuestionó el propio término. González está en desacuerdo con denominar este fenómeno como noticias falsas, ya que, para él, “si es falso, no es una noticia”.

El objetivo de engañar va ligado a temas en específico, como el que mencionó Kattia Bermúdez de *nacion.com* al apuntar hacia las intenciones políticas. Estas dependen de la coyuntura, por eso se les preguntó a las personas participantes en cuáles coyunturas nacionales consideran que ha habido más flujo de noticias falsas. De los seis medios representados, cuatro personas señalar los temas de la pandemia por COVID-19 y las elecciones presidenciales del 2018. Las negociaciones del gobierno de Costa Rica con el Fondo Monetario Internacional (FMI), las huelgas, la vacunación contra la COVID-19, desastres naturales, cualquier contexto electoral e informaciones antigobierno, también fueron temáticas mencionadas.

Las personas profesionales en periodismo entrevistadas mencionaron tres variables que levantan sospecha de que una noticia es falsa: el formato, el contenido y la fuente de distribución². Las noticias falsas no se limitan a un formato en específico, por lo que en las entrevistas se abordó el tipo de formatos

asociados a este fenómeno. Si bien algunos de los periodistas mencionaron formatos específicos, como el caso de Ernesto Rivera de *SINART* que abordó el meme, Kattia Bermúdez de *nacion.com* más bien alertó que las noticias falsas pueden colarse en “cualquier contenido, cualquier formato, cualquier pieza que se distribuya”.

Discutieron también qué incluye –o no– el contenido de una noticia falsa. Para Andrea Mora de *delfino.cr*, el contenido de este tipo corresponde a “todo aquel que no esté bien fundamentado de principio a fin”. Berlioth Herrera de *observador.cr* y Ernesto Rivera de *SINART* sostienen que las noticias falsas lo son cuando vienen de “fuentes poco confiables” o se basan en “rumores”.

De la mano con el tema de fuentes, surge el método de distribución o las plataformas en las que se publica este tipo de contenido. Luis Ramírez de *Amelia Rueda* mencionó ejemplos como “publicaciones en redes sociales, noticias en sitios raros, declaraciones de algunas fuentes que den noticias falsas o las repliquen”. Esto último, aludiendo a la falta de verificación de datos.

El tema de la verificación es un tema recurrente cuando se habla de noticias falsas. Si bien las audiencias entienden la verificación como el esfuerzo que cada persona debe hacer para corroborar la veracidad del contenido que recibe o consume (Tristán-Jiménez y Carazo-Barrantes, capítulo 6), para quienes participaron, la verificación es algo que debe suceder antes de que el medio publique una noticia. Berlioth Herrera de *observador.cr* lo planteó así: “hasta que todo nuestro contenido esté listo, verificado de pies a cabeza, no sale”. Es decir, pasa por buenas prácticas y rutinas periodísticas.

Y es que, no cabe duda de que el fenómeno de las noticias falsas no solo ha impactado la opinión pública, sino también las dinámicas de las salas de redacción a la hora de construir la agenda de contenido y su abordaje. Representantes de medios tan variados como *SINART*, *Amelia Rueda*, *delfino.cr* y *observador.cr* concuerdan en que la explosión del fenómeno desinformativo en la era digital ha obligado a reforzar las tradicionales prácticas de verificación de los datos y revisión de las fuentes.

² Esto es consistente con lo que el equipo de investigación del proyecto FEES-CONARE sobre noticias falsas (ver Introducción) ha detectado a nivel de análisis discursivo y lingüístico. Ver también Vergara Heidke, capítulo 7.

“Si es falso, no es noticia”

Ernesto Rivera, Kattia Bermúdez y Luis Ramírez concuerdan en que la circulación de noticias falsas ha generado un gran impacto dentro de los medios de comunicación. Bermúdez explica que “se ha convertido en uno de los temas de agenda indispensable, porque es un tema de nunca acabar, se desmiente y surgen cinco. Se desmiente un tema y vuelve a salir por otro lado; es parte de la agenda periodística diaria. Triste porque es invertir recursos y tiempo luchando contra lo falso, eso hace que dependiendo del tamaño de la redacción tengás que dedicar recursos a esto en vez de reportajes en profundidad.”

Rodolfo González de *Teletica.com*, en cambio, tiene una posición opuesta: en su medio tienen como política no desmentir información falsa. Señala que “no está en mi agenda hacerlo por varias razones. La primera es la del sesgo de confirmación; por más que yo le dedique recursos y esfuerzo al desmentido, la gente no lo va a creer. La segunda razón es que no soy yo quien está diciendo algo falso; por lo tanto, no tengo por qué estar aclarando lo que dice todo el mundo. En tercer lugar, si yo paso aclarando lo que dice todo mundo, ¿qué genero yo al final como mi contenido propio? Entonces termino yo con una página dedicada a estar desmintiendo lo que dicen los demás e igual no me van a creer. (...) La gente que lee la noticia falsa, lee un párrafo. Y ya, eso fue. Esa gente no va a leer las tres páginas de la aclaración o el desmentido donde consultan y reconsultan... no lo van a leer.”

Además de la acción de verificar, otro elemento a considerar es el enfoque o manera en que se aborda la información. Andrea Mora de *delfino.cr* comentó que se cuida cada mínimo detalle para que no se llegue a malinterpretar el contenido de la noticia una vez publicada. Refiriéndose a un caso en específico como ejemplo, explicó: “salió tardísimo porque se revisó absoluta y minuciosamente para que no se llegase a malinterpretar lo que estábamos queriendo decir”.

Para cuidar no reproducir contenido falso, algunas de las salas de redacción representadas en las entrevistas mencionaron las prácticas adoptadas a nivel interno de sus respectivas organizaciones. Entre ellas se destacó la necesidad de tener una buena comunicación entre el personal periodístico. Esto va de la mano con lo mencionado por Luis Ramírez de *Amelia Rueda* al explicar que “se

ha ido desarrollando en la dinámica diaria”. Una comunicación adecuada, con “comentario y retroalimentación” según Ernesto Rivera de *SINART*, a lo interno de las salas de redacción podría evitar la reproducción de información falsa. Esto también lo comparte Berlioth Herrera de *observador.cr*, quien indica que “una ventaja es que somos equipo pequeño y hay buena comunicación y hemos tenido este tipo de conversaciones.”

Otros medios inclusive han llegado a establecer colaboraciones con otras empresas del gremio o universidades, que es precisamente la experiencia de Ernesto Rivera en *SINART*: “antes de la pandemia tuvimos algunas experiencias con *Doble Check* para evitar difundir y compartir noticias falsas”. Andrea Mora de *delfino.cr* comparte algo parecido, al mencionar alianzas con *Voz de Guanacaste*, *Fides* y la *UCR*.

Algunas de las personas profesionales en periodismo entrevistadas se refirieron a los esfuerzos de verificación (*fact-checkers*) que hay en el país. Berlioth Herrera de *observador.cr* reconoció que “en el proyecto original teníamos *fact checker*, pero no lo vamos a hacer porque requiere muchos recursos y hay muchos haciéndolos”.

En sus esfuerzos por combatir la información falsa, algunos de las redacciones representadas en las entrevistas realizadas han desarrollado listas de medios o cuentas en redes sociales que son reconocidas por difundir noticias falsas, como es el caso de *La Nación* y *delfino.cr*. Cuando reciben información de parte de este tipo de fuentes, Andrea Mora de *delfino.cr* explicó que lo que hacen “es ignorar; a veces ni siquiera son noticias falsas, sino contenido para meter cizaña”. La sala de redacción de *La Nación*, en cambio, opta por el proceso inverso. Kattia Bermúdez explicó que “hay una sección encargada de monitorear y dependiendo del impacto que pueda tener se toma la decisión de desmentir, todo se centra desde *No Coma Cuento* [la sección de verificación (*fact-checker*) de *La Nación*]”. Otros medios, como *Amelia Rueda*, *Teletica.com*, *SINART* y *El Observador* no cuentan con una lista de esta índole.

Soluciones contra el pernicioso fenómeno de la desinformación, no las hay ni abarcadoras ni sencillas. Algunas de las personas periodistas consultadas son de la opinión que los servicios de verificación (*fact-checkers*)

“Si es falso, no es noticia”

constituyen un recurso útil y necesario. La mayoría coincidió en la importancia de la alfabetización mediática y la educación de las audiencias, algo que se ha discutido ampliamente en la literatura (Freire França et al., 2019; McGrew et al., 2018; Middaugh, 2018, 2019; Musgrove et al., 2018; Pérez Tornero et al., 2018; Romero-Rodríguez et al., 2019; Tandoc et al., 2018).

Precisamente, sobre el papel que indiscutiblemente tienen las audiencias en cortar la circulación viral de noticias falsas, las personas profesionales en periodismo consultadas reconocieron que los medios que representan no han llevado a cabo investigaciones con sus audiencias sobre esta problemática. En *SINART* y *Teletica.com* se han llevado a cabo pequeños esfuerzos para informar a sus consumidores sobre cómo detectar y evitar difundir noticias falsas. Por su lado, Kattia Bermúdez de *La Nación* explicó que han incursionado en el tema a través de su esfuerzo de verificación de datos: “con *No Coma Cuento*, como tenemos varios canales, tenemos la posibilidad de interactuar con nuestras audiencias; le pedimos realimentación a la gente, tenemos credibilidad, y tenemos canales para que denuncien... y además podemos medirlo desde el punto de vista de métricas”.

La misma Kattia Bermúdez de *La Nación* también mencionó el papel que puede cumplir otro actor, la academia, en la lucha contra el fenómeno de la desinformación. “Muy importante desde el punto de vista académico que se investigue el comportamiento humano y social y cómo impacta un fenómeno como este en las dinámicas sociales. Es necesario formar a los futuros profesionales para poder combatir la desinformación desde muchos canales y muchas formas. Desde diferentes carreras, profundizar la lucha, no solo desmentir, sino erradicar el fenómeno (en la facultad de educación, por ejemplo).”

Discusión

Así como el referente de las audiencias al referirse al concepto de noticias falsas son los propios medios de comunicación (Tristán-Jiménez y Carazo-Barrantes, capítulo 6), no es de extrañar que, para las personas periodistas participantes, el referente del concepto es más bien el de las redes sociales y los contenidos que tienen como propósito el engaño. Cuando piensan

en contenido desinformativo, piensan en aquel que circula por redes sociales en forma de memes, de cadenas, de rumores y de contenidos que simulan ser noticias legítimas, pero que son más bien engaños intencionados.

Resulta interesante que, si bien el referente de desinformación y de noticias falsas lo sitúan lejano a los medios y a sus prácticas profesionales, el fenómeno definitivamente ha impactado las rutinas periodísticas en las salas de redacción. Así, mientras para las audiencias el ejercicio de verificar los contenidos que consumen pasa por dudar de lo que les llega, lo que otras personas (les) comparten (Tristán-Jiménez y Carazo-Barrantes, capítulo 6), para las personas profesionales en periodismo, la verificación significa, sobre todo, cuidar que el contenido que producen salga verificado, depurado, confirmado... es decir, se han reforzado las tradicionales prácticas periodísticas de consulta y confirmación con varias y diversas fuentes. No obstante, según lo que explicaron quienes participaron en este estudio, ese cuidado ahora va incluso más allá y las personas profesionales de este gremio también están pendientes al posible uso malintencionado que se le pueda dar a la información que producen; es decir, cuidan que sus textos estén muy claros y no haya cabida a la malinterpretación.

Otra manera como el fenómeno ha impactado a las salas de redacción es su incidencia en la agenda periodística de cada medio. Si bien Vargo, Guo y Amazeen (2018) encontraron que, en el año 2016 en Estados Unidos, las noticias falsas no tuvieron especial impacto en las agendas de los medios, en Costa Rica, las consultas a periodistas reflejan una disyuntiva frente a la cual cada medio debe tomar una posición: dejar que las noticias falsas se filtren en la agenda noticiosa o impedirlo para defender la agenda propia. Tal y como se vio en los resultados, algunos medios consideran importante investigar y desmentir el contenido falso que circula en redes sociales e incluso tienen plataformas especializadas para hacerlo, como la sección *No Coma Cuento* de *La Nación*. Sin embargo, sí reconocen que es una inversión de tiempo, de esfuerzo y de otros recursos limitados que no se están aprovechando para hacer periodismo investigativo o por lo menos notas con mayor profundidad. Esto sucede en tiempos en que es conocida y notoria la crisis del modelo de negocio de los medios tradicionales (Siles y Boczkowski, 2012), crisis que se ha visto profundizada

“Si es falso, no es noticia”

por la pandemia por COVID-19. Otros medios, en cambio, señalan como un sin-sentido invertir tiempo y recursos luchando contra la desinformación que circula en redes sociales y tienen como política no publicar desmentidos de este tipo de contenidos falsos. No hay una respuesta inequívoca a la pregunta sobre cuál de los dos enfoques es el correcto, ni siquiera el preferible. Ambos tienen sus ventajas y desventajas. Sin duda el público necesita información confiable que desmienta rumores y contenidos falsos que circulan en las redes sociales, aunque, tal y como se ha establecido en la literatura, los desmentidos no son tan leídos como los contenidos falsos originales (Vosoughi et al., 2018). Sin embargo, también es cierto que esta práctica podría permitir que los contenidos falsos tengan un efecto de fijación de agenda (“*agenda setting*”) en las agendas de los medios.

En esta línea, el tema de los servicios de verificación al que periodistas en el mundo le han dado tanta importancia como solución a la problemática de la desinformación (Brandtzaeg y Følstad, 2017; Lotero-Echeverri et al., 2018; Echeverría, 2016; Vázquez-Herrero, Vizoso y López-García, 2019) y que a quienes se consultó en el contexto costarricense también señalan en el marco de las soluciones, debe ser reevaluado. No se trata de cuestionar el valor de sus operaciones y funcionalidad, pero sí de señalar la necesidad de analizarlos a la luz de lo que las audiencias manifiestan sobre su uso y utilidad (Tristán-Jiménez y Carazo-Barrantes, capítulo 6).

Conclusiones

A pesar de que, indudablemente—quiéranlo o no— las personas profesionales en periodismo tienen un papel protagonista en el ecosistema informativo y, para efectos del argumento de este capítulo, en el ecosistema desinformativo, esa importante relación no ha sido foco de atención académica como pareciera merecerlo. Por eso, a pesar de que se trabajó con una muestra pequeña y no representativa de periodistas costarricenses, visibilizar sus voces resulta fundamental en cualquier discusión sobre el fenómeno de la desinformación en nuestro país.

Resulta especialmente interesante hacer una lectura de este capítulo de manera complementaria y comparativa con el capítulo de este libro sobre las

audiencias (Tristán-Jiménez y Carazo-Barrantes, capítulo 6). Frente a la postura crítica de las audiencias de cara a los medios tradicionales, “a los cuales acusan de clientelismo y parcialidad” y les reclaman “una mayor pluralidad de voces y perspectivas” (Tristán-Jiménez y Carazo-Barrantes, capítulo 6), está claro que los medios deben trascender el reforzamiento de prácticas periodísticas de consulta y verificación de fuentes para asegurar la veracidad de los datos. Pues, aunque lo anterior es algo en lo que quienes participaron coincidieron que hacen los medios que representan, también deben atender estos reclamos. No solo ampliar el espectro de voces y perspectivas, sino también explorar y profundizar en las razones por las cuales las audiencias los acusan de clientelismo y parcialidad, para tomar medidas correctivas.

Estas medidas podrían pasar por procurar mayor imparcialidad en las notas periodísticas que producen los medios, por lo menos procurando el conocido “*fairness*” en cada nota, es decir, presentar, al menos, las dos posiciones que la mayoría de los temas informativos tienen. También, los medios podrían escoger ser más transparentes, abiertos y reveladores en relación con sus líneas editoriales y posiciones frente a los diferentes temas y problemáticas sobre las que informan. Esta es una práctica que sí se da en periódicos alrededor del mundo –por lo menos en épocas electorales, cuando los medios abiertamente anuncian su respaldo a un candidato político–, pero que no es para nada seguida por medios costarricenses.

Tal y como se mencionó al inicio de este capítulo, en un contexto de sobreoferta informativa, donde los contenidos desinformativos circulan de forma viral, la credibilidad y legitimidad de medios tradicionales y periodistas tiene hoy un valor que no se vislumbraba en la década de los años noventa, con el advenimiento del Internet; pero que es vital no solo para la sobrevivencia de los medios en sí, sino también para el propio sistema democrático.

Si bien el capítulo sobre las percepciones de las audiencias de este libro documenta fuertes críticas contra los medios y el trabajo de las personas profesionales en periodismo, también evidencia que esa semilla de la credibilidad y legitimidad está ahí y puede ser (¡debe ser!) cultivada por las mismas personas periodistas profesionales. Las audiencias, a pesar de las críticas, paradójicamente,

“Si es falso, no es noticia”

señalan a medios tradicionales y periodistas profesionales como las fuentes a las que acuden cuando necesitan verificar información. Es decir, pareciera que le dan la razón a Kovach y Rosenstiel (2012) cuando en su clásico libro sobre los elementos del periodismo afirmaban que “el periodismo ofrece algo único a una sociedad: la información independiente, veraz, exacta y ecuánime que todo ciudadano necesita para ser libre” (p.3). Precisamente en ese clásico, es interesante notar que dos de los nueve elementos que para los autores son imprescindibles en el periodismo, son la verdad y la verificación. “La primera obligación del periodismo es la verdad. (...) Su esencia es la disciplina de la verificación” (Kovach y Rosenstiel, 2012, p. 5). Entonces, ante el reclamo de las audiencias y su clamor por un periodismo de mayor calidad, las personas periodistas profesionales deben volver a sus raíces, sin “inventar el agua tibia”, algo cuya importancia ya reconocen según se vio en este capítulo: la verdad y la verificación.

Por otro lado, la lectura comparativa de los capítulos de este libro que dan voz a periodistas y a audiencias también permite evidenciar otro punto de tensión que resulta valioso en la discusión sobre el fenómeno de la desinformación: algo tan básico como su conceptualización y su punto de partida. Si de un lado (periodistas) y de otro (audiencias) se está entendiendo de manera distinta la problemática, es necesario profundizar en las razones de que esto sea así y buscar cómo tender puentes que permitan compartir puntos de partida comunes para buscar soluciones de manera conjunta. Pareciera, por lo menos para el caso costarricense, que la academia es hasta ahora la llamada a construir esos puentes; sin embargo, el esfuerzo por profundizar el diálogo con sus audiencias debe ser algo que se incorpore con urgencia en la agenda de las empresas mediáticas y las personas profesionales en periodismo que en ellas trabajan.

Referencias bibliográficas

Allcott, Hunt & Matthew Gentzkow. 2017. “Social media and fake news in the 2016 election.” *Journal of economic perspectives* 31 no. 2: 211-236. <http://doi.org/10.1257/jep.31.2.211>

Alonso, Patricia. 2017. “‘Fake news’ y posverdad en tiempos de populismos: lecciones para periodistas.” *Cuadernos de periodistas: revista*

de la Asociación de la Prensa de Madrid, no. 34: 77-84. http://www.cuadernosdeperiodistas.com/media/2017/07/Patricia_Alonso.pdf

Bakir, Vian & Andrew McStay. 2018. "Fake news and the economy of emotions." *Digital journalism* 6, no. 2: 154- 175. <https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1345645>

Blanco Alfonso, Ignacio, Carmen García Galera & Santiago Tejedor Calvo. 2019. "El impacto de las fake news en la investigación en Ciencias Sociales. Revisión bibliográfica sistematizada." *Historia y comunicación social* 24, no. 2: 449.

Brenan, Megan & Helen Stubbs. 2020. "News Media Viewed as Biased but Crucial to Democracy." *news.gallup.com*, 4 de agosto. <https://news.gallup.com/poll/316574/news-media-viewed-biased-crucial-democracy.aspx>

Campos-Freire, Francisco, José Rúas-Araújo, Xosé López-García & Valentín Alejandro Martínez-Fernández. 2016. "Impacto de las redes sociales en el periodismo." *El Profesional de la Información* 25, no. 3: 449-457. <https://recyt.fecyt.es/index.php/EPI/article/view/epi.2016.may.15>

Carlson, Matt. 2015. "Introduction: The many relationships of journalism. En M. Carlson y S. C. Lewis (Eds.)." *Boundaries of journalism: Professionalism, practices and participation*, 1-26.

Carlson, Matt. 2017. *Journalistic authority: Legitimizing news in the digital era*. New York City: Columbia University Press.

Carlson, Matt. 2018. The information politics of journalism in a post-truth age. *Journalism Studies* 19, no. 13: 1879-1888.

“Si es falso, no es noticia”

Carlson, Matt. 2018. “Facebook in the news. Social media, journalism, and public responsibility following the 2016 trending topics controversy.” *Digital Journalism* 6, no. 1: 4-20. <https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1298044>

Echevarría, Borja. 2016. “Más fact-checking contra la «posverdad».” *Cuadernos de periodistas* 33, 9-16.

Egelhofer, Jana Laura & Sophie Lecheler. 2019. “Fake news as a two dimensional phenomenon: a framework and research agenda.” *Annals of the International Communication Association* 43, no. 2: 97-116. <https://doi.org/10.1080/23808985.2019.1602782>

Esteinou Madrid, Javier. 1984. “CIESPAL y la formación de imaginarios de la comunicación en América Latina.” Chasqui. *Revista Latinoamericana de Comunicación* 11, 20-28.

Freire França, Fabiane, Maria Luisa Furlan Costa & Renata Oliveira dos Santos. 2019. “As novas tecnologias de informação e comunicação no contexto educacional das políticas públicas.” *ETD-Educação Temática Digital* 21, no. 3: 645-661.

Figueras-Maz, Mónica, Marcel Mauri-Ríos, Salvador Alsius-Clavera & Francesc Salgado-De-Dios. 2012. “La precariedad te hace dócil. Problemas que afectan a la profesión periodística.” *El profesional de la información* 21, no. 1: 70-75. <https://doi.org/10.3145/epi.2012.ene.09>

Galdón, Gabriel. 2006. *Desinformación: Métodos, aspectos y soluciones*. EUNSA.

Grinberg, Nir, Kenneth Joseph, Lisa Friedland, Briony Swire-Thompson & David Lazer. 2019. “Fake news on Twitter during the 2016 U.S. presidential

election.” *Science* 363, no. 6425: 374-378. <https://doi.org/10.1126/science.aau2706>

Hedman, Ulrika. 2015. “J-Tweeters: Pointing towards a new set of professional practices and norms in journalism.” *Digital Journalism* 3, no. 2: 279-297. <https://doi.org/10.1080/21670811.2014.897833>

Hernández, María Elena. 1997. “La sociología de la producción de noticias. Hacia un nuevo campo de investigación en México.” *Revista Comunicación y Sociedad* 30, 34-42.

Herrero-Curiel, Eva. 2012. Reseña de “Periodismo sin información” de Félix Ortega (ed). *Comunicar* 20, no. 39: 218.

Kovach, Bill & Tom Rosenstiel. 2012. *Los elementos del periodismo*. Aguilar.

Levitsky, Steven y Daniel Ziblatt. 2018. *How democracies die*. Crown.

Lischka, Juliane A. 2019. “A badge of honor?” *Journalism Studies* 20, no. 2: 287-304.

Lotero-Echeverri, Gabriel, Luis Romero-Rodríguez & M. Amor Pérez-Rodríguez. 2018. “Fact-checking vs. Fake news: Periodismo de confirmación como componente de la competencia mediática contra la desinformación.” *Index Comunicación* 2, no. 8: 295-316.

Marchi, Regina. 2012. “With Facebook, blogs, and fake news, teens reject journalistic ‘objectivity’.” *Journal of communication inquiry* 36, no. 3: 246-262. <https://doi.org/10.1177/0196859912458700>

Martens, Bertin; Luis Aguiar, Estrella Gómez-Herrera & Frank Mueller-Langer. 2018. *The digital transformation of news media and the rise*

“Si es falso, no es noticia”

of disinformation and fake news. Sevilla: European Commission, Joint Research Centre. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3164170>

McGrew, Sarah, Joel Breakstone, Teresa Ortega, Mark Smith & Sam Wineburg. 2018. “Can students evaluate online sources? Learning from assessments of civic online reasoning.” *Theory & Research in Social Education* 46, no. 2: 165-193, doi:10.1080/00933104.2017.1416320

Metag, Julia & Adrian Rauchfleisch. 2017. “Journalists’ use of political tweets: Functions for journalistic work and the role of perceived influences.” *Digital Journalism* 5, no. 9: 1155-1172. <https://doi.org/10.1080/21670811.2016.1248989>

Middaugh, Ellen. 2018. “Civic media literacy in a transmedia world: Balancing personal experience, factual accuracy and emotional appeal as media consumers and circulators.” *Journal of Media Literacy Education* 10, no. 2: 33-52

Middaugh, Ellen. 2019. “More Than Just Facts: Promoting Civic Media Literacy in the Era of Outrage.” *Peabody Journal of Education* 94, 17-31.

Musgrove, Ann, Jillian Powers, Laurie Rebar & Glenn Musgrove. 2018. “Real o fake? Resources for teaching college students how to identify fake news.” *Collegue & Undergraduate Libraries* 25, 243-260.

Ortega, Félix, ed. 2006. *Periodismo sin información*. Tecnos.

Proaño, Luis Eduardo. 1984. “Editorial: 25 años de CIESPAL.” *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, no. 11: 20-28.

Rodrigo-Alsina, Miquel. 1996. *La construcción de la noticia*. Paidós.

Rodríguez Pérez, Carlos. 2019. “No diga fake news, di desinformación: una revisión sobre el fenómeno de las noticias falsas y sus implicaciones.” *Comunicación 40*, 65-74

Romero Rodríguez, Luis Miguel, Paloma Contreras Pulido & María Amor Pérez Rodríguez. 2019. “Las competencias mediáticas de profesores y estudiantes universitarios. Comparación de niveles en España, Portugal, Brasil y Venezuela.” *Cultura y Educación: Culture and Education 31*, no. 2: 346-368.

Sánchez de la Nieta, Miguel Ángel & Carmen Fuente Cobo. [1] 2020. “Periodismo vs desinformación: la función social del periodista profesional en la era de las fake news y la posverdad.” *Sintaxis 1*, no. 4: 1-18.

Shoemaker, Pamela J. & Stephen Reese. 1996. *Mediating the message*. White Plains, Nueva York: Longman.

Siles, Ignacio & Pablo Boczkowski. 2012. “Making sense of the newspaper crisis: A critical assessment of existing research and an agenda for future work.” *New media & society 14*, no. 8: 1375-1394.

Suárez-Villegas, Juan-Carlos & Jesús Cruz-Álvarez. 2016. “Los dilemas deontológicos del uso de las redes sociales como fuentes de información. Análisis de la opinión de los periodistas de tres países.” *Revista latina de comunicación social 71*, 66-84. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2016-1084>

Tandoc Jr, Edson C, Richard Ling, Oscar Westlund, Andrew Duffy, Duffy Goh & Lim Zheng Wei. 2018. “Audiences’ acts of authentication in the age of fake news: A conceptual framework.” *New Media & Society 20*, no. 8: 2745-2763.

Tristán-Jiménez, Larissa & Carolina Carazo Barrantes. 2021. “El papel de las audiencias como dinamizador de la desinformación: dinámicas de recepción de

“Si es falso, no es noticia”

noticias falsas en Costa Rica.” *Verdad en extinción: Miradas interdisciplinarias a la desinformación en Costa Rica*. San José: CICOM/UCR.

Tong, Jingrong. 2018. “Journalistic legitimacy revisited: Collapse or revival in the digital age?” *Digital Journalism* 6, no. 2: 256–273.

Tuchman, Gaye. 1983. *La producción de la noticia*. Barcelona: Gustavo Gili.

Vargo, Chris, Lei Guo & Michelle Amazeen. 2018. “The agenda-setting power of fake news: A big data analysis of the online media landscape from 2014 to 2016.” *New media & society* 20, no. 5: 2028-2049.

Vázquez-Herrero, Jorge, Ángel Vizoso & Xosé López-García. 2019. “Innovación tecnológica y comunicativa para combatir la desinformación: 135 experiencias para un cambio de rumbo.” *El profesional de la información* 28, no. 3. <https://doi.org/10.3145/epi.2019.may.01>

Vega Jiménez, Patricia & Roxana Grillo Rosanía. 1981. *Subinformación de noticias internacionales en dos teletinformativos costarricenses (urgente: un cerdo es mascota en Massachusetts)*. Tesis para optar por el grado de Licenciatura en Periodismo, Escuela de Ciencias de la Comunicación Colectiva, Universidad de Costa Rica.

Vergara Heidke, Adrián. 2021. “Desinformación y multimodalidad: un acercamiento a la composición multimodal de textos desinformativos” *Verdad en extinción: Miradas interdisciplinarias a la desinformación en Costa Rica*. San José: CICOM/UCR.

Vosoughi, Soroush, Deb Roy, & Sinan Aral. 2018. “The spread of true and false news online.” *Science* 359, no. 6380: 1146-1151. <https://doi.org/10.1126/science.aap9559>

Wolf, Mauro. 1994. *Los efectos sociales de los medios*. Barcelona: Ed.

Wolf, Mauro. 1987. *La investigación de la comunicación de masas. Crítica y Perspectivas*. Paidós.

3 *Fact-checking versus Fake News:* la guerra de las agendas

Roberto Vargas Fallas

Introducción

En 2018 surgieron en Costa Rica dos iniciativas para el combate a las desinformaciones que circulan en redes sociales y plataformas digitales. En enero de ese año, unas semanas antes de las elecciones nacionales, la empresa mediática *La Nación* lanzó *No Coma Cuento* (NCC) y en octubre surgió *Doble Check* (DC), de la Universidad de Costa Rica. Para diciembre de 2020, es decir, en tres años, ambas iniciativas habían publicado en conjunto más de 1200 desmentidos de “noticias falsas” sobre diversos temas, desde políticos hasta del impacto de la pandemia.

En varios momentos clave de esos tres años, como las elecciones, la huelga del 2018 o la llegada de la pandemia por COVID-19, el *fact-checking* generó una mayor cantidad de desmentidos, es decir, aumentó sus esfuerzos para contrarrestar la circulación de desinformaciones, evidenciando el impacto de las noticias falsas en la discusión pública.

En este capítulo argumentamos que el *fact-checking* se autodefine como un esfuerzo deliberado de combatir las mentiras que circulan en las redes sociales; sin embargo, en la práctica se manifiesta como la defensa de un conjunto de intereses específicos. Esto es, la práctica del *fact-checking* no es meramente reactiva ni dependiente de las noticias falsas, sino que se propone recuperar

Fact-checking versus Fake News

el control de la agenda de discusión pública desde un determinado marco de evaluación de la realidad.

Por *fact-checking* entendemos, además de la concepción literal como “verificación de datos”, el uso extendido relacionado con el desmentido de afirmaciones falsas de actores políticos y cualquier otra manifestación de desinformación, como fotomontajes, audios, vídeos o comentarios en redes sociales. En consecuencia, el concepto de “noticias falsas” que manejamos, también responde a esa dinámica de amplio rango, más allá de la literalidad de las palabras. Esta concepción se deriva de la práctica, puesto que tanto estos sitios de verificación costarricenses como de otros países, corroboran diversas manifestaciones de la desinformación.

En este capítulo, realizamos un barrido cuantitativo de las publicaciones en Facebook de ambas iniciativas durante los años 2018, 2019 y 2020. Posteriormente, nos concentramos en un análisis más detallado de las publicaciones aparecidas de octubre a diciembre de 2018. Lo anterior, para identificar y comparar algunas de las dinámicas de “desmentido” en ese periodo, que coincide con la discusión en la Asamblea Legislativa del proyecto de Ley 20580 –este buscaba la modificación de patrones de ingresos y gastos del Estado– y una huelga contra ese proyecto de ley. Incluimos también un breve apartado de las reacciones en Facebook (*engagement*) que generaron las publicaciones en el periodo en foco, es decir, entre octubre y diciembre de 2018.

Este abordaje empírico nos permitió identificar que, en efecto, eventos como las elecciones, la discusión legislativa y huelga sobre proyecto de Ley 20580, durante 2018, así como la llegada en 2020 de la pandemia por COVID-19 al país generaron un aumento en la cantidad de publicación de desmentidos. También fue posible identificar que el *fact-checking* puede enfocar sus esfuerzos en ciertos contenidos, temáticas o momentos específicos, mostrando una capacidad de “agendar”, por lo que sus contenidos no son meramente dependientes de las temáticas de desinformación que circulan en redes sociales.

Del control de calidad al control del discurso público

El concepto

En el periodismo tradicional (Graves et al., 2016), el *fact-checking* se manifiesta como un mecanismo de control interno de la calidad de los contenidos y como un componente de las labores de reporte o búsqueda de reacciones a las afirmaciones publicadas (UNESCO, 2018). La verificación de la información dentro del propio medio de comunicación se realiza con el propósito de evitar la publicación de falsedades, resguardar la credibilidad del medio y prevenir la exposición a demandas judiciales derivadas de la publicación de imprecisiones, afirmaciones falsas, calumniosas o injuriosas.

En el actual contexto de irrupción de redes digitales y de crisis de los medios tradicionales (Castells, 2009; Corporación Latinobarómetro 2018; DataReportal, 2019; Fournier, Jiménez, y Ochoa, 2018; Jiménez Alvarado, 2017; Redondo y Rodríguez Alpizar, 2018; Robles Rivera y Voorend, 2012; Román Jacobo, 2020; Siles y Boczkowski, 2012), el *fact-checking* adquiere una nueva dimensión orientada a la verificación de mensajes o afirmaciones que circulan en ese entorno digital.

Como concepto, esta práctica transita caminos similares al de “noticias falsas”, en cuanto a su clarificación. En el contexto anglosajón, el *fact-checking* se refiere a la práctica del periodismo de verificar afirmaciones de agentes políticos, por lo que un conjunto de literatura académica ni siquiera considera discutir su definición, asumiendo que existe consenso y claridad sobre ella. Este es el caso de los trabajos de Barrera Rodríguez et al. (2019), Wintersieck (2017), Singer (2020), Nyhan y Reifler (2015), Graves (2016) y Soon y Song (2017), Lotero-Echeverri, et al., (2018), entre otros.

La práctica muestra que el *fact-checking* va más allá del seguimiento a las afirmaciones de actores políticos. Ha ampliado su rango a la verificación de todo tipo de mensajes o afirmaciones realizadas por todo tipo de actores (políticos o no políticos), identificables o anónimos, que han alcanzado un

Fact-checking versus Fake News

determinado impacto en ciertos sectores de públicos debido a sus patrones de circulación en plataformas digitales o redes sociales.

Tuvo sus antecedentes en la verificación de anuncios políticos en los años 90 del siglo pasado, aunque se le considera una innovación en el periodismo a partir de su rol en las elecciones de 2004 en Estados Unidos (Nyhan y Reifler 2015).

Algunas iniciativas precursoras del “movimiento” fueron FactCheck.org, surgida en 2003, y PolitiFact y Fact Checker, de 2007 y que adquirieron “alta visibilidad y aceptación” en el mundo (Graves, Nyhan, y Reifler 2016, p. 5). Zoomer (2014), Graves y Cherubini (2015), Graves (2016) y Amazeen (2017) documentan la expansión del *fact-checking* alrededor del mundo. En 2015 se creó la *International Fact-Checking Network* (IFCN), asociada al Poynter Institute. Así, para 2020, existían más de 300 iniciativas de verificación en 84 países, según *Reporter’s Lab* de la Universidad de Duke (Stencel y Luther, 2020).

Rodríguez y Barroeta (2021) documentaron las iniciativas de *fact-checking* en América Latina, dando cuenta de la existencia de 36 proyectos, 26 de ellos activos. Para Costa Rica hacen un recuento de cuatro iniciativas: *No Coma Cuento* de *La Nación* (2018), *Doble Check* de la Universidad de Costa Rica (2018), *La Voz Chequea* (2015), del periódico *La Voz de Guanacaste*, y el ya desaparecido *Rete al Candidato*, de *El Financiero* (2013). *CRHoy* también había producido un espacio denominado *No Caiga*, en 2018 y el mismo gobierno en la administración de Carlos Alvarado había desarrollado *Gobierno Aclara*, ambas iniciativas de corta duración.

Esta expansión muestra que, como innovación dentro del periodismo, puede atraer a las audiencias y con ello publicidad que alimente el modelo de negocios de los medios en un mercado en crisis. En esa misma línea, también ha permitido buscar nuevas formas de financiamiento de organizaciones que se dedican a la verificación y de generar empleo para periodistas.

Nieminen (2009) resalta la relevancia de la función del *fact-checking* en el nuevo contexto de redes digitales: sostiene que el desplazamiento de las audiencias a una diversidad de fuentes de información y el deterioro de la confianza genera una erosión del rol social que se le asigna a los medios de comunicación en las democracias liberales, tradicionalmente entendido como el

de orientar e informar a la ciudadanía para la formación de opinión y toma de decisiones, a partir de un marco de interpretación hegemónico compartido.

En consecuencia, argumenta, se produce también una erosión de la legitimidad del sistema social (Nieminen, 2009), puesto que la interpretación de la realidad proviene de una amplia diversidad de fuentes.

En ese sentido, el *fact-checking* no es solamente una innovación en el periodismo o una oportunidad de negocios: es también un esfuerzo de los medios por recuperar su capacidad de influencia, la manifestación de una disputa por hegemonizar un discurso, una agenda y marco de discusión sobre los asuntos de discusión pública. El *fact-checking* estaría cumpliendo una función de “revitalizar” el rol de la prensa como orientador de la discusión pública, que Carazo (2018) advierte, ha sido fraccionado por las redes sociales.

Esta función orientadora, por otra parte, es la expresión explícita del concepto de *agenda-setting*, o capacidad que tienen los medios de establecer los temas y marcos desde donde se realiza la discusión pública (McCombs 2005). El *fact-checking* pretende puntualizar la relevancia (peligro) de ciertas falsedades que circulan en redes. Por lo tanto, es un esfuerzo directo por traer al terreno de la discusión pública “racional” el caos informativo que generan las redes sociales y la desinformación y definir el marco de “la verdad” (una visión válida y hegemónica de la realidad) desde donde una sociedad debe discutir.

En un contexto de posverdad y de crisis de legitimidad de muchas instituciones de las democracias liberales, la función unificadora de la ideología dominante es clave para la propia reproducción del sistema. Mantilla (2020), basándose a Paul Ricoeur, puntualiza que la ideología es una fuente de cohesión entre personas de un entorno social, en una fuente de legitimación de una estructura de poder. La “verdad” es aquella que se corresponde en términos generales, con esa ideología legitimada desde los medios de comunicación.

Tal como señala Carazo (2020), en su ejercicio de imposición de una verdad, el *fact-checking* se integra en las nuevas dinámicas de poder en el contexto digital.

Fact-checking versus Fake News

Alcances del fact-checking

La literatura académica que estudia el *fact-checking* se decanta en dos vertientes: una optimista y la otra crítica.

El enfoque optimista considera el *fact-checking* como un movimiento y una nueva especialización o género del periodismo (Graves, 2016), que busca “revitalizar” la tradición del periodismo por la “búsqueda de la verdad” (Graves, 2016, p. 6). Esta concepción del “desmentido” ha dado pie a una amplia literatura académica que ha documentado su surgimiento, crecimiento, prácticas, métodos y alcances como innovación del periodismo y su capacidad para competir y “contrarrestar” el impacto e influencia de las noticias falsas (Graves y Cherubini 2015). Vemos así investigaciones de aplicación de modelos matemáticos o digitales (Shao et al. 2018; Alhindi, Petridis, y Muresan 2018) para medir la capacidad de respuesta del desmentido ante la difusión de “noticias falsas”. Algunos estudios abordan las prácticas de *fact-checking* (Lim, 2018) o miden su impacto en momentos o públicos específicos, por ejemplo, en debates de candidatos políticos (Wintersieck, 2017) o como mecanismos de monitoreo a la clase política (Nyhan y Reifler, 2015).

Este enfoque se puede asociar con la tendencia de mercado que concibe el *fact-checking* como una “nueva oportunidad de negocios” dentro de la industria mediática, que permite atraer audiencias y revitalizar el mercado. Se manifiesta en prácticas de *fact-checking* vinculadas al periodismo de infoentretenimiento. Por ejemplo, el *Fact Checker* de *The Washington Post* otorga uno o varios “Pinochos” según el grado de falsedad de las afirmaciones, en tanto que *PolitiFact* utiliza el “*Truth-O-Meter*”, con categorías que pueden ser el “*False*” hasta “*Pants on Fire*”, dejando en evidencia una pretensión lúdica sobre las afirmaciones desmentidas.

Por otro lado, el enfoque crítico se concentra en identificar las limitaciones del *fact-checking*, tanto las que le son inherentes como práctica profesional (es decir, desde el terreno de la producción) como en los planos de la percepción e impacto en los públicos.

En la primera línea de abordaje crítico, algunas investigaciones debaten sobre los criterios y objetividad de selección de las afirmaciones a verificar, métodos, evidencias y argumentos utilizadas en el ejercicio del desmentido (Uscinski y Butler 2013; Lim 2018) y en la carencia de estándares comunes entre *fact-checkers* (Lim 2018).

En el contexto anglosajón, Singer (2020) suma a las críticas planteadas por Lim (2018) y Uscinski y Butler (2013) lo que considera un serio problema epistemológico: pretender evaluar, desde la naturaleza fáctica del discurso político, asuntos que más bien se discuten desde la opinión o ideología.

Esta afirmación tiene que ver con el tema de fondo del fenómeno de la posverdad. D’Ancona (2017) plantea que, si bien una mentira puede ser vencida mediante la exposición de los hechos, al tratarse la posverdad de un fenómeno emocional, importa más o es más relevante la actitud hacia la verdad que la verdad en sí misma. En coincidencia, el reporte del Consejo de Europa (Wardle y Derakhshan, 2017) advierte de ciertas dinámicas de desmentidos, que pretenden recurrir a argumentaciones fácticas o racionales para desmentir desinformaciones que se caracterizan por su alto contenido emocional.

De este modo, las actitudes de las audiencias son fundamentales en el impacto del *fact-checking*. Algunas personas autoras sostienen que tiene un efecto en las élites políticas, al contribuir a mejorar la calidad de sus declaraciones (Nyhan y Reifler, 2015), el debate público y el ejercicio del periodismo (Amazeen, 2015). Shin y Thorson (2017) señalan que el *fact-checking* también se convierte en sí mismo, al igual que el concepto de “noticia falsa”, en una herramienta para la disputa política. Lim (2018) de hecho advierte que la clase política etiqueta el *fact-checking* o a las personas periodistas como sesgadas y que ignoran o no contestan sus solicitudes. Esta práctica convierte al *fact-checking* en un “significante flotante” que forma parte de las disputas políticas en sí mismo, como plantean Farkas y Schou (2018) al referirse al concepto de *fake news*.

En relación con el impacto en las audiencias generales, Amazeen (2017) advierte de una visión que las asume como sujetos pasivos, y que atribuye, por lo tanto, un efecto de aguja hipodérmica al desmentido, considerando que por sí mismo inculca a las personas contra la falsedad.

Fact-checking versus Fake News

También Amazeen (2015) cita a varias personas autoras que demuestran cómo el “desmentido” tiene efectos de corregir la desinformación bajo ciertas condiciones y que existen prácticas de búsqueda activa de fuentes de verificación de noticias por una parte de la ciudadanía. Un estudio experimental realizado en Costa Rica mostró que factores sociodemográficos como el nivel educativo, los ingresos y la religiosidad también pueden incidir en el impacto del *fact-checking* (Méndez Montero, 2021). Singer (2020), recurriendo a Jarman (2016), afirma que la afiliación partidaria también incide en la evaluación de los desmentidos.

Por otro lado, el *fact-checking* también puede tener un efecto de ampliación del impacto de la mentira (Amazeen, 2017; Wardle y Derakhshan, 2017; Cosentino, 2020) o convertirse en la confirmación de las creencias de las audiencias (Singer, 2020). Este fenómeno estaría asociado a la reputación, confiabilidad e incluso tendencia ideológica del medio de comunicación o servicio del *fact-checking* y de quién es su operador o dueño, ya que esa condición puede afectar todas sus percepciones sobre la transparencia del proceso (Brandtzaeg y Følstad, 2017).

Harsin (2015) va más allá y sostiene que, a pesar de la explosión del “desmentido” y sitios dedicados a aclarar rumores, ninguno ha sido capaz de imponerse como una autoridad de resguardo de la verdad. En efecto, Fernández García (2017) sostiene que las noticias falsas se propagan más rápidamente que una noticia real y que, en caso de que haya corrección, “raramente se comparte de la misma forma” (Fernández García, 2017, p. 72).

Fake news y fact-checking

Hemos visto que el *fact-checking* tiene ciertos efectos en las élites políticas, que sus efectos en las audiencias dependen de las características de estas y que los medios, al desmentir una desinformación, pueden actuar como amplificadores de ese contenido desinformativo. En ese sentido, Vargo, Guo y Amazeen (2018) sostienen que el periodismo, al brindar cobertura a las “noticias falsas”, también podría estar impulsando su capacidad de incidir en la agenda pública.

Una precisión del concepto de “noticias falsas” puede contribuir a una mejor comprensión de la capacidad del *fact-checking* para enfrentarlas.

Las “noticias falsas” son elusivas incluso en su definición. En idioma español las palabras más adecuadas para referirse a este tipo de mensajes quizá sean “bulos” o “paparruchas”¹, pero el caso es que el término del inglés ha penetrado más en su uso, lo cual también ha añadido complicaciones a su abordaje.

Es posible identificar tres vertientes en su conceptualización. La primera vinculada con la literalidad de sus palabras, es decir, como suplantación de las “noticias verdaderas”. La segunda, en un sentido más amplio, referido a toda forma de desinformación, desde las propiamente noticias falsas, pasando por sitios web que difunden desinformación con fines políticos o económicos, hasta declaraciones falsas o erróneas de actores políticos. Vargo, Guo y Amazeen (2018), así como Soon y Song (2017) excluyen de esta segunda categoría a las manifestaciones de desinformación patrocinada por empresas o Estados, o del periodismo deficiente o parcializado.

Desde nuestro enfoque, creemos necesario incluir bajo esta segunda vertiente toda la gama de formatos, tales como memes, audios, fotos o vídeos trucados y publicaciones en redes sociales, que distribuyen mensajes sin base factual, pero que se convierten en mensajes susceptibles de ser “verificados”, debido a su popularidad o contenidos. Por esta razón, asimismo, preferimos utilizar el concepto de “desinformación” más que el de “noticias falsas”. Este enfoque es propuesto tanto desde el ámbito académico (Pérez, 2016) como institucional (UNESCO, 2018). Como veremos más adelante, asimismo, la práctica de verificación en nuestro país abarca todo tipo de mensajes y no únicamente aquellos que pretenden simular a las noticias.

Un tercer nivel en el concepto de “noticias falsas” se acerca a su calificación como una manifestación discursiva que pretende rivalizar con el discurso dominante. En este tercer nivel, es posible identificar dos variantes: una, como “significado flotante”, utilizado como herramienta para descalificar informaciones que entran en conflicto con una visión particular (Farkas y Schou, 2018) y la segunda variante, como manifestaciones de un discurso de carácter populista, que asegura defender los intereses populares contra una élite

¹ El Diccionario de la Real Academia Española define Bulo como “Noticia falsa propalada con algún fin” y Paparrucha como “Noticia falsa y desatinada de un suceso, esparcida entre el vulgo”.

Fact-checking versus Fake News

que trata de socavarlos. Este discurso se manifiesta como una idea (a) centrada en el “pueblo”, (b) en el antielitismo y (c) un nosotros, los marginados, versus ellos, las élites (Stavrakakis, 2017, p. 5). Esta condición polarizante del discurso de las “noticias falsas” podría explicar las diferencias de impacto entre las desinformaciones que circulan en redes sociales.

Posiblemente asociada a esa condición que promueve la polarización, Vargo, Guo, y Amazeen (2018) sostienen que las “noticias falsas” tienen capacidad para colocar en agenda ciertos temas, como las relaciones internacionales, economía y religión, en el ecosistema de los medios, en especial en los entornos digitales. También afirman que los medios partidistas y políticos pueden utilizar las “noticias falsas” como herramientas para la disputa política, incluso aunque el interés que las generó fuese el económico u otro, no político. Harsin (2018) coincide con este punto de vista y advierte que los mismos medios pueden utilizar una “noticia falsa” y su desmentido con fines políticos, para reforzar sus propias agendas o para atraer audiencias.

El *fact-checking* como adversario de las “noticias falsas”, basándonos en Lakoff (G. Lakoff, 2004; G. P. Lakoff y Duran, 2018), podría estar expuesto a argumentar contra las falsedades desde el marco de discusión de las “noticias falsas”, condición que vendría, de nuevo, a reforzar el efecto de resonancia de los medios de comunicación y su dependencia de estas.

Esta observación tiene que ver también con uno de los hallazgos de estos autores, quienes citan cierto nivel de “inconsistencia” en el ejercicio del *fact-checking*, al pasar de un desmentido a otro (aunque mencionan un incipiente ejercicio de *fact-checking* que trata de contextualizar la persistencia de ciertas falsedades). Esta práctica replica la dinámica del “fraccionamiento informativo”, que se le cuestiona al periodismo tradicional por sus limitaciones para la comprensión de la realidad (Mathews, 2003).

Por otro lado, y aunque el ejercicio del *fact-checking* pareciera ser dependiente de la aparición y circulación de las “noticias falsas”, tal como sugieren las anteriores condiciones, Vargo, Guo y Amazeen (2018) señalan que el *fact-checking* muestra bastante autonomía respecto a la selección de qué asuntos someten a verificación. Esta condición, aseguran, incluso puede considerarse evidencia en contra de acusaciones de sesgos en las verificaciones.

El abordaje empírico del próximo apartado nos permitirá profundizar en estas discusiones.

Abordaje empírico

En primer lugar, realizamos una descripción general cuantitativa de las publicaciones de los espacios de verificación *No Coma Cuento* de *La Nación*, y *Doble Check*, de la Universidad de Costa Rica, realizadas entre 2018 y 2020. El propósito es mostrar la cantidad de desmentidos realizados durante los tres años de estudio e indagar sobre posibles relaciones con eventos de actualidad.

En segundo lugar, nos enfocamos en el periodo que va de octubre a diciembre de 2018, con el propósito de ahondar en otro tipo de comportamiento observable de la práctica del desmentido. Precisamente, en un periodo que coincidió con la discusión en la Asamblea Legislativa del Proyecto de Ley 20580, que se proponía modificar algunas normativas de ingresos y gastos del Estado y que generó una huelga por más de tres meses por parte de sectores sindicales y sociales que se oponían al mismo. Pretendemos identificar y comparar qué tipo de informaciones fueron desmentidas en ese periodo por ambas iniciativas de verificación.

En esta segunda parte del abordaje empírico también evaluamos el nivel de *engagement* en Facebook (aunque el concepto es más amplio y dinámico, aquí lo consideramos como la suma de las reacciones - comentarios, *likes*, *angry*, *hahaha*, *shares*, etc.- generados por la publicación de un desmentido) con el propósito de identificar el interés de los públicos. El *engagement* revisado corresponde a las publicaciones de octubre a diciembre de 2018, de modo que podríamos contar con un mapa de intereses de los espacios de verificación y de la población en el mismo periodo.

Fact-checking versus Fake News

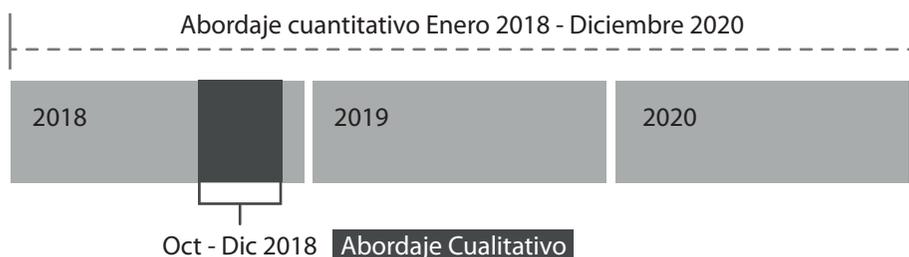


Figura 3.1 Representación gráfica de los periodos de estudio

Los desmentidos se seleccionaron desde una aplicación de Facebook que permite extraer un listado total de las publicaciones de *Doble Check*. En el caso de las publicaciones de *La Nación*, se extraen las marcadas con el identificador #nocomacuento, ya que no existe una página propiamente del espacio de desmentido. Para la extracción de los datos contamos con el apoyo del Centro de Investigación en Comunicación (CICOM), de la Universidad de Costa Rica. La aplicación oficial de Facebook da acceso a la plataforma (todos los posteos de perfiles públicos) mediante su API. La extracción de los datos se realizó en el marco del proyecto de investigación inscrito en la UCR con el número C0336: “#Fakenews: Una indagación interdisciplinaria a la circulación de noticias falsas en Costa Rica”, realizada por el CICOM y el Laboratorio de Investigación e Innovación Tecnológica de la UNED.

Descripción general: publicaciones de desmentidos entre 2018 y 2020

El reporte generó un total de 813 publicaciones por parte de NCC y 423 de DC, durante el periodo que va del 1 de enero de 2018 al 31 de diciembre de 2020. En el caso de *La Nación*, se trató de 1236 publicaciones registradas en Facebook con las etiquetas de #nocomacuento. Para *Doble Check*, se realizó una sumatoria simple de todas las publicaciones en Facebook, ya que este espacio solo se dedica a publicar verificaciones. Tómese en cuenta que NCC surgió en

enero de 2018 y DC en octubre de 2018, por lo que la cantidad de publicaciones de esta es menor.

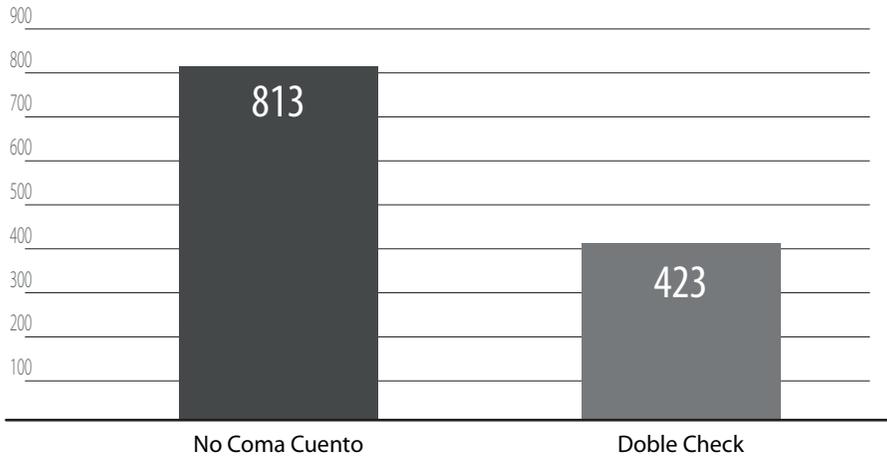


Figura 3.2 Cantidad de publicaciones en Facebook identificadas como “desmentidos”, publicadas por los sitios de verificación No Coma Cuento (enero 2018-diciembre 2020) y Doble Check (octubre 2018-diciembre 2020).

Fuente: Elaboración propia

Publicaciones realizadas por mes entre enero de 2018 y diciembre de 2020.

La Figura 3.3 es una representación de la cantidad de desmentidos publicados al mes por NCC y DC entre 2018 y 2020. NCC tuvo tres momentos de mayor actividad: entre marzo y abril de 2018, coincidiendo con la segunda ronda electoral; después de setiembre a diciembre, en coincidencia con la discusión legislativa y la huelga contra el proyecto de Ley 20580, y finalmente, entre marzo, julio y octubre de 2020, vinculado con el impacto de la pandemia.

Por su parte, DC experimentó un aumento en la publicación de desmentidos en diciembre de 2018, mayo y noviembre de 2019, así como en marzo de 2020. Este último en coincidencia con NCC y el inicio de la pandemia.

Fact-checking versus Fake News

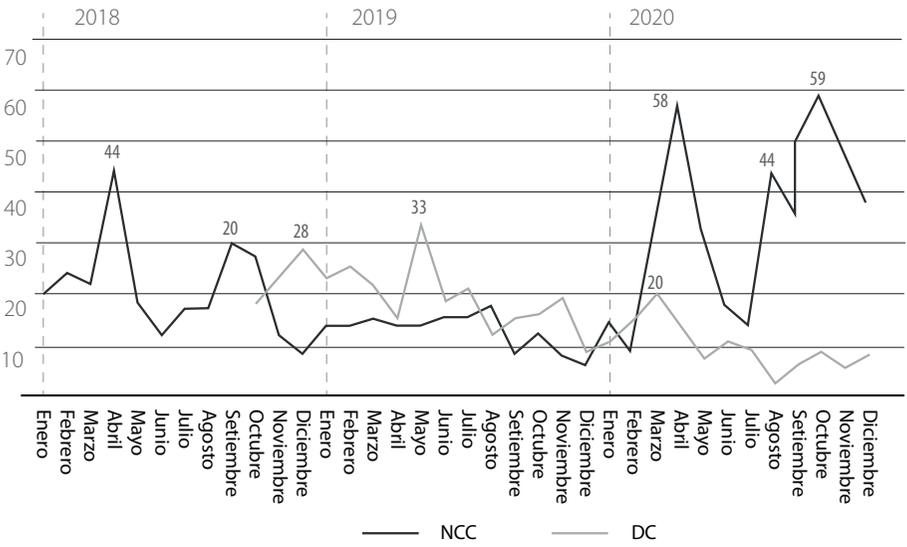


Figura 3.3 Cantidad de publicaciones en Facebook identificadas como “desmentidos” publicadas por No Coma Cuento y Doble Check, por mes. Enero 2018-diciembre 2020
Fuente: Elaboración propia

Desmentidos publicados entre octubre y diciembre de 2018

A continuación, revisamos la publicación de desmentidos realizada por ambas iniciativas de *fact-checking* en el periodo que va de octubre a diciembre de 2018, cuando se desarrolló la huelga contra el proyecto de Ley 20580. Esta huelga había iniciado a principios de setiembre; sin embargo, analizamos los datos a partir de octubre, porque fue el mes durante el que DC inició operaciones.

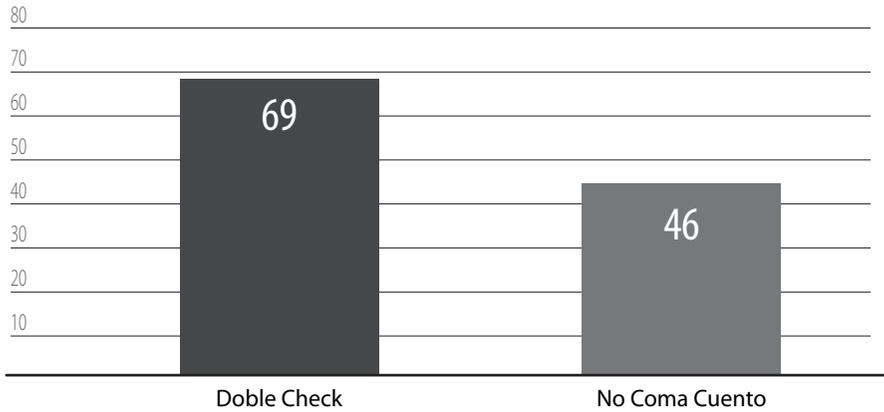


Figura 3.4 Cantidad de desmentidos publicados por No Coma Cuento y Doble Check. Octubre a diciembre 2020
Fuente: Elaboración propia

No Coma Cuento

De las 46 publicaciones que realizó NCC de octubre a diciembre de 2018, un total de 44 desmintió lo que hemos llamado “bulos”, definidos aquí como desinformaciones que, en diversos formatos, circularon en redes sociales sin una autoría claramente identificable. De estos bulos desmentidos, siete se referían a desinformaciones que atacaban a población LGBTQ o a personas extranjeras. Dos más se refirieron a noticias relacionadas con “desinformaciones” como temática.

Cuadro 3.1 Desmentidos publicados por NCC por tipo Octubre a diciembre de 2018

Bulo	37
Bulos sobre minería	7
Noticias sobre Fake News	2
Total	46

Fuente: Elaboración propia

Fact-checking versus Fake News

En cuanto a la temática, NCC concentró sus esfuerzos durante este periodo en desmentir desinformaciones en torno al plan fiscal y a la huelga. El enfoque de estos desmentidos coincidió con el apoyo tradicional del medio a propuestas que buscan recortar el gasto público, además, de cuestionar las movilizaciones sociales como mecanismos de defensa o promoción de intereses. En ese sentido, los desmentidos publicados por NCC tendieron a aclarar desinformaciones que ponían en duda los beneficios del proyecto de Ley 20580 (véase el resumen de los titulares en el Cuadro 3.3, más abajo).

***Cuadro 3.2** Desmentidos publicados por NCC según tema
Octubre a diciembre de 2018*

Huelga	12
Plan Fiscal	10
Derechos Humanos	7
Amenazas a la salud o la seguridad	4
Gasto público	4
Corrupción	2
Amenaza a derechos ciudadanos	2
Noticias sobre "desinformaciones"	2
Estafas	2
Indeterminado	1
Total	46

***Fuente:** Elaboración propia*

El siguiente cuadro (Cuadro 3.3) muestra en más detalle los titulares utilizados por NCC para sus desmentidos. Como se observa, estos colocan a fuentes oficiales como foco del desmentido: "MEP desmiente...", "Plan Fiscal no incluye...", "Presidente de Recope no dijo...", "Presidencia desmiente...". En ese sentido, se podría afirmar que los desmentidos publicados por NCC muestran una agenda oficialista, es decir, favorable a la aclaración de desinformaciones que se referían a supuestas afirmaciones de entidades o representantes de gobierno.

*Cuadro 3.3 Titulares de NCC de desmentidos sobre la huelga, el plan fiscal y el gasto público
Octubre a diciembre de 2018*

Fecha	Titular
2018/10/01	#NoComaCuento: MEP desmiente supuesto despido de profesores que abandonan la huelga
2018/10/02	#NoComaCuento: Plan fiscal no incluye rebajo de €250.000 millones a programas sociales
2018/10/02	#NoComaCuento: Publicaciones en Facebook utilizan noticia vieja para afirmar que Carlos Alvarado estrena carros de lujo
2018/10/04	#NoComaCuento: Presidente de Recope no dijo que Alvarado y Piza lo obligaran a mentir sobre afectación por huelga
2018/10/04	#NoComaCuento: Recope desmiente que se esté quedando sin combustible por la huelga
2018/10/04	#NoComaCuento: Presidencia desmiente cierre de calles por transmisión de Carlos Alvarado en Plaza de la Cultura
2018/10/05	#NoComaCuento: Diputados nunca exoneraron a piñeras de impuestos ni rechazaron moción para gravarlas
2018/10/05	#NoComaCuento: Es falso que la reforma fiscal le cobra impuestos a los libros y exonera a los cigarrillos
2018/10/08	#NoComaCuento: Seguridad desmiente que policía encubierto empujara a Carlos Alvarado en plaza de la Cultura
2018/10/09	#NoComaCuento: CNN desmiente supuesta censura a economista por petición de Carlos Alvarado
2018/10/09	#NoComaCuento: ¿Le rebajará el Gobierno mucho dinero por concepto de ahorros?
2018/10/09	#NoComaCuento: CNN desmiente supuesta censura a economista por petición de Carlos Alvarado
2018/10/10	#NoComaCuento: Juez que declaró ilegal la huelga en el MEP no es primo de Carlos Alvarado ni militante del PAC

Fact-checking versus Fake News

Fecha	Titular
2018/10/12	#NoComaCuento: ¿Cobrarán IVA a compras que se realicen en el extranjero?
2018/10/17	#NoComaCuento: Comisión Interamericana de Derechos Humanos no investiga al Gobierno por manejo de la huelga
2018/10/18	#NoComaCuento: Medios de comunicación y bancos sí pagarán impuestos con reforma fiscal
2018/10/22	#NoComaCuento: Epsy Campbell no llevó a todos sus asesores a su visita al Vaticano
2018/10/23	#NoComaCuento: Reforma fiscal no le aumenta el salario a Carlos Alvarado
2018/11/01	#NoComaCuento: Es falso que el MEP vaya a aprobar de forma automática a todos los estudiantes de bachillerato
2018/11/02	#NoComaCuento: Es falso que cada diputado tiene 35 asesores
2018/11/14	#NoComaCuento: MEP no cerrará escuelas y colegios si huelga es declarada legal
2018/11/26	#NoComaCuento: Es falso que la reforma fiscal sería derogada si la huelga del MEP es declarada legal
2018/11/27	#NoComaCuento: Superintendente de Seguros no gana €20 millones al mes
2018/11/30	#NoComaCuento: Juez que declaró ilegal la huelga en MEP no es hijo del oficial mayor de esa institución
2018/12/07	#NoComaCuento: Viceministro de Hacienda, Nogui Acosta, no dirigió el Grupo Financiero Improsa

Fuente: Elaboración propia

Doble Check

Entre octubre y diciembre de 2018, DC realizó un total de 69 publicaciones. De estas, la mayor cantidad (24) se refirió a desmentidos originados en declaraciones de agentes políticos y 10 bulos (desinformaciones variadas de origen difícilmente identificable). Es notable, también, que DC realizó un esfuerzo más allá del mero desmentido de falsedades y dedicó 18 publicaciones explícitamente dirigidas a educar en materia de desinformación o a contextualizar o explicar materias de actualidad.

Cuadro 3.4 *Desmentidos publicados por DC según tipo
Octubre a diciembre de 2018*

Tipo	Cantidad
De declaraciones	24
Bulo	10
Promocional	10
Educativo	9
Explicativo	9
Noticias sobre Fake News	6
Bulos sobre minorías	1
Total	69

Fuente: Elaboración propia

En cuanto a la temática abordada por DC, al igual que en el caso de NCC, la mayor cantidad de publicaciones tuvo que ver con la discusión pública sobre el plan fiscal, la huelga y el gasto público. Sobre esta discusión, hay 33 publicaciones: 14 sobre el plan fiscal, 12 sobre el gasto público y 7 sobre la huelga (ver Cuadro 3.5). Aunque la segunda categoría temática Educación sobre la desinformación (13 publicaciones) ocupó también como referencia, en algunas ocasiones, la misma discusión sobre fiscalidad del Estado.

Fact-checking versus Fake News

*Cuadro 3.5 Desmentidos publicados por DC según tema
Octubre a diciembre de 2018*

Temas	Cantidad
Plan fiscal	14
Educación sobre desinformación	13
Gasto público	12
Promocional del sitio	10
Huelga	7
Derechos	4
Corrupción y privilegios	3
Seguridad	3
Derechos humanos	2
Estafas o engaños	1
Total	69

Fuente: Elaboración propia

DC mostró una tendencia a verificar desinformaciones que provenían de los diferentes bandos de la discusión pública sobre el tema fiscal, incluso varias publicaciones de otros medios de comunicación. DC también mostró una dinámica de publicación de desmentidos que buscaban ampliar, educar, o contextualizar el asunto tratado o la dinámica de la falsedad, más que la falsedad misma.

*Cuadro 3.6 Titulares de DC de desmentidos de declaraciones
sobre temas de Huelga, Plan Fiscal y Gasto Público. Octubre a
diciembre de 2018*

Fecha	Titular
2018/10/01	No hay evidencia de que un millón de personas marcharan por San José... Ni de cerca
2018/10/03	Plan fiscal carece de propuesta publicitada por fracción del PAC
2018/10/04	80 y 20: Ejecutivo tropezó al divulgar datos del plan fiscal
2018/10/10	¿Las pensiones de lujo nos cuestan 2% del PIB? Depende de qué defina usted por lujo

Verdad en extinción

Fecha	Titulares
2018/10/12	Hacienda no tocará sus ahorros bancarios con el plan fiscal
2018/10/17	Fernando Cruz pertenece al top del 1% con salarios más altos del país
2018/10/18	No, la evasión en Costa Rica no es del 8% del PIB
2018/10/20	La Nación sobreestimó impacto de pensiones de lujo en más de siete veces
2018/11/04	¿Por qué el Estado no se perdona su propia deuda?
2018/11/15	Ni Carlos Alvarado ni Laura Chinchilla "dan más exoneraciones", como dice La Extra
2018/11/16	Juan Diego Castro difunde dato incorrecto sobre alquileres del Poder Ejecutivo
2018/11/17	Sí hay récord de diplomáticos liderando embajadas, pero este gobierno no los nombró a todos
2018/11/19	Sí hay 129 herederos de las antiguas pensiones de exdiputados
2018/11/21	Si el Estado se debe un montón de plata a sí mismo, la solución a la crisis fiscal es que se pase la plata de un bolsillo al otro, ¿cierto?
2018/12/07	Un artículo de N-R - Noticias Costa Rica titulado "Educadores no quieren ser evaluados por su desempeño" no tiene sustento. ¿Cuál era la fuente? El texto se basó únicamente en las manifestaciones de cuatro docentes en redes sociales y en antecedentes de declaraciones sindicales de hace tres años.
2018/12/10	Nos pusimos a ver un video del diputado Dragos Dolanescu - Diputado Alajuela 2018 PRSC (sí, así matamos el tiempo). Terminamos encontrando un teléfono chocho entre él, Diputado Dr Walter Muñoz, un asesor legislativo y un ministro sobre el presupuesto del MOPT para consultorías.
2018/12/10	¿Durante cuál administración se aprobaron más alivios fiscales para diversos sectores? Diario Extra dijo una cosa en su portada; nosotros encontramos otra.
2018/12/20	Dos diputados y un asesor se enredaron al denunciar los supuestos montos por asesorías del MOPT. Aquí les contamos la cadena de mensajes desatinados.

Fuente: Elaboración propia

Fact-checking versus Fake News

Interacciones / reacciones

El *engagement* (reacciones como *likes, shares, angry*, que genera una publicación en Facebook) también permite visualizar el posible impacto del desmentido en los públicos que interactúan con ambas iniciativas de verificación a través de esa aplicación. A continuación, ofrecemos una descripción de los resultados que arrojaron los datos sobre interacciones, también en este sub periodo de estudio, que abarcó de octubre a diciembre de 2018. Esta descripción nos permitirá medir las posibles correspondencias entre la agenda de los sitios de verificación (medida a partir de cantidad de publicaciones según tema) y el interés manifestado por las audiencias (estimado a partir de las interacciones generadas por las publicaciones de desmentidos).

Para ambos casos, tomamos el decil de publicaciones que tuvo más reacciones en Facebook entre octubre y diciembre de 2018. En la evaluación de estas interacciones no desagregamos por tipo de reacción (*likes, shares, comments, angry, hahaha*, etc.), sino solamente el total de reacciones, con el fin de identificar el nivel general de interacción y discusión de cada publicación, sin valorar posiciones (a favor, en contra, positivas, negativas, etc.) Es decir, medir solamente el nivel de “conversación” que generó cada desmentido.

En el caso de NCC, se trató de nueve bulos relacionados con el presidente Carlos Alvarado o actuaciones del gobierno. El nivel de reacciones denota más sensibilidad de las personas usuarias a la representación (sea mediante las desinformaciones o mediante los desmentidos) de comportamientos autoritarios, de nepotismo o corrupción por parte del gobernante, por encima de otros valores representados en el total de desmentidos durante el periodo estudiado. Recordemos que la agenda de NCC se centró en desmentir desinformaciones que giraban en torno a supuestos efectos negativos del proyecto de ley 20580. De este modo, los datos muestran que mientras el interés del medio se concentró en defender el proyecto de Ley, las personas usuarias se mostraron más interesadas en factores como la personalización de los aspectos positivos o negativos relacionados con el presidente Carlos Alvarado y el gobierno.

Cuadro 3.7 Desmentidos de NCC que obtuvieron mayores interacciones en Facebook Octubre a diciembre de 2018

Fecha	Titular	Interacciones
2018/10/09	#NoComaCuento: CNN desmiente supuesta censura a economista por petición de Carlos Alvarado	3324
2018/10/27	#NoComaCuento: Es falso que el Gobierno 'prohibirá' las celebraciones del Día de la Madre y del Padre	2488
2018/10/10	#NoComaCuento: Juez que declaró ilegal la huelga en el MEP no es primo de Carlos Alvarado ni militante del PAC	2370
2018/10/08	#NoComaCuento: Seguridad desmiente que policía encubierto empujara a Carlos Alvarado en plaza de la Cultura	1972
2018/10/02	#NoComaCuento: Publicaciones en Facebook utilizan noticia vieja para afirmar que Carlos Alvarado estrena carros de lujo	1935
2018/10/04	#NoComaCuento: Presidencia desmiente cierre de calles por transmisión de Carlos Alvarado en Plaza de la Cultura	1852
2018/10/11	#NoComaCuento: Primera dama Claudia Dobles no tiene una empresa de arquitectos relacionada con el proyecto del tren eléctrico	1478
2018/10/22	#NoComaCuento: Epsy Campbell no llevó a todos sus asesores a su visita al Vaticano	1461
2018/10/09	#NoComaCuento: ¿Le rebajará el Gobierno mucho dinero por concepto de ahorros?	1114

Fuente: Elaboración propia

Fact-checking versus Fake News

Por su parte, las publicaciones de DC que tuvieron más reacciones mostraron mayor diversidad de intereses. Destacó con más interacciones un desmentido realizado a Florida, ICE & Farm Company, acerca de la tergiversación de cifras sobre el pago de sus impuestos. Al igual que en su agenda, las publicaciones que mostraron más interacciones reflejan el “balance” de DC en cuanto a posiciones desmentidas en relación con la discusión.

*Cuadro 3.8 Desmentidos de DC que obtuvieron mayores interacciones en Facebook
Octubre a diciembre de 2018*

Fecha	Titular o referencia a la información	Interacciones
2018/12/15	Cervecería Costa Rica ha pagado al fisco, de su propio bolsillo, una cuarta parte del monto que publicitó	852
2018/10/17	Fernando Cruz pertenece al top del 1% con salarios más altos del país	712
2018/12/08	Cheques a suspicacias comunes de la lista de grandes contribuyentes	708
2018/12/22	¿Colección de batazos sobre el Pacto Mundial para la Migración	591
2018/10/18	No, la evasión en Costa Rica no es del 8% del PIB	548
2018/10/04	80 y 20: Ejecutivo tropezó al divulgar datos del plan fiscal	534
2018/10/22	Es falso que Epsy Campbell haya visitado el Estado de la Ciudad de El Vaticano con "todos sus asesores"	436
2018/11/02	¿Cómo es la cocina de una noticia falsa?	416
2018/11/29	El juez que dictó la ilegalidad en la huelga del MEP no plagió su sentencia	415
2018/11/29	Le fumigamos su paparrucha	407

Fecha	Titular o referencia a la información	Interacciones
2018/11/24	Investigación sobre noticia falta "gobierno prohibirá Día del Padre y de la Madre para no ofender gris".	405
2018/10/01	No hay evidencia de que un millón de personas marcharan por San José... Ni de cerca	340

Fuente: Elaboración propia

Discusión

El reporte de actividad delictiva informática (Bunse, 2020) señala que las prácticas de desinformación en Costa Rica no han alcanzado gran nivel de sofisticación. En ese mismo sentido, el ejercicio de *fact-checking* costarricense tampoco ha mostrado los niveles de sofisticación de otros países y se ha desarrollado con bastante autonomía, en relación con las “técnicas” o “métodos” que utilizan algunas iniciativas de verificación en otros países. Tampoco ha utilizado sistemas de calificación de corte lúdico (*pants on fire* o *Pinocchios*, por ejemplo) al estilo del *fact-checking* dominante en Estados Unidos. El *fact-checking* de Costa Rica realiza una cobertura variada de temas, formatos y fuentes de la desinformación, no solamente un seguimiento a agentes políticos.

Su surgimiento está asociado a eventos políticos del país: NCC surge al calor de las elecciones de 2018 y DC en el marco de la huelga contra el proyecto de Ley 20580. De esta forma, el *fact-checking* es una respuesta, desde el periodismo, a la circulación de desinformación en momentos clave que experimenta la sociedad y es, también, una nueva oferta de contenidos de los medios, una nueva área de cobertura de un nuevo fenómeno social de la desinformación que circula en redes sociales digitales.

El aumento de la publicación de desmentidos puede estar asociado al incremento en la circulación de desinformaciones que, a la vez, pueden asociarse con el crecimiento en el consumo de noticias sobre “asuntos de

Fact-checking versus Fake News

interés público” (Tristán, Álvarez y Siles, 2020) en periodos que rompen con la “normalidad” y con las prácticas de comentar, diseminar y compartir información en redes sociales como actos de participación política (Carazo, 2018). A estas observaciones se les debe aunar la constatación de que al menos dos de cada diez personas son capaces de diseminar mensajes en las redes sociales, incluso a sabiendas de que es falsa (Brenes, Pérez, y Siles, 2019).

Si bien Uscinski y Butler (2013) y Lim (2018) cuestionan la indefinición en cuanto a criterios para la selección de afirmaciones a desmentir, los hallazgos muestran que ambos espacios de verificación generaron una agenda y un marco de cobertura de esta, en especial, en momentos clave como el periodo de huelga de 2018. De este modo, también, se muestra que, si bien las “noticias falsas” pueden incidir en la agenda de los medios, aún estos gozan de amplia autonomía para determinar temáticas y enfoques (Vargo, Guo y Amazeen, 2018).

Vargo, Guo y Amazeen (2018) sostienen que, al brindar cobertura a las noticias falsas, se podría estar impulsando su capacidad de incidir en la agenda pública. Los hallazgos muestran que el *fact-checking* también podría utilizar los contenidos desinformativos como instrumentos para impulsar una agenda particular. Asimismo, es posible señalar que las publicaciones de desmentidos se suman a la cobertura general y al entorno de opinión pública, de modo que tanto las “noticias falsas” como el *fact-checking* deben comprenderse dentro de ese ecosistema mediático y en las sociedades en general.

También, en relación con el posible efecto de legitimar un contenido desinformativo, pareciera más bien que el *fact-checking* lo convierte en una herramienta para la disputa, operacionalizando la idea del “significado flotante” que proponen Farkas y Schou (2018) para las “noticias falsas”. Así, el *fact-checking* se utiliza como una herramienta discursiva a favor de determinadas posiciones en el debate público, la promoción de un punto de vista “correcto”. Harsin (2018) sostiene que los mismos medios pueden utilizar una “noticia falsa” y su “desmentido” con fines políticos, para reforzar sus propias agendas, como fue el caso de NCC y la huelga, o para atraer audiencias. El *fact-checking* mostró, además, capacidad para definir “eventos” y aumentar su impacto o presencia, como sucedió con la cobertura especial que realizó DC sobre el tema fiscal y el primer año del gobierno de Carlos Alvarado.

Retomando a Nieminen (2009), estas manifestaciones del *fact-checking* podrían considerarse un esfuerzo por ordenar la discusión pública y, efectivamente, fortalecer el rol de los medios como orientadores del debate. Es decir, los hallazgos muestran que no solo se trató de desmentir, sino que el *fact-checking* mostró capacidad de desmentir más allá de la mera respuesta reactiva: propuso agenda y encuadre en sus desmentidos. Carazo (2018) dice que la capacidad de establecer agenda ha sido fraccionada, pero que los medios aún tienen poder de decidir qué desmentir y desde qué encuadre, lo cual pareciera demostrarse a partir de este caso.

Finalmente, en relación con el *engagement* generado por los desmentidos, pudimos identificar que provocaron más interacciones aquellos asociados concretamente a actores de la “noticia falsa”, como fue el presidente Carlos Alvarado o la Florida Ice & Farm. Esta respuesta, posiblemente, se vincula a las formas discursivas populistas con las que se asocia las “noticias falsas”. De modo que, la réplica que plantea el desmentido estaría arrastrando ese interés, mostrado en las interacciones o *engagement*.

Consideraciones finales

Este capítulo pretendió contextualizar el desarrollo de la práctica del *fact-checking* en Costa Rica, enmarcado en la crisis de los medios tradicionales y del impacto de las redes sociales en los procesos de difusión y consumo de desinformación.

Partimos del argumento de que el *fact-checking* no es un ejercicio de combate a la desinformación reactivo ni dependiente de las “noticias falsas”, sino que es un esfuerzo deliberado de recuperar el control de la agenda de discusión pública. En efecto, los hallazgos mostraron que, utilizando recursos de *agenda-setting*, el *fact-checking* se inserta en la dinámica de discusión y de lucha de poder por hegemonizar una realidad, en contra del discurso de las “noticias falsas”.

Una de las principales limitaciones de este trabajo es su carácter descriptivo, de modo que futuras investigaciones podrían profundizar en la capacidad de agendar los temas de la desinformación, el impacto en las audiencias y los propios mecanismos de discusión pública que se derivan de una

Fact-checking versus Fake News

forma de periodismo que, abiertamente, plantea “esta es la verdad” o “eso es mentira”. En ese sentido, el trasfondo de esta discusión es cómo las sociedades construyen acuerdos de “verdad” para asegurar su reproducción y, con más necesidad, en sociedades fragmentadas y desconfiadas.

También es posible profundizar en materias más “técnicas”, como el uso de recursos lingüísticos, gráficos o audiovisuales, fuentes de información y técnicas de redacción que utilizan *fact-checkers* para contrarrestar la desinformación.

Es posible profundizar en las interrelaciones con las audiencias en Facebook, indagando, por ejemplo, el rol de los titulares (o el *copy*, su similar en Facebook) que utiliza el *fact-checking* para atraer a las personas lectoras y que –se sabe– en el periodismo tradicional juegan un papel clave.

El abordaje empírico no incluyó una identificación de los personajes de los desmentidos ni tampoco el origen (circulación Facebook, WhatsApp o declaraciones, por ejemplo), que podrían ser también materia de futuras investigaciones.

Por otro lado, si consideramos las “noticias falsas” como manifestaciones de una interpretación específica de la realidad, conviene revisar con mayor profundidad cuáles son los ejes o marcos de interpretación de esa realidad. Tangencialmente abordamos este asunto, pero una contextualización mayor nos permitiría comprender las razones que están detrás de la viralización de los mensajes de desinformación. Es plausible suponer que, en contextos de exclusión social, económica y política, las personas manifiestan su malestar compartiendo desinformaciones que reflejan ese malestar.

También quisiéramos destacar que algunos temas se problematizan hasta que afectan de manera negativa los centros de poder o conocimiento. La práctica de agentes políticos de generar desinformación no es un fenómeno nuevo; sin embargo, no fue sino hasta que se desataron los escándalos por el impacto de las “noticias falsas” en las elecciones de Estados Unidos 2016 y el Brexit en Reino Unido, fundamentalmente, que el fenómeno se convierte en tema de discusión pública y académica.

Finalmente, resulta necesario referirnos, en el contexto de la actual pandemia que sufre la humanidad, que el *fact-checking* suele ser considerado

una especie de vacuna contra el “virus de la desinformación”. En ese sentido, conviene también tomar en cuenta que, del mismo modo que la pandemia afecta a las personas según factores personales, como edad, condiciones de riesgo y estilos de vida, el combate a la desinformación pasa por una revisión del estilo de vida democrático, ya que su salud en general y las medidas correctivas, serían las que permitan enfrentar este nuevo flagelo con mayor o menor éxito.

Referencias bibliográficas

Alhindi, Tariq, Savvas Petridis & Smaranda Muresan. 2018. “Where is Your Evidence: Improving Fact-checking by Justification Modeling.” *Proceedings of the First Workshop on Fact Extraction and VERification (FEVER)*, 85-90. Brussels, Belgium: Association for Computational Linguistics. <https://doi.org/10.18653/v1/W18-5513>.

Amazeen, Michelle A. 2015. “Revisiting the Epistemology of Fact-Checking.” *Critical Review: A Journal of Politics and Society* 27, no. 1: 1-22. <https://doi.org/10.1080/08913811.2014.993890>.

Amazeen, Michelle A . 2017. “Journalistic Interventions: The Structural Factors Affecting the Global Emergence of Fact-Checking.” *Journalism: Theory, Practice & Criticism*. <https://doi.org/10.1177/1464884917730217>.

Barrera Rodriguez, Oscar, Sergei Guriev, Emeric Henry & Ekaterina Zhuravskaya. 2019. “Facts, Alternative Facts, and Fact Checking in Times of Post-Truth Politics.” *Journal of Public Economics, Forthcoming*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3004631>.

Brandtzaeg, Petter Bae & Asbjørn Følstad. 2017. “Trust and Distrust in Online Fact-Checking Services.” *Communications of the ACM* 60, no. 9: 65-71. <https://doi.org/10.1145/3122803>.

Fact-checking versus Fake News

Brenes, Carlos, Rolando Pérez & Ignacio Siles. 2019. “Informe de resultados del estudio de opinión sociopolítica ‘Audiencias noticiosas de medios digitales: redes sociales, WhatsApp y noticias falsas’.” *Kerwá Repositorio*. kerwa.ucr.ac.cr/handle/10669/80601

Bunse, Simone. 2020. *Global Cyber Troops Country Profile: Costa Rica*. LEAD University and Georgetown University. <https://demtech.oii.ox.ac.uk/wp-content/uploads/sites/127/2021/01/Cyber-Troop-Costa-Rica-2020.pdf>

Carazo, Carolina. 2018. “Periodismo y Agenda Setting: Una discusión sobre el interés por asuntos públicos de la ciudadanía.” *Revista de Ciencias Sociales*, no. 160: 15-35. <https://doi.org/10.15517/rsc.v0i160.34805>

Carazo, Carolina. 2020. “Agenda-setting en la era digital: la compleja relación entre medios, candidatos y ciudadanía en Facebook.” *En Democracia en digital: Facebook, comunicación y política en Costa Rica*, editado por Ignacio Siles, 137-172. CICOM, UCR.

Castells, Manuel. 2009. *Comunicación y Poder*. Alianza Editorial.

Corporación Latinobarómetro 2018. 2018. *Informe 2018*. Santiago de Chile: Corporación Latinobarómetro.

Cosentino, Gabriele. 2020. “From Pizzagate to the Great Replacement: The Globalization of Conspiracy Theories.” *En Social Media and the Post-Truth World Order: The Global Dynamics of Disinformation*, editado por Gabriele Cosentino, 59-86. Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-030-43005-4_3

D’Ancona, Matthew. 2017. *Post-Truth: The New War on Truth and How to Fight Back*. Ebury Press.

DataReportal. 2019. “Digital 2019: Costa Rica.” <https://datareportal.com/reports/digital-2019-costa-rica>

Farkas, Johan & Jannick Schou. 2018. “Fake News as a Floating Signifier: Hegemony, Antagonism and the Politics of Falsehood.” *Javnost- The Public - Journal of the European Institute for Communication and Culture* 25, no. 3: 298-314. <https://doi.org/10.1080/13183222.2018.1463047>

Fernández García, Nuria. 2017. “Fake News: Una oportunidad para la alfabetización mediática.” *Nueva Sociedad*, no. 269: 66-77.

Fournier, Sebastián, Oscar Jiménez & Luisa Ochoa. 2018. “Concentración y transnacionalización de medios en Costa Rica: Caso Albavisión.” *En Primer informe del Estado de la Libertad de Expresión en Costa Rica*, editado por Grettel Aguilar, Giselle Boza, Lidieth Garro, Johanna Rodríguez y Lilliana Solís, 134-172. CICOM, UCR.

Graves, Lucas. 2016. *Deciding What's True. The Rise of Political Fact-Checking in American Journalism*. Columbia University Press.

Graves, Lucas & Federica Cherubini. 2016. *The rise of fact-checking sites in Europe*. Reuters Institute for the Study of Journalism/University of Oxford. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/>

Graves, Lucas, Brendan Nyhan & Jason Reifler. 2016. “Understanding Innovations in Journalistic Practice: A Field Experiment Examining Motivations for Fact-Checking.” *Journal of Communication* 66, no. 1: 102-38. <https://doi.org/doi:10.1111/jcom.12198>

Harsin, Jayson. 2015. “Regimes of Posttruth, Postpolitics, and Attention Economies.” *Communication, Culture & Critique* 8, no. 2: 327-33. <https://doi.org/doi:10.1111/cccr.12097>

Fact-checking versus Fake News

Harsin, Jayson. 2018. "Post-Truth and Critical Communication Studies." *Oxford Research Encyclopedia of Communication*. <https://doi.org/10.1093/acrefore/9780190228613.013.757>

Jiménez Alvarado, Oscar. 2017. "La concentración de los medios de comunicación en Costa Rica: el caso de la radio y de la televisión abierta." Tesis de maestría. Universidad de Costa Rica.

Lakoff, George. 2004. *No pienses en un elefante*. Editorial Complutense, S.A.

Lakoff, George & Gil Duran. 2018. "Trump Has Turned Words into Weapons. And He's Winning the Linguistic War." *The Guardian*, 13 de junio. <https://www.theguardian.com/commentisfree/2018/jun/13/how-to-report-trump-media-manipulation-language>

Lim, Chloe. 2018. "Checking how fact-checkers check." *Research and Politics* 5, no. 3: 1-7. <https://doi.org/10.1177/2053168018786848>

Lotero-Echeverri, Gabriel, Luis Romero & Amor Pérez. 2018. "'Fact-checking' vs. 'fake news': periodismo de confirmación como recurso de la competencia mediática contra la desinformación." *index.comunicación* 8, no. 2: 295-316.

Mantilla, Víctor. 2020. Crisis energética y posverdad. *América Latina en movimiento*, 12 de noviembre. <https://www.alainet.org/es/articulo/209743>

Mathews, David. 2003. *Política para la gente*. Foundation/Biblioteca Jurídica Dike.

McCombs, Maxwell. 2005. "A Look at Agenda-setting: past, present and future." *Journalism Studies* 6, no. 4: 543-57. <https://doi.org/DOI:10.1080/14616700500250438>

Méndez Montero, Andrea. 2021. Las desigualdades en el desarrollo humano impactan en la capacidad para detectar noticias falsas. *Universidad de Costa Rica*, 4 de febrero. <https://www.ucr.ac.cr/noticias/2021/02/04/las-desigualdades-en-el-desarrollo-humano-impactan-en-la-capacidad-para-detectar-noticias-falsas.html>

Nieminen, Hannu. 2009. “Media in crisis? Social, economic and epistemic dimensions.” *Communicative approaches to politics and ethics in Europe*, 31-43.

Nyhan, Brendan & Jason Reifler. 2015. “The Effect of Fact-Checking on Elites: A Field Experiment on U.S. State Legislators.” *American Journal of Political Science* 59, no. 3: 628-640. <https://doi.org/10.1111/ajps.12162>
Pérez, Encarna. 2016. El discurso periodístico. *Littera*, 10 de marzo. <https://littera.es/el-discurso-periodistico/>

Redondo, Ronald Alfaro y Felipe Alpízar Rodríguez. 2018. *Informe de resultados del estudio de opinión sociopolítica realizada en noviembre de 2018*. CIEP. <https://ciep.ucr.ac.cr/informes-del-resultado-del-estudio-de-opinion-sociopolitica/>

Robles Rivera, Francisco & Koen Voorend. 2012. “Los dueños de la palabra en Costa Rica en un contexto de reforma neoliberal.” *Rev. Rupturas* 1, no. 2: 144-161. <https://doi.org/10.22458/rr.v1i2.166>

Rodríguez, María Fernanda & Paula Rangel Barroeta. 2021. “El fact-checking como práctica de verificación del discurso público en América Latina y Venezuela. Un estado de la cuestión.” *Revista INVECOM* 1, no. 1. <http://revista.invecom.org/index.php/ojs/article/view/7>

Román Jacobo, Gustavo. 2020. “Sin oficio ni beneficio.” *En Democracia en digital Facebook, comunicación y política en Costa Rica*, editado por Ignacio Siles, 123-133. CICOM, UCR.

Fact-checking versus Fake News

Shao, Chengcheng, Pik-Mai Hui, Pengshuai Cui, Xinwen Jiang & Yuxing Peng. 2018. "Tracking and Characterizing the Competition of Fact Checking and Misinformation: Case Studies." *IEEE Access* 6, 75327-75341. <https://doi.org/10.1109/ACCESS.2018.2881037>

Shin, Jieun & Kjerstin Thorson. 2017. "Partisan Selective Sharing: The Biased Diffusion of Fact-Checking Messages on Social Media: Sharing Fact-Checking Messages on Social Media." *Journal of Communication* 67, no. 2: 233-255. <https://doi.org/10.1111/jcom.12284>

Siles, Ignacio & Pablo Boczkowski. 2012. "Making sense of the newspaper crisis: A critical assessment of existing research and an agenda for future work." *New Media & Society* 14, no. 8: 1375-1394. <https://doi.org/doi:10.1177/1461444812455148>.

Singer, Jane. 2020. "Border patrol: The rise and role of fact-checkers and their challenge to journalists' normative boundaries." *Journalism* 22, no. 8: 1-18. <https://doi.org/10.1177/1464884920933137>

Soon, Carol & Shawn Song. 2017. *What Lies Beneath the Truth: A Literature Review on Fake News, False Information and More*. Institute of Policy Studies.

Stavrakakis, Yanis. 2017. "Discourse theory in populism research. Three challenges and a dilemma." *Journal of Language and Politics* 16, no. 4: 523-534. <https://doi.org/10.1075/jlp.17025.sta>

Stencel, Mark & Joel Luther. 2020. "Fact-Checking Count Tops 300 for the First Time." *Duke Reporters' Lab*, 13 de octubre. <https://reporterslab.org/fact-checking-count-tops-300-for-the-first-time/>

- Tristán Jiménez, Larissa, Mariana Álvarez Calvo & Ignacio Siles González. 2020. “Entre “brechas” y “cuotas” informativas: tendencias generales del consumo de noticias en Facebook en Costa Rica.” *En Democracia en digital: Facebook, comunicación y política en Costa Rica*, editado por Ignacio Siles, 19-36. CICOM, UCR.
- UNESCO. 2018. *Journalism, “Fake News” and Disinformation: A Handbook for Journalism Education and Training*. UNESCO. <https://en.unesco.org/fightfakenews>.
- Uscinski, Joseph E. & Ryden W. Butler. 2013. “The Epistemology of Fact Checking.” *Critical Review* 25, no. 2: 162-180. <https://doi.org/10.1080/08913811.2013.843872>
- Vargo, Chris J, Lei Guo & Michelle Amazeen. 2018. “The agenda-setting power of fake news: A big data analysis of the online media landscape from 2014 to 2016.” *New Media & Society* 20, no. 5: 2028-2049. <https://doi.org/10.1177/1461444817712086>
- Wardle, Claire & Hossein Derakhshan. 2017. *Information Disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policymaking*. Council of Europe.
- Wintersieck, Amanda L. 2017. “Debating the Truth: The Impact of Fact-Checking During Electoral Debates.” *American Politics Research* 45, no. 2: 304-331. <https://doi.org/10.1177/1532673X16686555>
- Zoomer, Laura. 2014. *El boom del fact checking en América Latina. Aprendizajes y desafíos del caso de Chequeado*. Fundación Konrad Adenauer.

PARTE 2

Difusión, Circulación y Recepción

4 Detección automatizada de noticias falsas en el contexto costarricense: avances y desafíos

Adriana Céspedes / Brayan Rodríguez / Felipe Castillo / Andrés Segura-Castillo

Introducción

La ocurrencia de noticias falsas no es un fenómeno estrictamente nuevo, existe documentación que muestra cómo en batallas de la antigüedad, un arma muy efectiva consistía en el envío de mensajes falsos para engañar las tropas enemigas y lograr así una ventaja competitiva durante el conflicto (Choras, et al. 2021). Ahora bien, el auge de las redes sociales virtuales y otros medios digitales disponibles actualmente han hecho que el volumen y velocidad de su trasiego se conviertan en un riesgo para la democracia, la economía y el periodismo entre otros, por lo que su atención resulta urgente (Karimi, et al. 2018).

En este entorno, la posible detección automatizada de noticias falsas cobra mucha relevancia e investigadores de múltiples disciplinas realizan esfuerzos para mitigar su propagación. A la fecha, la situación no ha sido resuelta y, a pesar de avances importantes en el desarrollo de algoritmos para este propósito, aún no se cuenta con el grado de reconocimiento necesario. A la vez, las plataformas donde se propagan las noticias falsas experimentan la presión para adaptar constantemente su programación y así prever escenarios de nuevos mecanismos para reducir la posibilidad de detección. Sin embargo, el avance tampoco ofrece, de momento, un mecanismo de contención efectivo (Waldrop, 2017).

Detección automatizada de noticias falsas en el contexto costarricense

Desde las ciencias de la computación se trabaja actualmente en aportes basados en algoritmos¹ para la detección automatizada de noticias falsas. En una buena parte de estas aproximaciones media también la intervención humana, mientras que otros casos se enfocan en la resolución algorítmica no supervisada. En el ámbito no supervisado, algunas iniciativas enfatizan el análisis sintáctico o semántico del texto, o bien el estudio del consumo y difusión del contenido. En general, algunos de los esfuerzos pueden categorizarse de la siguiente manera: análisis del texto, análisis de la reputación u origen del contenido y el análisis de las redes por las que fluyen las noticias falsas (Choras, et al. 2021).

Además, recientemente se han desarrollado también algoritmos basados en aprendizaje mecánico e inteligencia artificial, por ejemplo, redes neuronales convolutivas, árboles de decisión, entre otros. Aunque estos dependen primordialmente de un gran volumen de conjuntos de noticias para su entrenamiento y aplicación, brinda la ventaja del uso de contenido multimodal, es decir, además de texto es posible contemplar imágenes, sonido, entre otros (Álvarez-Daza, Pico-Valencia y Holgado-Terriza 2020).

Específicamente en el contexto costarricense, el trabajo publicado en torno a la detección automatizada mediante algoritmos de contenido noticioso falso o desinformación es bastante escaso. Nuestra indagación en el índice de revistas indexadas Scopus, utilizando como parámetros de búsqueda las palabras clave *fake news*, *disinformation* y *artificial intelligence*, considerando todas las publicaciones desde el 2018 hasta la fecha y limitando la búsqueda a publicaciones donde figuren personas cuya afiliación académica sea costarricense, no retornó ningún resultado. De momento, la única referencia de trabajo costarricense que hemos podido ubicar es el de (Salazar et al. 2020), el cual evalúa la posibilidad de implementar un algoritmo de clasificación binaria (verdadero o falso) de contenido noticioso. Este esfuerzo, si bien obtiene resultados relativamente satisfactorios para los datos empleados, no es suficiente para realmente garantizar la identificación automática de contenido noticioso falso o desinformativo, mediante el algoritmo utilizado.

¹ Un algoritmo es según la Real Academia Española: “Conjunto ordenado y finito de operaciones que permite hallar la solución de un problema.”

Dado dicho contexto, en este capítulo se presenta, con un fin didáctico, la experiencia adquirida en el desarrollo de algoritmos para la detección automatizada de noticias falsas en Costa Rica, en el marco de la colaboración entre el Laboratorio de Investigación Tecnológica (LIIT) de la Universidad Estatal a Distancia (UNED), el Centro de Investigación en Comunicación (CICOM) de la Universidad de Costa Rica (UCR) y el Colaboratorio Nacional de Computación Avanzada (CNCA) del Centro Nacional de Computación Avanzada (CeNAT). El grupo de investigación ha adoptado una estrategia híbrida para la detección de noticias falsas en Costa Rica, en la que, además de utilizar algoritmos para la alerta de posibles casos, se espera participación de la ciudadanía y de personas expertas en el tema.

El propósito de esta herramienta en desarrollo es apoyar y orientar a la persona usuaria en aspectos clave que le permitan decidir si una noticia tiene el riesgo de ser falsa o no. Finalmente, se discuten los desafíos para este tipo de iniciativas en nuestro contexto y los retos que futuramente deben afrontarse para atender la situación de interés de una manera aún más efectiva.

Aproximaciones desarrolladas

Seguidamente, se describen los enfoques implementados por el grupo de investigación para la situación de interés. En cada caso, se brinda las generalidades necesarias para entender la aproximación y los detalles correspondientes a la forma en la que esta se implementa por parte del equipo. Cabe resaltar que las opciones elegidas buscan dar una respuesta al contexto particular costarricense, es decir, como parte del avance de la investigación se determinó que estas eran las opciones más viables, dada la dinámica de las noticias falsas en Costa Rica. Dicha dinámica posee una frecuencia y volumen relativamente bajos desde una perspectiva de *big data*, se centra en contenidos con poco texto y apela a imágenes como principal elemento para llamar la atención de las personas. Asimismo, es importante recordar que, en el marco multidisciplinario de la indagación, hay elementos no computacionales que eventualmente complementarán las aproximaciones expuestas a continuación.

DetECCIÓN AUTOMATIZADA DE NOTICIAS FALSAS EN EL CONTEXTO COSTARRICENSE

Análisis de imágenes

Las imágenes constituyen un elemento primordial a la hora de comunicar una noticia en medios digitales. Generalmente, una noticia falsa es acompañada por una imagen que le brinda “mayor credibilidad” e induce a su consumo. La misma puede ser ya conocida, inédita o provenir de contextos ajenos al contenido. En este ámbito, lo que se busca mediante algoritmos es detectar, primordialmente, el origen de la imagen para validar su confiabilidad o bien, evidenciar la manipulación a la que pudo ser sujeta antes de incluirla en una noticia falsa.

La primera posibilidad para implementar una solución es buscar la imagen en la web o en bases de datos de imágenes para identificar su origen y confiabilidad. Para ello, es posible emplear la plataforma de *Image Search* de Google. Esta permite buscar, mediante herramientas programadas, la imagen que se ingresó como parámetro y va a retornar la cantidad de recurrencias (reutilización) de una imagen, así como los enlaces de los sitios donde se ha utilizado e imágenes similares que se pueden ubicar en la red.

En cuanto al uso de algoritmos para determinar si una imagen es o no un montaje, un caso relevante de mencionar es la *detección basada en características*. Esta permite la extracción de los diferentes objetos que forman una imagen, para, posteriormente, buscarlos en bases de datos de imágenes con el fin de validar todas las fuentes contenidas (Steinebach, Gotkowski y Liu 2019). Cabe resaltar que, en el ámbito nacional, una aproximación de este tipo es prácticamente imposible, dada la ausencia de bases de datos de imágenes noticiosas abiertas para este tipo de indagación.

Otra posibilidad para la detección de imágenes alteradas es el *Image based Hoax detection* de Angiani et al. (2018), donde se analiza, mediante un algoritmo de clasificación, varias características como composición de color y nitidez de la imagen, presencia de rostros y reconocimiento de emociones, texto contenido dentro de la imagen, reconocimiento de objetos presentes a lo interno de la imagen, hipervínculos en otros sitios web. En este caso, se necesitan grandes conjuntos de imágenes de entrenamiento, lo cual implica

acceso a grandes volúmenes de imágenes y, consecuentemente, a capacidades de procesamiento computacional considerables.

En el caso del grupo de investigación, se implementó un algoritmo para la extracción de imágenes contenidas dentro de las noticias. Las mismas se procesan digitando su dirección web en un campo de búsqueda y, mediante el uso de la librería *Newspaper3k* del autor Lucas Ou-Yang, se extrae el identificador único que permite la ubicación de la imagen en el servidor donde se encuentra alojada. Una vez que se cuenta con este dato, es posible recuperar la imagen y usarla como un parámetro de búsqueda para el *Image Search* de Google. Los resultados de dicha búsqueda se añaden como hipervínculo para que las personas usuarias puedan explorarlos, con el fin de que les facilite determinar, según su criterio, si la imagen es confiable. La heurística adoptada asume que, si la imagen se encuentra en múltiples sitios y dichas fuentes no son conocidas o no parecen confiables, mayor será la posibilidad de que el contenido sea falso.

Análisis de reputación

Tal y como se mencionó anteriormente, el análisis de la reputación del contenido es una aproximación viable para determinar si una noticia es susceptible de ser falsa. Los dominios web constituyen una referencia primordial para validar la procedencia de los contenidos. Cada dominio consta de dos partes principales: nombre y extensión. Así, por ejemplo, para el sitio web: <https://www.presidencia.go.cr>, “presidencia” es el nombre de dominio y “go.cr” la extensión. Existen entidades encargadas de administrar el proceso de asignación de dominios y el registro de las personas responsables de estos. Los sitios que emiten noticias falsas deben pasar por el mismo proceso de registro que un sitio real. Sin embargo, los sitios imitadores usualmente utilizan proxys (aplicaciones que sirven como intermediario entre los clientes y servidores) para ocultar la identidad del publicador, mientras que en sitios reales sí se conocen las identidades de los dueños de dominio o encargados del proceso de registro Xu et al. (2020).

DetECCIÓN AUTOMATIZADA DE NOTICIAS FALSAS EN EL CONTEXTO COSTARRICENSE

Según Xu et al. (2020), la verificación de dominios permite comprobar la validez de una fuente mediante la captura de los siguientes aspectos:

- Nombre: Este debe estar escrito de forma inequívoca. Sitios que propagan contenido falso tienden a utilizar referencias modificadas de medios reconocidos, por ejemplo, en lugar de <https://www.nacion.com/>, pueden plantear el uso de <https://www.nacion-cr.com/>
- Uso de protocolo seguro: Algunas propiedades como autenticidad, confiabilidad e integridad fueron abordadas por protocolos de seguridad. Esto implica que un sitio es más confiable si utiliza el protocolo HTTPS en lugar de HTTP (W3C n.d.).
- El sitio cuenta con una sección de “*Acerca de*”.

Los sitios fabricados o imitadores son generalmente desconocidos, algunos finalizan en .com.algo y tienen fechas muy recientes de registro (Molina et al. 2019). Este tipo de sitios, también, tienden a posicionarse bajo en buscadores o rankings de visitas (Xu et al. 2020). Otra característica para validar el sitio es que la sección de contacto provea un correo personal verificable (Molina et al. 2019). Aspectos como los citados anteriormente pueden ser corroborados de antemano como insumo para la detección de noticias falsas.

En el contexto de nuestro proyecto, se automatizó, mediante un algoritmo, dicho proceso de identificación al sustraer información de certificado, registro y validación de extensiones. Además, se llevó a cabo una indagación de *fuentes no validadas*, sobre las cuales se puede ratificar una fuente sospechosa.

Análisis de texto

Actualmente, se cuenta con diversos mecanismos para la detección automática de noticias falsas basadas en texto, entre los cuales se pueden mencionar los siguientes (Parikh y Atrey 2018):

- Anagramas: Los anagramas son extraídos del texto y almacenados como frecuencias, de forma tal que se puede reflejar qué tan importante es una palabra en el texto a partir de su frecuencia o cantidad de apariciones.

- Signos de puntuación: La diferencia de uso en los signos de puntuación ayuda a determinar si una noticia es falsa o no.
- Características psicolingüísticas: Se buscan proporciones de palabras en el texto. Esto permite determinar el tono del texto, estadísticas y categorías del lenguaje.
- Legibilidad: Corresponde a la extracción de características de legibilidad como el conteo de caracteres, sílabas, palabras, párrafos, aplicando métricas ya establecidas².
- Sintaxis: Extracción de información basada en gramática libre de contexto. Este tipo de análisis se hace a partir de reglas, sigue un enfoque más cuantitativo (frecuencias, repeticiones). Por ejemplo: ver que se cumpla la estructura de sujeto + verbo + predicado. Este último requiere de algoritmos más complejos que los conteos.

En nuestro caso, hemos efectuado una primera aproximación al análisis textual de noticias falsas con el fin de identificar patrones de las características gramaticales del contenido noticioso falso, a partir del trabajo de Fernández Huerta, en Gallego (2017). Así, con base en su fórmula matemática, se calcula la legibilidad del texto usando como parámetros el promedio de sílabas por palabra y la media de palabras por frase. Su resultado permite ubicar en una escala el nivel educativo probablemente requerido para la comprensión del texto. La fórmula mencionada es la siguiente:

$$L=206.84-0.60P-1.02F$$

Cabe aclarar que L es la legibilidad, P es el promedio de sílabas por palabras y F la media de palabras por oración. El supuesto en este caso es que el contenido noticioso falso contiene elementos cuya escala de legibilidad debería estar en

² Algunas métricas de legibilidad utilizadas son Flesch-Kincaid, Flesch Reading Ease, Gunning Fog, and the Automatic Readability Index (ARI, por sus siglas en inglés). Para español, se cuenta con fórmulas adaptadas como Fernández Huerta y Szigriszt, entre otras (Gallego, 2017). Estas métricas ayudan a determinar el grado de lectura que debe tener la audiencia para comprender el texto.

Detección automatizada de noticias falsas en el contexto costarricense

un rango predecible estadísticamente. Los valores que se pueden obtener del índice se muestran en el Cuadro 4.1.

Cuadro 4.1 Escala de Legibilidad de Fernández Huerta

L	Nivel	Grado escolar
90-100	Muy fácil	4 grado
80-90	Fácil	5 grado
70-80	Algo fácil	6 grado
60-70	Normal	7-8 grado
50-60	Algo difícil	Preuniversitario
30-50	Difícil	Cursos selectivos
0-30	Muy difícil	Especializado

Fuente: (Gallego, 2017)

Otro ejemplo de herramientas existentes que han sido empleadas para análisis de texto y procesamiento lingüístico es LIWC (*Linguistic Inquiry and Word Count*). Este software obtiene porcentajes de palabras, según su tipo de uso. Los índices obtenidos por la herramienta reflejan desde el tono en el cual fue escrito el texto, qué tan analítico es, el estrato social, liderazgo y confianza a la hora de escribir, entre otros aspectos (LIWC, 2021). LIWC también ha sido adaptado para incluir diccionarios en otros idiomas como español. En este sentido, los conteos y porcentajes de tipos establecidos en el texto dan información cuantitativa, que puede guiar procesos de análisis cualitativo a futuro.

Otra posibilidad implementada por el grupo investigador fue el uso de técnicas de aprendizaje mecánico, ampliamente utilizadas en el análisis de grandes *corpora*³ de texto. Entre ellas, el análisis de semántica latente (LSA, por sus siglas en inglés) consiste en utilizar métodos de cómputo estadísticos para extraer y representar conceptos (Albalawi, Yeap y Beyoucef, 2020). Así, es

³ Corpora es el plural de corpus o conjunto de todas las palabras que aparecen en todos los documentos de referencia (Bengfort, Bildro y Ojeda, 2018, p. xvi).

posible aproximar el contenido semántico de un pasaje, ya sea un párrafo o resumen o un documento completo, mediante la suma del significado de sus palabras (Laudauer, Lahan y Derr, 2004). Como ventaja de esta técnica se tiene que el LSA puede ser utilizado sin importar el idioma en el cual se esté trabajando (Alfaro Flores, 2014).

En este caso, los textos requieren de un preprocesamiento (Albalawi, Yeap y Beyoucef, 2020), que implica separar el documento en tokens (palabras). Una vez realizado lo anterior, se aplica una vectorización por medio de la *frecuencia de término-frecuencia inversa de documento* (TF-IDF, por sus siglas en inglés), el cual asigna valores numéricos a las palabras utilizando la frecuencia relativa en comparación con la frecuencia en otros documentos (Bengfort, Bildro y Ojeda, 2018, p. 62). Algunas palabras pueden aparecer en un corpus con más frecuencia (Bengfort, Bildro y Ojeda, 2018, p. 62) cuando se tratan ciertas temáticas. Esta técnica normaliza un vector representativo del documento asignando un valor a cada palabra del texto entre 0 y 1, según su aparición en un documento determinado, por lo que, así, mide la relevancia de dicho token en el documento analizado.

Consideremos dos titulares extraídos de las páginas electrónicas de *La Nación* y uno de Diario Extra (ambos del 29 de marzo de 2021), para ejemplificar cómo trabaja el algoritmo mencionado.

- Documento 1 (*La Nación*): “Caja eleva aporte al régimen de pensiones de sus empleados y recorta beneficios”.
- Documento 2 (*La Nación*): “Alerta temprana de SUPEN frenó plan para obligar a la Caja a financiar déficit en pensiones de sus empleados”.
- Documento 3 (Diario Extra): “Adelantan pago de pensión Caja y Hacienda para evitar aglomeraciones en bancos”.

Para cada una de las palabras que aparecen en los documentos calculamos la frecuencia de los términos, o TF, a partir de la frecuencia o número de veces

DetECCIÓN AUTOMATIZADA DE NOTICIAS FALSAS EN EL CONTEXTO COSTARRICENSE

que aparece la palabra (t) dentro del documento (d) a analizar, utilizando la siguiente fórmula:

$$TF=1+\log(f_{t,d}) \quad (1)$$

Luego calculamos para todas las palabras del corpus la frecuencia inversa de documento o IDF, por medio de la fórmula que se detalla a continuación:

$$IDF = \ln\left(\frac{N+1}{n_t+1}\right) + 1 \quad (2)$$

Donde N es el número total de documentos, en nuestro ejemplo 3, y n_t el número de ocurrencias de las palabras en todo el corpus. Por último, calculamos el TF-IDF para cada token i de la siguiente forma:

$$TF-IDF_i = TF_i \cdot IDF_i \quad (3)$$

Lo anterior, para cada una de las palabras en cada documento que se vaya a analizar. Los resultados se suelen normalizar para comparar unos con otros. Como puede verse en la Figura 4.1, aunque los tres titulares hablan sobre la Caja Costarricense del Seguro Social y sobre pensiones, las palabras o *tokens* no tienen la misma relevancia dentro de los textos analizados.

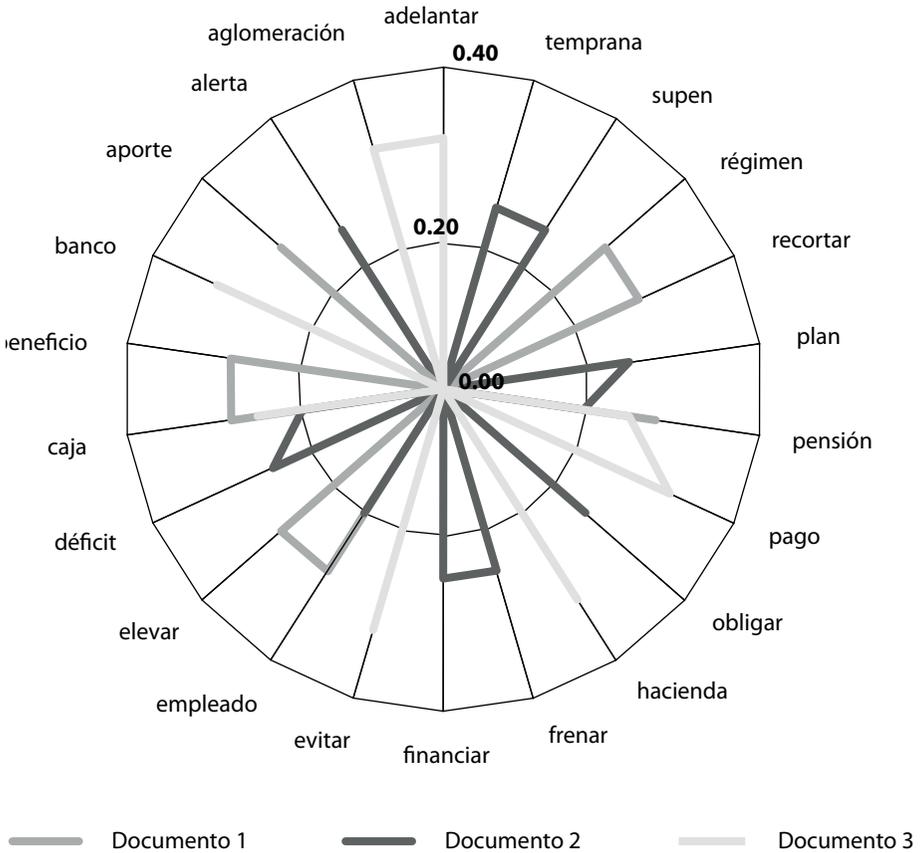


Figura 4.1 Importancia de las palabras dentro de los documentos mediante TF-IDF.
Fuente: Elaboración propia.

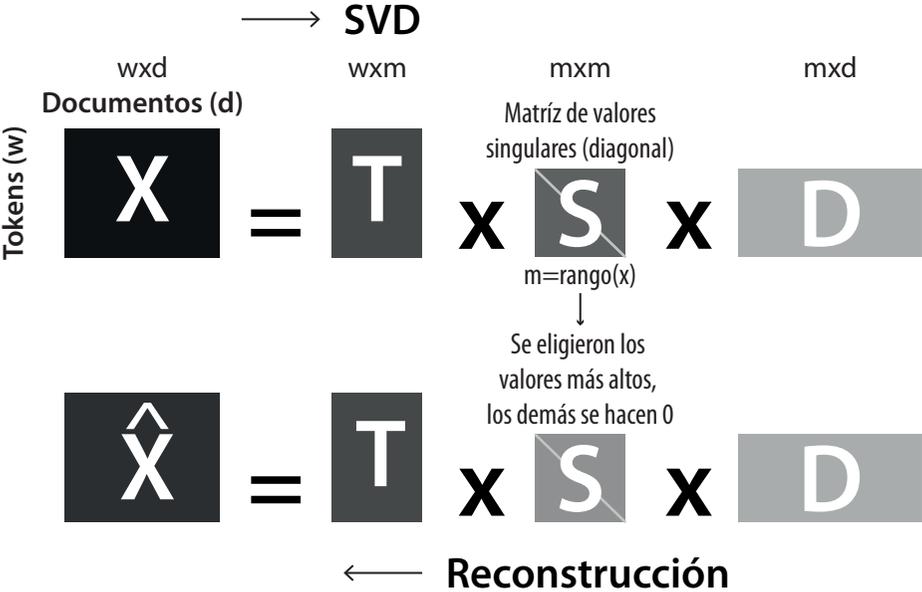
Ahora bien, tomando el resultado del TF-IDF, podemos construir la matriz de palabra-documento que se utilizará como entrada para el algoritmo de LSA (Alfaro Flores, 2014).

La matriz palabra-documento se descompone en tres matrices. Una de esas matrices, posee los eigenvalores o valores singulares, que es una matriz diagonal.

Detección automatizada de noticias falsas en el contexto costarricense

De esta, se toman los valores más altos, según el número de dimensiones que se desee tener, y los demás se hacen 0.

Luego, se vuelve a reconstruir la matriz palabras-documento, multiplicando las matrices. Nuevamente, se obtiene una aproximación a la matriz original, pero reduciendo las dimensiones, como se muestra en la Figura 4.2. Cabe anotar, que existen programas y librerías en lenguajes como Python y R, que realizan la división y reconstrucción, lo cual es muy útil cuando se trabaja con grandes volúmenes de datos.



*Figura 4.2 Algoritmo para obtener la matriz LSA
Fuente: Elaboración propia.*

La matriz reducida se utiliza para obtener correlaciones, tales como Spearman (Landauer, Foltz y Laham, 1988), entre los vectores fila (o vectores de palabra) o entre las columnas (documentos). En la Figura 4.3, se presenta un extracto del algoritmo aplicado a los ejemplos de documentos citados anteriormente.

Frecuencia palabra/documento

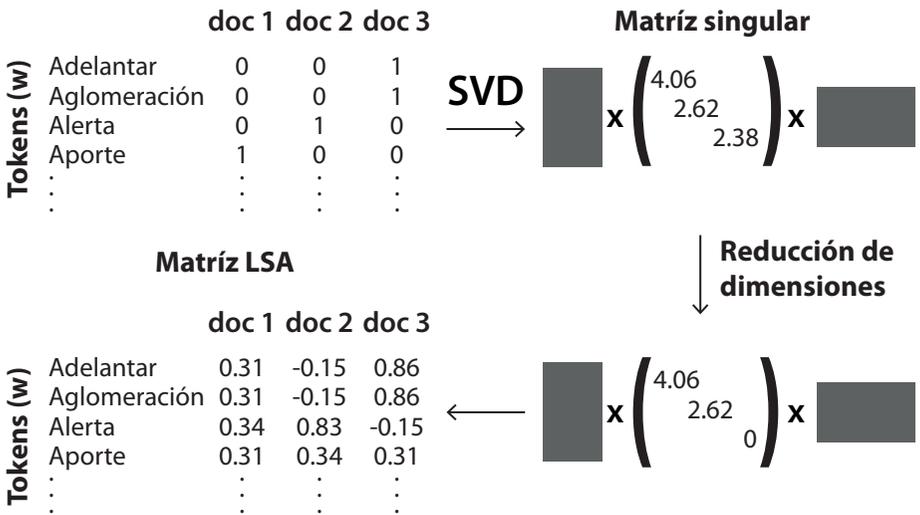


Figura 4.3 Cálculo de la Matriz LSA

Fuente: Elaboración propia.

Para mostrar visualmente en qué consiste la correlación o cercanía, podemos ver la Figura 4.4. Cuando la proximidad entre los vectores W_1 y W_2 –pueden ser, como vimos anteriormente, documentos o bien *tokens* (palabras)–, es decir, si la distancia angular entre ellos es menor, el coseno o correlación será cercana a 1; mientras que, si van en direcciones opuestas, este tenderá hacia -1 (Trejos, Castillo y González, 2017).

Detección automatizada de noticias falsas en el contexto costarricense

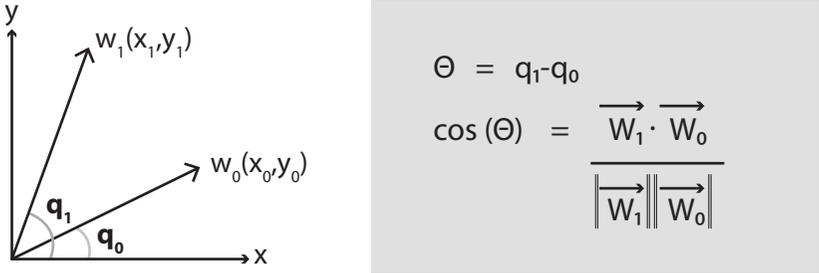


Figura 4.4 Cálculo de la similitud de cosenos
Fuente: Elaboración propia.

Ahora podemos comparar las cercanías semánticas encontradas, mediante el método LSA, entre los documentos analizados como se puede ver en la Figura 4.6. Aunque, este procedimiento también puede ser utilizado entre los *tokens* y palabras. En la Figura 4.5 se muestra como el *documento 1* tiene cierta cercanía tanto al *documento 2* como al 3, naturalmente. Sin embargo, al agregar el orden en que aparecen las palabras, según la matriz LSA, vemos que la correlación es mayor entre los documentos 1 y 2. Estos ejemplos son de carácter didáctico y pretenden mostrar cómo funcionan los algoritmos descritos. Para un análisis exhaustivo se requiere de un *corpus* de mayor tamaño (Landauer, Foltz y Laham, 1988), que permita entrenar en forma óptima el modelo de LSA.

Similitud de cosenos entre documentos				Correlación semántica LSA entre documentos			
	doc 1	doc 2	doc 3		Coeficiente de Spearman		
					doc 1	doc 2	doc 3
doc 1	1.00	0.58	0.45	doc 1	1.00	0.80*	0.00
doc 2	0.58	1.00	-0.47	doc 2	0.80*	1.00	-0.26
doc 3	0.45	-0.47	1.00	doc 3	0.00	-0.26	1.00

* pvalue < 0.05

Figura 4.5 Cercanía semántica calculada en los vectores LSA
Fuente: Elaboración propia.

En nuestro caso, aún no se cuenta con un corpus lo suficientemente grande como para que la aplicación de este tipo de aproximaciones brinde resultados adecuados. La captura de un mayor volumen de ejemplos es todavía un trabajo en marcha. Seguidamente, se muestra el esfuerzo realizado en materia de análisis de redes semánticas y conceptuales.

Análisis de redes semánticas y conceptuales

Los medios de comunicación modernos, en especial, las redes sociales como Facebook, Twitter, etc., presentan una gran cantidad de contenido textual generado por las personas usuarias en forma de comentarios, revistas y mensajes cortos (Albalawi, Yeap y Benyoucef, 2020). Del mismo modo, los medios noticiosos generan también cada día nuevos textos (Yzaguirre, Smit y Warren, 2016), que se suman a la vorágine de información mediática. Estos textos contienen palabras que encierran en sí conceptos. Estos adquieren un significado, cuando se combinan con otras palabras formando relaciones específicas (Bengfort, Bildro y Ojeda 2018, p. 55).

Para poder identificar las relaciones entre los conceptos, son muy útiles los medios visuales. Aunque, si bien las computadoras son muy útiles en el análisis debido a su precisión y rapidez de cálculo (Landauer, Lahan y Derr, 2004), son las personas quienes le dan sentido a la información y su capacidad para identificar patrones está muy ligada a lo visual. Por esta razón, los modelos de redes son una herramienta útil para ese propósito (Bengfort, Bildro y Ojeda 2018, p. 53).

Dentro del bagaje de técnicas para el modelado de tópicos –aquellas que sirven para determinar el tema del texto–, las redes conceptuales han sido utilizadas como una manera de identificar el contenido agregado por las personas usuarias (Albalawi, Yeap y Benyoucef, 2020) y se considera que estas podrían ser útiles en la construcción de herramientas para la detección de noticias falsas.

En este sentido, una red es un modelo que muestra relaciones representadas por líneas, aristas o *edges* entre actores, denominados nodos, vértices o *nodes* (Shugars, 2019). En el contexto de la investigación, interesa en

Detección automatizada de noticias falsas en el contexto costarricense

especial estudiar las redes semánticas. En ellas, la unidad conceptual corresponde a los nodos y los enlaces o vínculos entre ellos, lo que permite mediante la estructura deducir aspectos referentes a la composición como un todo (Lehman, 1992; Cenek et al., 2019). Este complejo de relaciones puede exhibir algunas propiedades específicas que las distingue unas de otras (Korzeniewski, 2017, p. 116). En la Figura 4.6 se puede observar un ejemplo de red generada a partir de un texto noticioso.

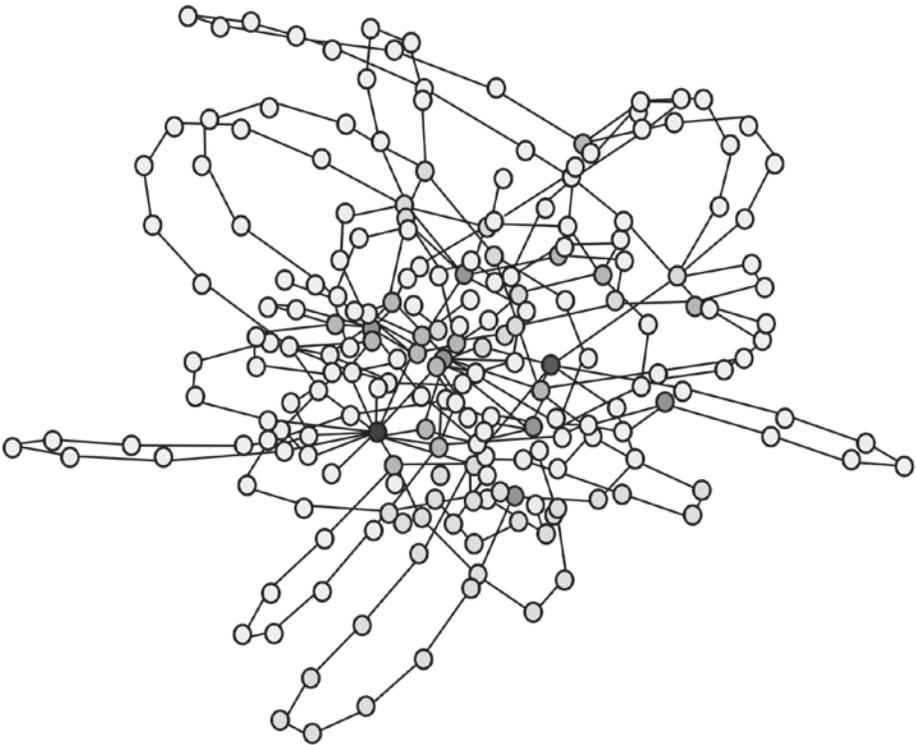


Figura 4.6 Ejemplo de red de tokens generada con NetworkX
Fuente: Elaboración propia.

Para la construcción de las redes semánticas, se sigue el proceso sugerido por Segura y Céspedes (2015). Inicialmente, se realiza el preprocesamiento, lo cual consiste en la eliminación de *stopwords* (palabras vacías de contenido semántico, tales como preposiciones, artículos, conjunciones, etc.) y otras palabras que no agregan carga semántica (como de alta frecuencia, verbos auxiliares, etc.) En seguida, se lleva a cabo la radicación, o *stemming*, para encontrar la raíz de las palabras y así proceder con la lematización, es decir, a la simplificación de las palabras a su forma más simple, la que aparece en los diccionarios. Esto facilita el paso de tokenización (separación del texto en palabras o unidades conceptuales), la identificación de n-gramas (palabras que aparecen juntas, generalmente bigramas o trigramas) (Bengfort, Bildro y Ojeda, 2018, p. 132), para así conformar tanto los nodos como las relaciones existentes entre ellos (Albalawi, Yeap y Benyoucef, 2020; Benjamin et al., 2018). Los grafos conceptuales resultantes son un punto de partida para la detección del contenido y el hilo conductor de las ideas. Estos ayudan a encontrar conexiones relevantes (Mezaris et al., 2019, p. 29), por sus diferencias estructurales entre el contenido veraz y ficticio.

A continuación, dado el avance obtenido por el grupo, se discuten las dificultades y oportunidades de mejora resultantes a partir de los hallazgos, así como el trabajo futuro a implementar.

Discusión y trabajo futuro

Inicialmente es importante discutir la extracción y análisis de imágenes para la identificación de posibles noticias falsas. El avance logrado indica que técnicamente es viable obtener las imágenes de una noticia y sus componentes principales, así como rastrear los sitios donde se ha propagado. De esta manera se obtiene información relevante de su dinámica en línea y, con intervención humana, es posible identificar imágenes de índole sospechosa. En este punto, está pendiente mejorar la interfaz para dicha intervención humana, ya que esta debe ser responsable de alertar a la persona usuaria cuando una imagen ha circulado, de acuerdo con un patrón sospechoso, es decir, ha circulado muy rápidamente por sitios con baja reputación.

Detección automatizada de noticias falsas en el contexto costarricense

En cuanto al análisis de texto para la identificación de noticias falsas, es importante tomar en cuenta que la estructura informática de los textos que circulan en internet no es análoga al lenguaje natural. Por el contrario, es una reducción que se construye a partir de un lenguaje de marcado, denominado Hypertext Markup Language (HTML). El principal problema a la hora de extraer datos de un sitio web, particularmente en el caso de una noticia, es identificar cuáles componentes dentro del HTML son los que contienen la información que es pertinente; mayor aún es el problema si consideramos que todos los sitios web pueden tener una estructura y definición distinta. De momento el algoritmo desarrollado es capaz de identificar etiquetas, identificadores o declaraciones dentro del lenguaje HTML del sitio, que, a priori, se asume deberían contener elementos propios de una noticia. Por ejemplo, la fecha de publicación de la noticia, título, autores, etc. La Figura 4.7 muestra un ejemplo de los atributos relacionados con la fecha.

```
PUBLISH_DATE_TAGS = [  
    {'attribute': 'property', 'value': 'rnews:datePublished',  
     'content': 'content'},  
    {'attribute': 'property', 'value': 'article:published_time',  
     'content': 'content'}  
    {'attribute': 'property', 'value': 'OriginalPublicationDate',  
     'content': 'content'}  
    {'attribute': 'property', 'value': 'datePublished',  
     'content': 'content'}  
    {'attribute': 'property', 'value': 'og:published_time',  
     'content': 'content'}  
    {'attribute': 'property', 'value': 'article_date_original',  
     'content': 'content'},  
    {'attribute': 'property', 'value': 'publication_date',  
     'content': 'content'}  
    {'attribute': 'property', 'value': 'sailthru.date',  
     'content': 'content'}  
    {'attribute': 'property', 'value': 'PublishDate',  
     'content': 'content'}  
    {'attribute': 'property', 'value': 'pubdate',
```

Figura 4.7 Declaración de atributos para la búsqueda de la fecha de publicación

Ahora bien, existe además la limitante de la falta de estándares del contenido noticioso. Esto hace que las etiquetas de persona autora y fecha no se encuentren homologadas en los sitios que distribuyen contenido noticioso y facilita que otros sitios publiquen contenido falso con mayor libertad, ya que a nivel de la estructura del mensaje en línea no hay diferencia entre ambos. Así, se optó por desarrollar una serie de reglas en el algoritmo para extraer información particular de cada uno de los sitios que ingresen como parámetro, obviando con éxito dicha dificultad.

Es vital señalar que, en general, el análisis textual cuenta con limitaciones que emergen de la falta de herramientas y avances específicos para la lengua española, pues la mayoría de los modelos de análisis asume contextos de habla inglesa. En la región latinoamericana aún falta mucho por recorrer para, por ejemplo, al igual que en el mundo anglosajón, se cuente con bases de datos de casos de noticias falsas de un volumen suficiente para el análisis, así como más métodos de análisis adaptados a las particularidades del idioma español. Es indispensable contar a mediano plazo con una base de datos lo suficientemente voluminosa como para facilitar las iniciativas de detección automatizada de contenido noticioso falso o desinformación, por lo que se espera este esfuerzo, también, contribuya en esa dirección.

En relación con la identificación de fuentes confiables a partir de la estructura de los dominios de los sitios, esta ha sido, hasta el momento, la aproximación más eficaz en el contexto del proyecto. Si bien es relativamente sencilla, detecta elementos estructurales de las noticias que los entes productores de contenido falso no pueden evadir. Por ende, resulta un indicador efectivo para validar la fuente del contenido.

Otro punto importante para discutir es el uso de las redes conceptuales para la identificación de patrones en el flujo textual de las noticias. Esta propuesta requiere de intervención humana experta para interpretar las redes resultantes. Sin embargo, en el contexto investigativo resulta sumamente útil para validar hipótesis o identificar comportamientos emergentes que no son evidentes en la lectura inmediata del texto.

Finalmente, dada la experimentación llevada a cabo por el grupo hasta el momento y el aprendizaje logrado en el proceso, se concluye que es necesario

Detección automatizada de noticias falsas en el contexto costarricense

un sistema que, a partir de las técnicas de identificación empleadas y de la participación de la persona usuaria, mitigue la incertidumbre de las personas al consumir información o noticias en internet. Se espera que la persona usuaria utilice el sistema como una herramienta de apoyo a la toma de decisiones para determinar si un sitio es confiable o no.

Así, para contribuir a la valoración de la veracidad del contenido de interés, el sistema extraerá la información de la fuente (enlace) brindada como parámetro, para procesarlo de acuerdo con las cuatro aproximaciones experimentadas, las cuales constituirán módulos del sistema con el cual se interactuará. Como resultado, la persona usuaria recibirá un resumen visualmente fácil de interpretar de los hallazgos obtenidos por cada módulo. De esa manera, se disminuye su incertidumbre en el caso en cuestión. Esta aproximación tiene la ventaja de facilitar el desarrollo de habilidades para la identificación de contenido que parece ser falso. Así, la herramienta de software se visualiza como un desarrollo educativo que muestre a la persona usuaria la información adecuada para la toma de decisiones en relación con posibles casos de noticias falsas.

La programación del sistema se está llevando a cabo modularmente, facilitando la adaptación futura de nuevos algoritmos computacionales sin alterar el funcionamiento actual del sistema. Este proceso de mejora irá acompañado de retroalimentación de personas usuarias finales, tanto expertas como del público meta. Si bien, el camino de la investigación ha mostrado mayores desafíos que avances implementados, el aprendizaje obtenido robustece el diseño y las futuras implementaciones de algoritmos. Lo anterior, ya que se está partiendo de una visión que abraza toda la complejidad del caso y acude al apoyo de diversos actores, entre ellos los algoritmos, para su resolución y eventual mitigación en la cotidianidad de las personas.

Referencias bibliográficas

Albalawi, Rania, Tet Hin Yeap & Morad Benyoucef. 2020. "Using Topic Modeling Methods for Short-Text Data: A Comparative Analysis." *Front. Artif. Intell* 3. <https://doi.org/10.3389/frai.2020.00042>

Alfaro Flores, Rafael. 2014. “Evaluación del efecto en el algoritmo de Análisis Semántico Latente al utilizar colecciones de datos cada vez más grandes para la detección y extracción de sinónimos y su independencia respecto al lenguaje, por medio de su implementación distribuida.” Tesis de maestría. Instituto Tecnológico de Costa Rica.

Álvarez-Daza, Nathaly, Pablo Pico-Valencia & Juan Holgado-Terriza. 2020. “Detección de Noticias Falsas en Redes Sociales Basada en Aprendizaje Automático y Profundo: Una Breve Revisión Sistemática.” *Iberian Journal of Information Systems and Technologies*, no. 41: 632-645. <http://www.risti.xyz/issues/ristie41.pdf>

Angiani, Giulio, Gaudioso Balba, Paolo Fornacciari, Gianfranco Lombardo, Monica Mordonini & Michele Tomaiuolo. 2018. “Image-Based Hoax Detection.” Conferencia presentada en ‘Proceedings of the 4th EAI International Conference on Smart Objects and Technologies for Social Good (Goodtechs ‘18)’ en New York, NY, USA: Association for Computing Machinery el 28-30 de noviembre.

Bengfort, Benjamin, Rebecca Bildro & Tony Ojeda. 2018. *Applied Text Analysis with Python: Enabling language-Aware Data Products with Machine Learning*. O’Reilly Books.

Cenek, Martin, Roman Bulkow, Erick Pak, Levi Oyster, Boyd Ching & Ashika Mulagada. 2019. “Semantic Network Analysis Pipeline—Interactive Text Mining Framework for Exploration of Semantic Flows in Large Corpus of Text.” *Applied Sciences* 9, no. 24: 5302. <https://doi.org/10.3390/app9245302>

Choras, Michal, Konstantinos Demestichas, Agata Gielczyk, Álvaro Herrero, Pawel Ksieniewicz, Konstantina Remoundou, Daniel Urda & Michal Woźniak. 2021. “Advanced Machine Learning Techniques for Fake

DetECCIÓN AUTOMATIZADA DE NOTICIAS FALSAS EN EL CONTEXTO COSTARRICENSE

News (Online Disinformation) Detection: A Systematic Mapping Study.” *Applied Soft Computing*. <https://doi.org/10.1016/j.asoc.2020.107050>

Gallego, Alejandro. 2017. “Análisis de algoritmos para determinar el nivel de complejidad de textos sanitarios y recomendaciones para mejorar el empoderamiento de un paciente.” Tesis de grado. Universidad Politécnica de Valencia.

Karimi, Hamid, Proteek Roy, Sari Saba-Sadiya & Jillian Tang. 2018. “Multi-Source Multi-Class Fake News Detection.” Conferencia presentada en ‘Proceedings of the 27th International Conference on Computational Linguistics’ Santa Fe, New Mexico, USA, del 20-26 de agosto. <https://aclanthology.org/C18-1131>

Korzeniewski, Bernard. 2017. “Conceptual-Network-Based Philosophy of Science Does Matter Matter? Should We Mind the Mind? — Can Philosophy Be Reduced to Neurophysiology?” *Open Journal of Philosophy*, no. 7: 104-139. doi: 10.4236/ojpp.2017.73017

Landauer, Thomas K., Darrell Lahan & Marcia Derr. 2004. “From paragraph to graph: Latent semantic analysis for information visualization.” *PNAS*.

Landauer, Thomas K., Peter Foltz & Darrell Laham. 1998. “An introduction to Latent Semantic Analysis.” *Discourse processes Lawrence Erlbaum Associates, Inc* 25, no. 2-3: 259-284. <https://doi.org/10.1080/01638539809545028>

LIWC. 2021. “Interpreting LIWC output.” <https://liwc.wpengine.com/interpreting-liwc-output/>

Mezaris, Vasileios, Lyndon Nixon, Symeon Papadopoulos & Denis Teyssou. 2019. *Video Verification in the Fake News Era*. Springer Nature.

Molina, Maria D., Shyam S. Sundar, Thai Le & Dongwon Lee. 2019. “‘Fake News’ Is Not Simply False Information: A Concept Explication and Taxonomy of Online Content.” *American Behavioral Scientist* 65, no. 2: 180-212. <https://doi.org/10.1177/0002764219878224>

Ou-Yang, Lucas. 2020. “Newspaper3k: Article scraping & curation”. <https://newspaper.readthedocs.io/en/latest/>

Parikh, Shivam & Pradeep Atrey. 2018. “Media-Rich Fake News Detection: A Survey.” Conferencia presentada en ‘2018 IEEE Conference on Multimedia Information Processing and Retrieval (MIPR)’, Miami, Florida, USA, del 10-12 de abril. doi: 10.1109/MIPR.2018.00093.

Salazar Miranda, Eilyn, Gustavo Tenorio Arce & Luis Naranjo Zeledón. 2020. “Evaluación de la precisión de los modelos de clasificación binaria para la identificación de noticias verdaderas o falsas en Costa Rica.” *Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologías de Informação*, no. 38: 156-170. <http://www.risti.xyz/issues/ristie38.pdf>

Segura Castillo, Andrés & Adriana Céspedes Vindas. 2015. “Redes Conceptuales y descontento ciudadano.” *Vigésimo Informe Estado de la Nación en Desarrollo Humano Sostenible*. CONARE. <http://repositorio.conare.ac.cr/handle/20.500.12337/577>

Shugars, Sara. 2019. “The Structure of Reasoning: Inferring Conceptual Networks from Short Text.” OSF. <https://doi.org/10.17605/OSF.IO/PNWD8>

Steinebach, Martin, Karol Gotkowski & Huijian Liu. 2019. “Fake News Detection by Image Montage Recognition.” Conferencia presentada en ‘Proceedings of the 14th International Conference on Availability, Reliability and Security (ARES ‘19)’, New York, USA, del 26-29 de agosto. <https://doi.org/10.1145/3339252.3341487>

DetECCIÓN AUTOMATIZADA DE NOTICIAS FALSAS EN EL CONTEXTO COSTARRICENSE

Trejos Zelaya, Javier, William Castillo Elizondo & Jorge González Varela. 2017. *Análisis Multivariado de Datos: Métodos y aplicaciones*. Editorial UCR.

Waldrop, M. Mitchell. 2017. "The genuine problem of fake news." *Proceedings of the National Academy of Sciences* 114, no. 48: 12631-12634. <https://doi.org/10.1073/pnas.1719005114>

W3C. 2021. "Securing the Web." <https://www.w3.org/2001/tag/doc/web-https>

Xiaoning, Guo, Tan De Zhern, Soo Wooi King, Tan Yi Fei & Lam Hai Shuan. 2018. "News Reliability Evaluation using Latent Semantic Analysis." *TELKOMNIKA* 16, no. 4: 1704-1711. <http://dx.doi.org/10.12928/telkomnika.v16i4.9062>

Xu, Kuai, Feng Wang, Haiyan Wang & Bo Yang. 2020. "Detecting fake news over online social media via domain reputations and content understanding." *Tsinghua Science and Technology* 25, no. 1: 20-27. doi: 10.26599/TST.2018.9010139.

Yzaguirre, A., M. Smit & R. Warren. 2016. "Newspaper archives + text mining = richsources of historical geo-spatial data." Conferencia presentada en 'IOP Conference Series: Earth and Environmental Science', Halifax, Canada, del 5-9 de octubre. <https://iopscience.iop.org/article/10.1088/1755-1315/34/1/012043>

5 Predictores psicosociales de la exposición y difusión de noticias falsas en Costa Rica

Carlos Brenes Peralta / Rolando Pérez Sánchez / Ignacio Siles González

Introducción

Las llamadas “noticias falsas” han ganado creciente interés académico y sociopolítico. El estudio de los posibles efectos de la difusión de noticias falsas en la cultura política y en el devenir democrático, así como los mecanismos sociocognitivos y comunicativos que la posibilitan, orientan la investigación y la discusión pública sobre el tema (Tong et al., 2020; Valenzuela et al., 2021; Waisbord, 2018)¹. En Costa Rica, las noticias falsas han jugado un papel preponderante por su vínculo con eventos mediáticos particulares (Siles, Carazo y Tristán, 2021). Considerando cómo las y los costarricenses han interactuado con contenidos en Facebook, las mayores preocupaciones sobre este fenómeno en Costa Rica se concentraron en tres situaciones concretas: 1) protestas ciudadanas en 2019 que culminaron con la renuncia del entonces Ministro de Educación Pública por una serie de políticas implementadas, 2) la discusión en el plenario legislativo sobre la importancia de las noticias falsas como problema democrático (también en el 2019), y 3) la emergencia sanitaria ocasionada por el coronavirus SARS-CoV-2 desde marzo 2020 (Carazo, Tristán

¹ Este capítulo se publicó originalmente en la revista Cuadernos.info. La referencia completa de su publicación es: Brenes Peralta, C., Pérez Sánchez, R., & Siles González, I. (2021). Predictores psicosociales de la exposición y difusión de noticias falsas en Costa Rica. Cuadernos.Info, (49), 214-238. <https://doi.org/10.7764/cdi.49.27437>

Predictores psicosociales de la exposición y difusión de noticias falsas en Costa Rica

y Siles, 2020). Las noticias falsas también fueron objeto de atención pública en Costa Rica cuando sirvieron como insumo para una marcha xenofóbica contra nicaragüenses a mediados de 2018 (Carazo, Tristán y Siles, 2020).

Las primeras unidades de verificación de datos en Costa Rica fueron creadas en 2018. Medios de comunicación impresos fundaron *No Coma Cuento (La Nación)* y *No se Vaya Pollo (La Teja)* en enero de 2018, de cara al proceso electoral de ese año. En la segunda mitad de 2018, pasadas las elecciones presidenciales, surgieron unidades como *No Caiga (CRHoy.com)* y *Doble Check* (Universidad de Costa Rica). Un año más tarde, en 2019, fueron las instituciones públicas quienes establecieron nuevas iniciativas para contrarrestar la difusión de noticias falsas: la Presidencia de la República de Costa Rica lanzó una plataforma llamada Gobierno Aclara y el Tribunal Supremo de Elecciones estableció acuerdos con Facebook y Twitter en materia de alfabetización ciudadana (véase capítulo 1).

En ese contexto costarricense, el presente estudio considera tres aspectos asociados a las noticias falsas: la frecuencia con que las personas identifican noticias que no son totalmente verdaderas en medios de comunicación, redes sociales y WhatsApp; la autopercepción sobre la capacidad de reconocer noticias falsas, y si las personas comparten noticias que consideraban falsas por medio de las redes sociales y WhatsApp. Específicamente, se analizan los predictores psicosociales y sociodemográficos de la exposición, autopercepción de la capacidad de reconocimiento y difusión de noticias falsas entre personas adultas costarricenses. El trabajo está basado en una encuesta representativa de 805 personas, realizada en mayo de 2019. Los resultados reflejan una asociación positiva entre el autoritarismo de derecha y la difusión intencional de noticias falsas en redes sociales. A nivel motivacional, existen asociaciones positivas entre una motivación defensiva y la exposición a noticias falsas en medios de comunicación y WhatsApp, así como asociaciones entre motivaciones defensivas y de precisión con la autopercepción de la capacidad de reconocer noticias falsas. A nivel sociodemográfico, mujeres, personas con mayor nivel educativo y aquellas más jóvenes afirmaron estar más expuestas a noticias falsas; mientras que hombres y personas con mayor educación afirman ser más capaces de identificar noticias falsas.

Las noticias falsas como objeto de estudio

Un importante debate académico se ha centrado en cómo definir una noticia falsa. En la literatura científica se pueden encontrar hasta doce definiciones distintas de noticias falsas. Egelhofer y Lecheler (2019) integraron las distintas definiciones y proponen una conceptualización de noticias falsas a partir de dos dimensiones. Primero, el género de las noticias falsas, el cual consiste en la creación deliberada de desinformación pseudoperiodística. Segundo, la etiqueta de las noticias falsas, la cual consiste en la instrumentalización del término para deslegitimar a los medios de comunicación. En este manuscrito se trabaja desde la primera dimensión de las noticias falsas.

Las noticias falsas pueden distinguirse por tres características que las diferencian de las falsedades, el periodismo de baja calidad o errores en comunicación. Una noticia debe considerarse como falsa si, primero, posee un bajo nivel de facticidad. Esto quiere decir que, aunque una noticia falsa puede tener información correcta, la mayoría de su contenido es fabricado o falso (Tandoc, Lim y Ling, 2018). Una segunda característica es que las noticias falsas imitan la forma del contenido de las noticias periodísticas. Como resultado de esta imitación, las audiencias pueden confundir las noticias falsas como genuinas y creíbles (Mustafaraj y Metaxas, 2017). Una tercera característica de las noticias falsas es que son creadas desde motivaciones políticas, ideológicas o financieras para engañar deliberadamente a una audiencia (Tandoc, Lim y Ling, 2018).

Las noticias falsas se discuten comúnmente en el contexto del estudio de la desinformación y la información errónea. Mientras la información errónea refiere a información incorrecta o sesgada que se difunde de manera no intencional, la desinformación consiste en información incorrecta o sesgada que se difunde deliberadamente (Lazer et al., 2018). Por tanto, el concepto de las noticias falsas se ubica mejor dentro de la literatura sobre desinformación. Conceptos como la desinformación, los rumores, las teorías de conspiración y la propaganda pueden clasificarse como noticias falsas, si cumplen las tres características mencionadas (Egelhofer y Lecheler, 2019). La figura 5.1 consolida las tres características definitorias de las noticias falsas.

Predictores psicosociales de la exposición y difusión de noticias falsas en Costa Rica

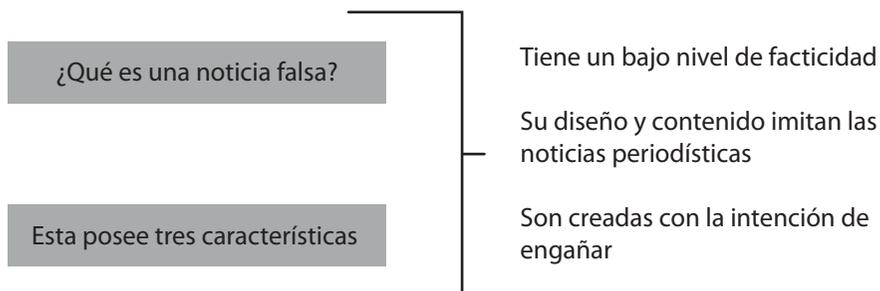


Figura 5.1 Características definitorias de las noticias falsas

Fuente: Elaboración propia

La investigación sobre noticias falsas ha girado alrededor de dos grandes ejes: exposición y difusión. El primer grupo de investigaciones se ha interesado en entender cuestiones de *exposición*, es decir, “la medida en que miembros de la audiencia han encontrado mensajes o clases de mensajes/contenidos específicos de los medios de comunicación” (Slater, 2004, p. 168). En el caso de las noticias falsas, la exposición se refiere a las dinámicas involucradas en la recepción de noticias que se perciben como falsas (Tandoc et al., 2018; Wagner y Boczkowski, 2019). Se privilegia así la forma en que las personas se relacionan con contenido catalogado como falso, cómo lo reciben y cómo lo interpretan. Estas investigaciones han demostrado que la prevalencia de la aceptación de noticias falsas varía entre personas. Por ejemplo, la creencia en noticias falsas se ha asociado con el dogmatismo y el fundamentalismo religioso (Bronstein et al., 2019); mientras que la efectividad de estrategias correctivas para contrarrestar los efectos negativos de las noticias falsas en factores cognitivos es mayor en personas con un dominio más avanzado de habilidades cognitivas (De keersmaecker y Roets, 2017).

Un segundo eje de investigación se ha centrado en dinámicas de *difusión* de noticias falsas, es decir, en entender cómo las noticias falsas alcanzan a diferentes segmentos de la población. Estas investigaciones promueven una perspectiva que busca situar las noticias falsas en un contexto más amplio de producción, circulación y consumo (Hoffman, Taylor y Bradshaw, 2019). Según estas

investigaciones, un primer factor que condiciona la difusión de las noticias falsas es el acceso a tecnologías específicas. Estos trabajos se centran en el papel de procedimientos algorítmicos en la forma en que ciertos contenidos adquieren visibilidad en ciertos grupos sociales (Diakopoulos, 2019). Investigaciones más recientes han destacado la creciente importancia de WhatsApp como vehículo para la difusión de noticias falsas, dado el crecimiento de su uso como medio informativo sobre diversos temas (Newman et al., 2019; Valenzuela, Bachmann y Bargsted, 2021). Al igual que el grupo de investigaciones sobre exposición, estas investigaciones concluyen que factores psicosociales también condicionan la difusión de noticias falsas.

Se considera central en este estudio evaluar el papel que juega el conservadurismo y sus correlatos psicosociales en el reconocimiento y difusión de noticias falsas. A nivel internacional, específicamente en el marco del estudio de los procesos electorales de Donald Trump, en Estados Unidos, y Jair Bolsonaro, en Brasil, se ha encontrado una asociación entre actitudes y discursos vinculados al conservadurismo y la difusión de noticias falsas (Van der Linden et al., 2020; Ituassu et al., 2019; De la Silva y Larkins, 2019). Estas asociaciones son relevantes de estudiar en Costa Rica en un marco no electoral. Ya otras personas autoras han encontrado este correlato fuera de las comunicaciones políticas electores (Guess et al., 2019), por lo que su estudio a nivel local permite aportar a la comprensión de la génesis de la difusión de este tipo de noticias.

Marco teórico: predictores psicosociales y sociodemográficos de la exposición y difusión de noticias falsas

Esta investigación examina la asociación de variables psicosociales con los tres aspectos sobre noticias falsas. Interesa considerar dos ámbitos: por un lado, aspectos tradicionalmente vinculados a una configuración de la personalidad que favorece la legitimación de actitudes conservadoras y que refiere a la valoración del sustento ideológico de la aceptación de noticias falsas y, por otro lado, un ámbito motivacional, ligado a mecanismos cognitivos que favorecen la aceptación y reproducción de noticias falsas. El primer ámbito se refiere tanto a la legitimación de actitudes autoritarias como de la jerarquización

Predictores psicosociales de la exposición y difusión de noticias falsas en Costa Rica

social, mientras que el segundo ámbito se vincula a la importancia de estar al tanto de la actualidad y de evaluar la información recibida.

Autoritarismo, dominancia social y noticias falsas

Con respecto al primer ámbito, a partir de la teoría de la personalidad autoritaria (Adorno, Frenkel-Brunswik, Levinson y Sanford, 1950), Altemeyer (1996) concentró su investigación en lo que definió como autoritarismo de derecha, compuesto por tres componentes ya presentes en el modelo original de Adorno et al. (1950): la sumisión autoritaria, la agresión autoritaria y el convencionalismo. El autoritarismo se entiende como producto de la obediencia irrestricta a autoridades (sumisión autoritaria), el recurrir al castigo como medio legítimo de control social (agresión autoritaria) y el respaldo a un sistema tradicional de normas (convencionalismo) (Altemeyer, 1981; 1996). Así, las personas autoritarias abogan por el castigo durante la infancia, deploran la indulgencia en los tribunales y creen que las reformas penales solo animan a quienes delinquen a continuar cometiendo actos ilegales (Altemeyer, 1996).

Aunado a lo anterior, la teoría de la dominancia social considera que la organización social humana tiende a estructurarse jerárquicamente. Esta noción implica que un grupo se ubica en una posición hegemónica, con un valor intrínseco a poseer poder político, social y un acceso privilegiado a recursos socioeconómicos y al bienestar social (Pratto, Sidanius, Stallworth y Melle, 1994). Estos grupos construyen discursos sociales e históricos que les permiten legitimar las asimetrías sociales y dar explicaciones que justifiquen lo que ellos consideran grupos inferiores (Sidanius, Pratto, Van Laar y Levin, 2004).

Los constructos de autoritarismo de derechas y de dominancia social están relacionados, pero no son sinónimos. De conformidad con lo planteado por Bilewicz et al. (2017), Crowson y Brandes (2017) y Vega et al. (en prensa), la dominancia social refiere al respaldo de actitudes antidemocráticas que legitiman la desigualdad estructural. En cambio, el autoritarismo se concentra en la defensa de valores asociados a las sociedades tradicionales, en donde la religión juega un papel central como dador de sentido de dichos valores.

Según Vega et al., (en prensa), la presencia de actitudes que respaldan el autoritarismo y la dominancia social en las sociedades actuales se ha asociado con una insatisfacción hacia la política, lo cual implica un rechazo generalizado al actuar de la clase política, como resultado de la valoración de que quienes la conforman no están cumpliendo con su rol. Esta insatisfacción –nombrada animadversión hacia la política (Vega Jiménez et al., en prensa)– puede variar dependiendo de las políticas de gobierno, el estado de la economía y el actuar de las instituciones estatales (Ramón Montero, Zmerli y Newton, 2008).

Los antecedentes sobre la relación de estos factores con las noticias falsas han mostrado que las personas con mayores puntajes de autoritarismo consumen menos diversidad de fuentes de noticias (Sindermann, Elhaib, Moshagen y Montag, 2020). Asimismo, altos puntajes de autoritarismo y dominancia social se asocian con una mayor tolerancia a la difusión de contenido falso por parte de personas políticas ideológicamente cercanas (De keersmaecker y Roets, 2019).

La dimensión motivacional de la exposición y procesamiento de noticias falsas

Con respecto al segundo ámbito psicosocial en estudio, referido al plano motivacional de la exposición y procesamiento de las noticias falsas, la teoría del razonamiento motivado ha sido importante para comprender cómo la selección y procesamiento de contenido noticioso varía según las motivaciones de las personas (Taber y Lodge, 2006; Winter et al., 2016). Esta teoría propone que las motivaciones individuales influyen en los procesos cognitivos que utilizan las personas para seleccionar y procesar información (Kunda, 1990). La motivación se define como “cualquier deseo, anhelo o preferencia que involucra el resultado de una tarea de razonamiento” (Kunda, 1990, p. 480). Hay dos motivaciones que se consideran centrales: la motivación defensiva y la motivación de precisión (Leeper y Slothuus, 2014).

Las personas motivadas defensivamente seleccionan y procesan información para validar y proteger sus actitudes, creencias y comportamientos existentes (Kunda, 1990). Prefieren información que refuerza sus conclusiones deseadas y valoran esta de manera más positiva, mientras que desacreditan

Predictores psicosociales de la exposición y difusión de noticias falsas en Costa Rica

información discordante. En cambio, las personas motivadas por precisión utilizan estrategias cognitivas para llegar a una conclusión correcta sobre un tema específico. Procesan la información de manera objetiva, independientemente de si esta refuerza sus propias creencias y actitudes.

La evidencia sobre las motivaciones defensiva y de precisión proviene mayoritariamente de la manipulación experimental de estas motivaciones. Estos estudios se han complementado con otros correlacionales, que utilizan mediciones en encuestas para capturar las dimensiones conceptuales de las motivaciones (Federico y Schneider, 2007). Varios estudios han sugerido que, a nivel de diferencias individuales, la necesidad de cognición (*need for cognition*) es equivalente a una manipulación experimental de la motivación de precisión (Nir, 2011; Cacioppo et al., 1996). Esta necesidad se define como la tendencia crónica de las personas hacia el disfrute de actividad cognitiva que implique un esfuerzo (Cacioppo y Petty 1982; Cacioppo et al., 1996).

En cambio, la definición operacional de la motivación defensiva puede capturarse mediante la necesidad de evaluación (Nir, 2011). Esta necesidad se refiere a la tendencia crónica de las personas a formar juicios y pensamientos evaluativos (Jarvis, Blair y Petty, 1996). La necesidad de evaluación se ha asociado positivamente con una evaluación más intensa de las personas candidatas políticas (Bizer et al., 2002; 2004), con un mayor compromiso partisano y una menor ambivalencia política (Federico y Schneider 2007).

Varias personas autoras han aplicado la teoría del razonamiento motivado al contexto de las noticias falsas. Se ha argumentado, como consecuencia, que la motivación defensiva es un factor importante para entender por qué las personas le prestan atención y creen que las noticias falsas de tipo proactitudinal son veraces (Beck, 2017). Además, se ha sugerido que las noticias falsas influyen en la adquisición o reforzamiento de ideas falsas sobre diversos temas y que algunas personas son resistentes a correcciones explícitas de estas ideas, debido a la influencia de sesgos cognitivos en el procesamiento de la información que activa una motivación defensiva (Berinsky, 2017). Esto explicaría por qué el *fact-checking* solamente tendría un efecto cuando la corrección de ideas falsas no contradice la conclusión deseada de una persona

(Hameleers y Van der Meer, 2019). En cambio, otros estudios han encontrado que personas entrenadas en estrategias de pedagogía de medios son influenciadas más por una motivación de precisión –que por una motivación defensiva– al procesar noticias falsas (Kahne y Bowyer, 2017).

No se encontraron investigaciones que examinen la relación entre la necesidad de evaluación –como proxy conceptual de una motivación defensiva– y la necesidad de cognición –como proxy de una motivación de precisión– con las noticias falsas. No obstante, se considera relevante estudiar la relación entre ambos constructos con los tres aspectos de estudio sobre noticias falsas, dada la aplicabilidad de la teoría de razonamiento motivado para explicar la dimensión motivacional de la exposición, procesamiento y difusión de contenido noticioso y falso, así como la utilidad de la necesidad de cognición y la necesidad de evaluación para operacionalizar el razonamiento motivado en estudios correlacionales.

Características sociodemográficas en el estudio de las noticias falsas

Junto a las dimensiones psicosociales propuestas en este estudio, es relevante considerar variables sociodemográficas que pueden contribuir a la comprensión de la aceptación y difusión de noticias falsas. En particular, se considera la edad, el sexo, la zona geográfica de residencia y el nivel educativo. La edad y la zona geográfica son relevantes, ya que refieren a formas de uso y acceso al contenido noticioso. Estas se asocian a las diferencias generacionales, vinculadas tanto al empleo de las tecnologías digitales como a las brechas prevalecientes que limitan el acceso y uso en las zonas rurales. El nivel educativo es importante, porque pueden darse diferencias en el tipo de contenido, fuentes informativas y la evaluación de estos en función del nivel educativo. Con respecto al sexo, es necesario indagar si existen diferencias a nivel actitudinal o en los factores motivacionales que favorezcan o limiten la aceptación y difusión de noticias falsas.

La investigación precedente ofrece pocos resultados que orienten con más claridad la relación entre características sociodemográficas y aspectos sobre las noticias falsas. Rampersad y Althiyabi (2020) encontraron que la edad, más que la educación o el sexo, explican la aceptación de noticias falsas.

Predictores psicosociales de la exposición y difusión de noticias falsas en Costa Rica

En lo referente a la educación, estos autores lograron determinar que un mayor nivel educativo se asocia a una menor aceptación de noticias falsas.

Preguntas de investigación

Como preguntas de investigación orientadoras de este estudio se plantean las siguientes:

1. ¿Cuál es la asociación existente entre la exposición, la autopercepción sobre la capacidad de reconocimiento y difusión de noticias falsas y el respaldo a actitudes conservadoras, expresadas en altos puntajes de autoritarismo y dominancia social?
2. ¿Cuál es la asociación entre los tres aspectos sobre noticias falsas y los factores motivacionales de consumo de noticias asociados a la necesidad de evaluación y la necesidad de cognición?
3. ¿Cuál es la relación entre los tres aspectos sobre noticias falsas y la edad, género, nivel educativo y la zona geográfica de residencia de las personas?

Metodología

Participantes

Se reclutaron a 805 personas de todo el país, en el marco de una encuesta a personas que utilizan teléfonos celulares, la cual abarca el 97 % de la población mayor de 18 años en Costa Rica (Encuesta Nacional de Hogares, 2017). Se recurrió a un muestreo estratificado aleatorio, tomando como marco muestral el Plan Nacional de Numeración de la Superintendencia de Telecomunicaciones (SUTEL). Las personas se contactaron directamente a su teléfono celular solicitando su disposición a participar en el estudio. Como criterios de inclusión, se entrevistaron solamente personas mayores de 18 años y con nacionalidad costarricense. La recolección se llevó a cabo del 13 al 19 de mayo del 2019, mediante entrevistas telefónicas realizadas en horarios de mañana, tarde y noche. El 67 % de la muestra son mujeres, con una edad que oscila entre los 18 y 88 años ($M=38.83$, $DT=15.75$). Un 42 % de las personas tienen educación

primaria, un 37 % educación secundaria y un 21 % educación universitaria. Considerando un nivel de confianza del 95 %, se estima un error muestral de $\pm 3,45$ puntos porcentuales. Esto significa que toda generalización que se haga con base en estos datos debe referirse estrictamente al 97 % de la población costarricense con teléfono celular y no a la población en su totalidad.

A cada persona encuestada se indicó que la participación en la encuesta era voluntaria, y el tratamiento de los datos confidencial y anónimo. Aclarado esto, se le solicitó su acuerdo verbal en participar en la encuesta.

Instrumentos

Para medir el autoritarismo, se recurrió a la Escala de Autoritarismo de Derecha de Altemeyer (1996), específicamente la versión corta de 6 ítems. Se utilizó una escala Likert de 5 puntos, en la que (1) significa totalmente en desacuerdo y (5) totalmente de acuerdo. Un ejemplo de ítem es el siguiente: “Las leyes de dios sobre la pornografía, el aborto y el matrimonio deben ser seguidas estrictamente, sus transgresiones deben ser castigadas”. Se obtuvo un alfa de Cronbach de .79.

Para estudiar la legitimación de las jerarquías sociales y la desigualdad, se empleó la Escala la de Dominancia Social elaborada por Sidanius y Pratto (1999), utilizando una versión reducida de 8 ítems. Consiste en una escala tipo Likert de 5 puntos (1 = totalmente en desacuerdo, 5 = totalmente de acuerdo). Está compuesta por dos subescalas: 4 ítems que miden respaldo de las jerarquías sociales, mientras que los otros cuatro miden actitudes a favor de la igualdad social. Un ejemplo de los ítems correspondientes a respaldo de las jerarquías es el siguiente: “Para salir adelante en la vida, algunas veces es necesarios pasar por encima de las otras personas”. Adicionalmente, uno para las actitudes a favor de la igualdad es el que se presenta a continuación: “Tendríamos menos problemas si tratáramos a los diferentes grupos sociales más equitativamente”. Se obtuvo un coeficiente de consistencia interna de .66 (jerarquización social) y .68 (igualdad).

Predictores psicosociales de la exposición y difusión de noticias falsas en Costa Rica

Para la medición del descontento hacia la política y sus representantes, se recurrió a la Escala de la animadversión hacia los políticos, desarrollada por Vega et al., (en prensa), compuesta por 10 ítems en una escala Likert de 5 puntos (1 = totalmente en desacuerdo, 5 = totalmente de acuerdo). Un ejemplo de los ítems es el siguiente: “Los políticos lo único que quieren es sacar provecho personal al ser nombrados en el gobierno”. Se obtuvo un coeficiente de Cronbach de .91.

Para estudiar la necesidad de cognición, se utilizó la versión corta de dos ítems desarrollada por el *American National Election Study* (2013). Se recurrió a una escala Likert de 5 puntos (1 = totalmente en desacuerdo, 5 = totalmente de acuerdo). Los dos ítems son “yo prefiero resolver problemas complejos en vez de problemas simples” y “me gusta tener la responsabilidad de manejar una situación que requiere pensar mucho.” La medida obtuvo una consistencia interna de .54.

Se utilizó la escala reducida de tres ítems para medir la necesidad de evaluación (Bizer et al., 2004). Es una escala Likert de 5 puntos, en la que (1) significa totalmente en desacuerdo y (5) totalmente de acuerdo. Los tres ítems son “tengo una opinión sobre casi todo”, “para mí es importante tener una opinión acerca de si algo es bueno o malo” y “es muy importante para mí tener una opinión fuerte.” Se obtuvo un alfa de Cronbach de .59.

Para medir la exposición a noticias falsas se formuló una pregunta que indaga en la frecuencia de exposición a noticias falsas en medios de comunicación, redes sociales y WhatsApp. Se empleó una escala de respuesta de 5 puntos, que va de nunca (1) a siempre (5).

Para estudiar la autopercepción sobre la capacidad de reconocer noticias falsas, se formuló una pregunta para indagar la frecuencia con la que la persona logra identificar noticias que considera que no son totalmente verdaderas, en medios de comunicación, redes sociales y WhatsApp. Igualmente, empleó una escala de respuesta de 5 puntos, que va de nunca (1) a siempre (5).

Se indagó si las personas compartieron noticias que consideraban eran falsas. Para ello se consultó directamente si se habían compartido noticias de este tipo en redes sociales o por WhatsApp. Se utilizó una respuesta dicotómica: sí/no.

Como variables sociodemográficas se consideraron la edad, el nivel educativo, el sexo y la provincia de residencia. Para fines analíticos, la variable edad se recodificó en tres grupos –de 18 a 34 años, entre 35 y 54 años y 55 años y más. La medida de educación se recodificó en tres grupos –educación primaria, secundaria y universitaria. La variable con las siete provincias costarricenses de residencia se recodificó en una variable dicotómica, en la que la categoría valle central incluye la residencia en las provincias de San José, Heredia, Alajuela y Cartago. La categoría fuera del valle central comprende las provincias costeras de Puntarenas, Limón y Guanacaste.

Procedimiento

Se realizó una encuesta telefónica a personas costarricenses mayores de 18 años, del 13 al 17 de mayo de 2019, durante la mañana, tarde y noche. Durante la encuesta se mantuvo control de las cuotas correspondientes a la distribución nacional por provincia, sexo y edad (ver Encuesta Nacional de Hogares, 2017). Se ponderó la variable educación para equilibrar los niveles de primaria y secundaria.

Como procedimiento de análisis, se realizaron análisis descriptivos básicos generales y análisis de factores exploratorios. Además, se estimaron varios modelos de regresión jerárquica y de regresión logística utilizando el método *stepwise*, para conocer el impacto relativo de las medidas psicosociales y sociodemográficas sobre la exposición, autopercepción sobre la capacidad de reconocimiento y difusión de noticias falsas.

Resultados

Análisis descriptivos básicos

Para comenzar, se examinaron tendencias de exposición a noticias falsas. Se preguntó sobre la frecuencia con la que las personas tienden a encontrar noticias que no son completamente verdaderas en medios de comunicación, redes sociales y vía WhatsApp. En promedio, en una escala de 1 a 5, las personas

Predictores psicosociales de la exposición y difusión de noticias falsas en Costa Rica

encuestadas encontraron noticias falsas con igual frecuencia en las redes sociales ($M = 3.02$; $DT = 1.18$) y en los medios de comunicación ($M = 2.96$; $DT = 1.12$). Además, este promedio es similar al de la frecuencia de exposición a noticias falsas vía WhatsApp ($M = 2.90$; $DT = 1.25$).

También se preguntó si las personas han compartido noticias que consideraban como falsas. En el caso de redes sociales, un 19 % de las personas contestó de manera afirmativa (mientras que el 81 % afirmó no haberlo hecho). El número es casi idéntico en el caso de WhatsApp: un 18 % compartió noticias falsas y un 82 % afirmó que no.

Finalmente, un 36 % de la muestra afirmó tener mucha o demasiada capacidad para reconocer las noticias falsas, un 33 % dijo ser “algo” capaz y un 30 % consideró que tiene poca o ninguna capacidad.

Predictores de la exposición, autopercepción sobre capacidad de reconocimiento y difusión de noticias falsas

Para conocer el impacto relativo de las medidas psicosociales sobre la exposición y autopercepción sobre la capacidad de reconocer noticias falsas, considerando la edad, el sexo, el nivel educativo y la región geográfica como variables intervinientes, se calcularon cuatro modelos de regresión jerárquico utilizando el método *stepwise*. Se estimó un modelo jerárquico para cada variable dependiente: la exposición a noticias falsas en medios de comunicación, la exposición en redes sociales, la exposición vía WhatsApp y la autopercepción sobre la capacidad de reconocer noticias falsas. Se utilizaron los mismos predictores en cada regresión jerárquica. En el primer nivel de regresión se incluyeron la necesidad de cognición y la necesidad de evaluación. En el segundo nivel se incorporaron autoritarismo, animadversión hacia la clase política, dominancia social e igualitarismo. En el tercer nivel se incluyeron el nivel educativo, la edad, la región geográfica y el sexo. Los resultados completos de los modelos de regresión se presentan en la Tabla 5.1. Por motivos de espacio, se describen a continuación los resultados del tercer nivel jerárquico de cada regresión.

La exposición a noticias falsas en medios de comunicación se asoció con altos puntajes en necesidad de evaluación ($\beta = .09, p < .05$) y un nivel educativo universitario ($\beta = .42, p < .01$) –en comparación con estudios primarios, $R^2 (N = 707) = .05, F (13\ 694) = 2.73, p < .01$).

Por su parte, una mayor frecuencia de exposición a noticias falsas en redes sociales se asoció a personas con estudios universitarios –en comparación con aquellas con educación primaria ($\beta = .32, p < .01$)–, a personas con edades entre 18 a 24 años –en comparación con las de 55 años o más ($\beta = -.28, p < .01$)– y las de sexo femenino ($\beta = .21, p < .01$), $R^2 (N = 693) = .12, F (14\ 679) = 6.39, p < .01$).

La exposición a noticias falsas vía WhatsApp es mayor entre personas con altos puntajes en la necesidad de evaluación ($\beta = .10, p < .05$), bajos puntajes en dominancia social ($\beta = -.10, p < .05$) y aquellas con educación universitaria – en comparación con las de nivel primario ($\beta = .57, p < .01$), $R^2 (N = 696) = .32, F (13\ 683) = 5.82, p < .01$.

Una mayor autopercepción sobre la capacidad de reconocer noticias falsas se asoció con el sexo masculino ($\beta = -.33, p < .01$), con niveles de educación secundaria ($\beta = .34, p < .01$) y universitaria ($\beta = .52, p < .01$), así como con altos puntajes en necesidad de cognición ($\beta = .09, p < .05$) y necesidad de evaluación ($\beta = .09, p < .05$), $R^2 (N = 706) = .36, F (13\ 693) = 7.77, p < .01$).

Predictores psicosociales de la exposición y difusión de noticias falsas en Costa Rica

Cuadro 5.1 Regresiones jerárquicas de la exposición a noticias falsas y la autopercepción sobre la capacidad para reconocerlas

Predictores	EBFM						ENFRS						ENFW						CRNF					
	ΔR ²	F gl.	β	95% IC	ΔR ²	F gl.	β	95% IC	ΔR ²	F gl.	β	95% IC	ΔR ²	F gl.	β	95% IC	ΔR ²	F gl.	β	95% IC				
Modelo 1	.01	2.97 (2705)			.01	2.85 (2691)			.01	2.48 (2694)			.02	15.67** (2704)										
Need cognition			.04	-.04, .12			.06	-.02, .14			.04	-.04, .12			.014**	.07, .22								
Need evaluate			.07	-.01, .15			.05	-.03, .13			.06	-.01, .14			.11**	.03, .19								
Modelo 2	.042	2.46* (7705)			.04	2.10** (686)			.23	5.36** (7689)			.026	7.12** (7699)										
Need cognition			.04	-.04, .12			.06	-.01, .14			.04	-.04, .12			.014**	.07, .22								
Need evaluate			.09*	.01, .17			.06	-.02, .15			.09*	-.02, .19			.015**	.07, .23								
Autoritarismo			.04	-.05, .13			.08	-.01, .17			.04	-.08, .09			-.01	-.09, .08								
Animadversión			.04	-.11, .04			.04	-.12, .04			.04	-.01, .05			-.04	-.11, .04								
Dominancia			.04	-.12, .03			-.12**	-.19, .04			.04	-.24, .08			-.10	-.17, -.02								
Igualitarismo			.01	-.08, .07			.01	-.08, .07			.01	-.15, .01			-.10	-.17, -.01								
Modelo 3	.05	2.73** (13694)			.12	6.39** (14,679)			.23	5.82** (13683)			.366	7.77** (13693)										
Need cognition			.02	-.05, .10			.02	-.06, .10			.01	-.07, .09			.09*	.02, .17								
Need evaluate			.09*	.01, .017			.06	-.02, .14			.10**	.03, .19			-.016**	.08, .23								
Autoritarismo			.05	-.03, .14			.06	-.02, .15			.03	-.06, .11			-.01	-.09, .09								
Animadversión			.02	-.10, .06			.02	-.10, .06			.01	-.08, .07			.02	-.10, .05								
Dominancia			.01	-.08, .08			.06	-.14, .02			.10*	-.18, .02			-.06	-.13, .02								
Igualitarismo			.01	-.08, .08			.01	-.07, .08			.05	-.13, .02			-.07	-.14, .01								
Secundaria			.22*	.02, .42			.19	-.01, .39			.17	-.02, .37			.34**	.15, .53								
Universitaria			.42**	.21, .64			.32**	-.12, .053			.57**	.36, .77			.52**	.31, .72								
35-54 años			.01	-.16, .18			.07	-.23, .09			.01	-.16, .17			-.01	-.13, .19								
55 años o más			.04	-.25, .18			-.28**	-.49, -.07			.17	-.38, .05			-.01	-.24, .18								
Fuera valle central			.02	-.19, .15			.03	-.13, .20			.02	-.14, .19			-.01	-.18, .15								
Mujeres			.10	-.04, .25			.21**	.14, .28			.04	-.19, .11			-.01	-.48, -.19								

* p < .05. **p < .01

Nota 2. ENFM: exposición a noticias falsas en medios de comunicación; ENFRS: exposición noticias falsas en redes sociales; ENFW: exposición noticias falsas vía WhatsApp; CRNF: autopercepción sobre la capacidad de reconocer noticias falsas.

Nota 3. Se presentan los coeficientes estandarizados.

Nota 4: Los grupos de referencia para las variables categóricas son las siguientes: estudios (primaria), edad (18-34 años), región geográfica (valle central), sexo (hombres).

Para estudiar el impacto relativo de las mismas mediciones psicosociales y sociodemográficas sobre la difusión de noticias falsas en redes sociales y vía WhatsApp, se calcularon dos modelos de regresión logística utilizando el método *stepwise*. En cada modelo, los tres niveles de regresión fueron los mismos utilizados en las regresiones jerárquicas. Para facilitar la interpretación de los coeficientes significativos, se calculó la probabilidad de compartir noticias falsas a partir de la razón de probabilidades (ver cuadro 5.2).

El modelo logístico para predecir la difusión de noticias falsas en redes sociales resultó no significativo en los tres niveles. Sin embargo, a nivel univariado y al controlar por el impacto de las variables sociodemográficas en el tercer nivel, la probabilidad de difundir noticias falsas en redes sociales se mantuvo en un 54 % para las personas con altos puntajes en autoritarismo ($RM = 1.17, p < .05$).

De igual manera, los tres niveles del modelo para predecir la difusión de noticias falsas vía WhatsApp resultaron no significativos. En el segundo modelo, puntajes altos en autoritarismo se asociaron con una probabilidad de 54 % de compartir noticias falsas vía WhatsApp ($RM = 1.16, p < .05$). Sin embargo, el autoritarismo no se mantuvo como predictor de la variable dependiente en el tercer nivel.

Predictores psicosociales de la exposición y difusión de noticias falsas en Costa Rica

Cuadro 5.2 Regresiones logísticas de la difusión de noticias falsas en redes sociales y vía WhatsApp

Criterios								
Predictores	CNFRS				CNFW			
	ΔR^2_{McF}	X ² gl.	RM	95% IC	ΔR^2_{McF}	X ² gl.	RM	95% IC
Modelo 1	.001	1.58 (2)			.001	.82 (2)		
Need cognition			1.06	.96, 1.18			1.05	.95, 1.16
Need evaluate			.95	.84, 1.08			.98	.86, 1.12
Modelo 2	.02	12.94 (7)			.01	7.47 (7)		
Need cognition			1.06	.96, 1.18			1.05	.94, 1.16
Need evaluate			.89	.78, 1.02			.95	.83, 1.09
Autoritarismo			1.20**	1.05, 1.38			1.16*	1.01, 1.33
Animadversión			1.05	.94, 1.17			1.02	.91, 1.14
Dominancia			.93	.84, 1.03			1.02	.92, 1.12
Igualitarismo			.99	.87, 1.13			.96	.85, 1.09
Modelo 3	.03	20.40 (14)			.02	14.16 (13)		
Need cognition			1.05	.95, 1.17			1.03	.92, 1.14
Need evaluate			.90	.78, 1.03			.96	.84, 1.10
Autoritarismo			1.17*	1.01, 1.35			1.14	.99, 1.31
Animadversión			1.04	.93, 1.17			1.01	.90, 1.13
Dominancia			.94	.84, 1.04			1.02	.92, 1.14
Igualitarismo			.99	.87, 1.13			.96	.85, 1.09
Secundaria			1.43	.84, 2.44			1.69	.98, 2.90
Universitaria			1.03	.58, 1.84			1.33	.74, 2.39
35-54 años			1.11	.72, 1.69			1.01	.66, 1.55
55 años o más			.90	.50, 1.62			.94	.53, 1.67
Fuera valle central			.98	.64, 1.51			1.26	.82, 1.92
Mujeres			.99	.67, 1.45			.82	.56, 1.21

p < .05. **p < .01

Nota 2. CNFRS: compartir noticias falsas en redes sociales; CNFW: compartir noticias falsas vía WhatsApp.

Nota 3: RM: Razón de probabilidades.

Nota 4: Los grupos de referencia para las variables categóricas son las siguientes: estudios (primaria), edad (18-34 años), región geográfica (valle central), sexo (hombres).

Fuente: Elaboración propia

Discusión

Este estudio examinó el papel de actitudes conservadoras y de factores motivacionales, controlado por características sociodemográficas, en la predicción de la exposición, la autopercepción sobre la capacidad de reconocimiento y la difusión de noticias falsas, en una muestra representativa de personas adultas costarricenses. Como se expuso en la introducción, el estudio se orientó a dar respuesta a tres preguntas de investigación, cuyos resultados se analizan a continuación.

La primera pregunta indagó en la asociación entre las tres mediciones sobre noticias falsas y el respaldo a actitudes conservadoras, expresadas en altos puntajes de autoritarismo y dominancia social. En respuesta a esta pregunta, el hallazgo más importante es que el autoritarismo es relevante para entender la tendencia a difundir noticias falsas de manera intencional. De manera hipotética, el resultado posiblemente se deba a que la información que se difunde intencionalmente es proactitudinal y le permite defender o afirmar un proyecto de sociedad o atacar perspectivas que amenazan sus concepciones de mundo. Al respecto, De keersmaecker y Roets (2019) señalan que las personas más conservadoras están más dispuestas a tolerar la difusión de noticias falsas por parte de personajes de la política que son afines ideológicamente, resultado que aporta evidencia a la interpretación que se hace aquí de este resultado. Dada la relevancia del resultado es necesario realizar mayor investigación al respecto.

La segunda pregunta del estudio indagó en la asociación entre las mediciones sobre noticias falsas y los constructos de necesidad de evaluación y necesidad de cognición –considerados como proxis de una motivación defensiva y de una motivación hacia la precisión, respectivamente. Un hallazgo relevante es que una motivación defensiva se asocia positivamente con exposición a noticias falsas en medios de comunicación y vía WhatsApp, pero no así en redes sociales.

La literatura existente ofrece suficiente evidencia para sugerir por qué la motivación defensiva se asocia a una mayor exposición a noticias falsas en medios de comunicación. Las personas exhiben dos tipos de sesgos cognitivos en la selección y procesamiento de noticias: un sesgo de congruencia actitudinal,

Predictores psicosociales de la exposición y difusión de noticias falsas en Costa Rica

de manera que los mensajes proactitudinales son evaluados como más creíbles que los contraactitudinales, y un sesgo de desconfirmación, según el cual las personas evalúan positivamente los mensajes proactitudinales y denigran los contraactitudinales (Taber, Cann y Kucsova, 2009). Ambos sesgos son las estrategias prevalentes utilizadas por las personas motivadas defensivamente al exponerse a noticias (Taber y Lodge, 2006). En el presente estudio, es posible que las personas motivadas defensivamente utilicen la etiqueta de noticias falsas (Egelhofer y Lecheler, 2019) como estrategia para deslegitimar las noticias de medios de comunicación de tipo contraactitudinal. Esta perspectiva podría ser respaldada desde el muy documentado *hostile media effect* (Hansen y Kim, 2011).

Por su parte, la asociación positiva entre motivación defensiva y exposición a noticias falsas vía WhatsApp podría tener varias explicaciones. Primero, WhatsApp es un espacio de proliferación de noticias falsas y las personas pueden percibir y exponerse con facilidad a falsedades en este contexto. Segundo, las personas pueden desconfiar la veracidad tanto de las fuentes autoras de una noticia falsa, como de ciertas personas que las comparten. Tercero, las personas motivadas defensivamente pueden aplicar la etiqueta de noticia falsa a noticias contraactitudinales que encuentran en WhatsApp, pero no así a las proactitudinales.

Es interesante que la motivación defensiva no se asoció con exposición a noticias falsas en redes sociales. Antes de proponer interpretaciones sobre este hallazgo, sería relevante estudiar más la diversidad de los patrones informativos de las personas costarricenses en redes sociales y su relación con factores motivacionales. Asimismo, explorar qué lugar ocupan las noticias falsas en diferentes dietas. Además, es relevante examinar cómo la exposición a noticias falsas se asocia con la homogeneidad demográfica y sociocultural entre personas conectadas en redes sociales, así como con características generadas por personas usuarias en línea (i. e., comentarios) y el rol de algoritmos en la llamada exposición preseleccionada a noticias –incluyendo la exposición a *fact-checkers*.

Otro hallazgo relevante es que la autopercepción de la capacidad de reconocer noticias falsas aumenta con una mayor motivación defensiva y una

mayor motivación de precisión. Según la teoría de razonamiento motivado (Kunda, 1990), este hallazgo sugiere que ambas motivaciones, basadas en el uso de estrategias cognitivas diferentes, les permitiría a diferentes personas creer que son capaces de reconocer noticias falsas. En el caso de las personas motivadas defensivamente, podrían utilizar la etiqueta de noticia falsa para calificar noticias contraactitudinales como falsas. Ahora bien, desde la dimensión de género pseudoperiodístico planteada por Egelhofer y Lecheler (2019), también es posible que estas personas identifiquen noticias falsas –independientemente de si son pro- o contraactitudinales– porque la fortaleza de sus opiniones y actitudes deseadas sobre un tema los haría creer que manejan y tienen certeza de cuál información es veraz. En el caso de las personas motivadas por precisión, las estrategias cognitivas de procesamiento objetivo e imparcial, dirigidas a alcanzar una conclusión correcta sobre un tema, les permitiría identificar falsedades en contenidos noticiosos.

Se encontró que los factores motivacionales se asocian con la exposición y reconocimiento de noticias falsas, pero no motivan a las personas a difundir noticias falsas. A manera hipotética, en el caso de las personas motivadas defensivamente, la meta motivacional se limitaría a catalogar información como falsa para reforzar sus conclusiones deseadas. Estas personas no buscarían una validación social de sus conclusiones, a través de la difusión de información falsa, o estarían motivadas a compartir información falsa para intentar influenciar a otras personas. Para las personas motivadas por precisión, la búsqueda de conclusiones correctas les permite detectar noticias falsas, pero no necesariamente con el fin de advertirlas a otras personas sobre falsedades identificadas.

En respuesta a la tercera pregunta de investigación sobre la relación entre las mediciones de noticias falsas y características demográficas de la muestra en estudio, se encontró que las mujeres dicen estar más expuestas a noticias falsas en redes sociales, mientras que los hombres dicen tener más habilidades para reconocer noticias falsas. Por su parte, encontramos que no existen diferencias según sexo en la exposición a noticias falsas en medios de comunicación y vía WhatsApp. Es posible que estos resultados encontrados se asocien a la construcción cultural y a la socialización del género, que puede

Predictores psicosociales de la exposición y difusión de noticias falsas en Costa Rica

reforzar un uso e interpretación diferencial de las noticias falsas, su exposición y la autoeficacia percibida en el reconocimiento de estas. Los antecedentes no nos permiten dar sustento a las implicaciones de este hallazgo, por lo que será necesario realizar mayor investigación sobre el tema.

Con respecto al nivel educativo, se encontró que las personas con mayor nivel educativo dicen estar expuestas a noticias falsas y se autoperceben como más capaces para reconocerlas. Este hallazgo puede ser resultado de una mayor frecuencia general de consumo noticioso por parte de las personas con mayor educación y no necesariamente a una mayor habilidad para la detección y rechazo de noticias falsas, como Rampersad y Althiyabi (2020) afirmaron en otro contexto para los sectores más educados.

Con respecto a la edad, las personas mayores dicen estar menos expuestas a noticias falsas. No obstante, esto puede deberse a una frecuencia menor de consumo de las fuentes noticiosas estudiadas. Resulta interesante que, según Rampersad y Althiyabi (2020), las personas de mayor edad aceptaban más las noticias falsas, mientras que en nuestro contexto lo que se reporta es una menor exposición. En futuras investigaciones será importante estudiar de forma directa la asociación entre uno y otro aspecto.

Limitaciones

Este estudio no está exento de algunas limitaciones. En primer lugar, desconocemos qué entienden las personas encuestadas por noticia falsa. Como se mencionó anteriormente, la conceptualización de noticias falsas ha sido objeto de intenso debate académico. También, su definición es un producto de su momento histórico, es decir, no siempre ha significado lo mismo. Por esas razones, es posible que las personas encuestadas incluyan acepciones del concepto de noticias falsas que la literatura académica tiende a diferenciar. Para atenuar el posible efecto de esta flexibilidad interpretativa, se optó por formular una pregunta en la encuesta que enfatizara la veracidad percibida en la noticia.

En segundo lugar, la presente investigación constituye un estudio correlacional y, por lo tanto, se hacen necesarias más investigaciones que

permitan establecer relaciones causales entre las variables. Sin embargo, consideramos que el uso de una muestra representativa a nivel nacional permitió identificar parámetros suficientemente robustos que aplican a la sociedad costarricense. Otra limitación es la baja confiabilidad de las medidas de necesidad de evaluación y necesidad de cognición, por lo cual se debe considerar que las asociaciones que se encontraron podrían haber sido más robustas con medidas más consistentes. Como respuesta a esta limitación psicométrica, futuros estudios pueden utilizar la medición original de la necesidad de evaluación que consta de 16 ítems (Jarvis, Blair y Petty, 1996) y la escala original de 18 ítems de necesidad de cognición (Cacioppo y Petty, 1982), o bien validar la versión reducida de seis ítems desarrollada por Lins de Holanda Coelho, Hanel y Wolf (2018).

Futuras investigaciones

A pesar de estas precauciones, esta investigación abre valiosas oportunidades para futuros estudios sobre diversos temas. Una primera línea de trabajo se centra en aspectos de exposición a noticias falsas. Estudios futuros podrían especificar las razones que llevan a las audiencias noticiosas a catalogar un contenido específico como “falso”. Por ejemplo, es posible que las personas lleguen a esa conclusión debido a una evaluación del contenido de la noticia, porque usan el término de noticia falsa como una etiqueta para darle sentido o porque la noticia viene acompañada de un comentario que le asigna ese significado de falsedad (tal como un sitio de *fact-checking*).

Esta investigación también hace evidente la necesidad de estudios adicionales respecto de la *difusión* de noticias falsas. Por ejemplo, aunque ha sido relativamente posible recopilar datos sobre los hábitos de consumo noticioso de audiencias en plataformas como Facebook, el estudio de WhatsApp ha permanecido particularmente difícil por los retos tecnológicos y éticos que plantea. Sin embargo, múltiples investigaciones han demostrado la importancia creciente de esta plataforma en el consumo de noticias (incluidas las falsas) en la actualidad. Urge resolver estos desafíos para comprender mejor cómo esta plataforma confirma o desafía los hallazgos encontrados en investigaciones como

Predictores psicosociales de la exposición y difusión de noticias falsas en Costa Rica

esta. Por su parte, este estudio enfatizó la importancia de comprender mejor por qué razones se difunden noticias que se consideran falsas o contraactitudinales. Todavía es poco claro si se difunde más noticias proactitudinales que contraactitudinales y qué razones podrían explicar diferencias en ese sentido. También, es necesario estudiar variables que pudiesen mediar la influencia del autoritarismo de derecha en la difusión intencional de noticias falsas. Finalmente, es relevante que futuras investigaciones consideren la influencia de variables asociadas a la pertenencia e identificación con endogrupos en la exposición, capacidad de detección y difusión de noticias falsas en redes sociales y WhatsApp.

Conclusiones

¿Cuáles son las implicaciones de nuestros hallazgos para la ciudadanía en una sociedad de la desinformación? Primero, nuestros resultados sugieren que la difusión intencional de desinformación puede ser más prevalente entre personas con actitudes autoritarias. Segundo, las motivaciones que influyen en las estrategias cognitivas para seleccionar y procesar información desempeñan un papel importante en la exposición y en la capacidad autopercebida de reconocer noticias falsas, pero no así en su difusión. Finalmente, para comprender mejor dicha exposición y capacidad de detección de la desinformación, es importante tomar en cuenta las diferencias sociodemográficas entre personas ciudadanas.

Referencias bibliográficas

Adorno, Theodor, Else Frenkel-Brunswik, Daniel Levinson & Nevitt Sanford. 1950. *The authoritarian personality*. Harper & Row.

Altemeyer, Bob. 1981. *Right-wing authoritarianism*. University of Manitoba press.

Altemeyer, Bob. 1996. *The authoritarian specter*. Harvard University Press.

American National Election Studies. 2013. "Internet Recontact Study." <https://electionstudies.org/data-center/anes-2013-internet-recontact-study/>

Beck, Julie. 2017. "This article won't change your mind: The fact on why facts alone can't fight false beliefs." *The Atlantic*. <https://www.theatlantic.com/science/archive/2017/03/this-article-wont-change-your-mind/519093/>

Berinsky, Adam J. 2017. "Rumors and health care reform: Experiments in political misinformation." *British Journal of Political Science* 47, 241-246. <https://doi.org/10.1017/S0007123415000186>

Bilewicz, Michal, Wiktor Soral, Marta Marchlewska & Micolaj Winiewski. 2017. "When authoritarians confront prejudice. Differential effects of SDO and RWA on support for hate-speech prohibition." *Political Psychology* 38, 87-99. <https://doi.org/10.1111/pops.12313>

Bizer, George, Jon Krosnick, Allyson Holbrook, Richard Petty, Derek Rucker & Christian Wheeler. 2002. "The Impact of Personality on Political Beliefs, Attitudes, and Behavior: Need for Cognition and Need to Evaluate." Presentado en 'The American Political Science Association annual convention', Boston, MA.

Bizer, George, Jon Krosnick, Allyson Holbrook, Christian Wheeler, Derek Rucker & Richard Petty. 2004. "The Impact of Personality on Cognitive, Behavioral, and Affective Political Processes: The Effects of the Need to Evaluate." *Journal of Personality* 72, 995-1027. <https://doi.org/10.1111/j.0022-3506.2004.00288.x>

Bronstein, Michael, Gordon Pennycook, Adam Bear, David Rand & Tyrone D. Cannon. 2019. "Belief in fake news is associated with delusionality, dogmatism, religious fundamentalism, and reduced analytic thinking." *Journal of Applied Research in Memory and Cognition* 8, no. 1: 108-117. <https://doi.org/10.1016/j.jarmac.2018.09.005>

Predictores psicosociales de la exposición y difusión de noticias falsas en Costa Rica

Cacioppo, John & Richard Petty. 1982. "The Need for Cognition." *Journal of Personality and Social Psychology* 42, 116-131. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.42.1.116>

Cacioppo, John, Richard Petty, Jeffrey Feinstein & Blair Jarvis. 1996. "Dispositional Differences in Cognitive Motivation: The Life and Times of Individuals Varying in Need for Cognition." *Psychological Bulletin* 119, 197-253. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.119.2.197>

Capone, Leticia, Leonardo Firmino Magalhães, Vivian Mannheimer & Felipe Murta. 2019. "Comunicación política, elecciones y democracia: las campañas de Donald Trump y Jair Bolsonaro." *Perspectivas de la comunicación* 12, no. 2: 11-37.

Carazo, Carolina, Larissa Tristán & Ignacio Siles. 2020. "Noticias falsas en Costa Rica: hacia una agenda de investigación." *Informe del Estado de la Nación 2020*. <http://hdl.handle.net/20.500.12337/8025>

Crowson, Howard Michael & Joyce Brandes. 2017. "Differentiating Between Donald Trump and Hillary Clinton Voters Using Facets of Right-Wing Authoritarianism and Social-Dominance Orientation: A Brief Report." *Psychological Reports* 120, no. 3: 364-373. <https://doi.org/10.1177/0033294117697089>

De keersmaecker, Jonas & Arne Roets. 2019. „Is there an ideological asymmetry in the moral approval of spreading misinformation by politicians?" *Personality and Individual Differences* 143, 165-169. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2019.02.003>

De keersmaecker, Jonas & Arne Roets. 2017. "'Fake news': Incorrect, but hard to correct. The role of cognitive ability on the impact of false information on social impressions." *Intelligence* 65, 107-110. <https://doi.org/10.1016/j.intell.2017.10.005>

Diakopoulos, Nicholas. 2019. *Automating the news: How algorithms are rewriting the media*. Harvard University Press.

Egelhofer, Jana Laura & Sophie Lecheler. 2019. "Fake news as a two-dimensional phenomenon: a framework and research agenda." *Annals of the International Communication Association* 43 no. 2: 97-116.

Federico, Christopher & Monica Schneider. 2007. "Political Expertise and the Use of Ideology: Moderating Effects of Evaluative Motivation." *Public Opinion Quarterly* 71, 221-252. <https://doi.org/10.1093/poq/nfm010>

Guess, Andrew, Jonathan Nagler & Joshua Tucker. 2019. "Less than you think: Prevalence and predictors of fake news dissemination on Facebook." *Science advances* 5, no. 1. DOI: 10.1126/sciadv.aau4586

Hameleers, Michael & Toni van der Meer. 2020. "Misinformation and polarization in a high-choice media environment: How effective are political fact-checkers?" *Communication Research* 47, no. 2: 227-250. <https://doi.org/10.1177/0093650218819671>

Hansen, Glenn & Hyunjung Kim. 2011. "Is the media biased against me? A meta-analysis of the hostile media effect research." *Communication Research Reports* 28, no. 2: 169-179. <https://doi.org/10.1080/08824096.2011.565280>

Hoffmann, Stacie, Emily Taylor & Samantha Bradshaw. 2019. *The Market of Disinformation*. Oxford Internet Institute, Oxford Technology & Elections Commission, University of Oxford. <https://oxtec.oii.ox.ac.uk/wp-content/uploads/sites/115/2019/10/OxTEC-The-Market-of-Disinformation.pdf>

Instituto Nacional de Estadística y Censos. 2017. "Encuesta Nacional de Hogares 2017 (National Household Survey 2017)." INEC. <https://www.inec.cr/sites/default/files/documetos-biblioteca-virtual/reenaho2017.pdf>

Predictores psicosociales de la exposición y difusión de noticias falsas en Costa Rica

Jarvis, Blair & Richard Petty. 1996. "The Need to Evaluate." *Journal of Personality and Social Psychology* 70, 172-94. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.70.1.172>

Kahne, Joseph & Benjamin Bowyer. 2017. "Educating for democracy in a partisan age: Confronting the challenges of motivated reasoning and misinformation." *American Educational Research Journal* 54, 3-34. <https://doi.org/10.3102/0002831216679817>

Kunda, Ziva. 1990. "The case for motivated reasoning." *Psychological Bulletin* 108, no. 3: 480-498. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.108.3.480>

Lazer, David, Matthew Baum, Yochai Benkler, Adam Berinsky, Kelly Greenhill, Miriam Metzger & Jonathan Zittrain. 2018. "The science of fake news." *Science* 359, no. 6380: 1094-1096. <https://doi.org/10.1126/science.aao2998>

Leeper, Thomas & Rune Slothuus. 2014. "Political parties, motivated reasoning, and public opinion formation." *Political Psychology* 35, no. 1: 129-156. <https://doi.org/10.1111/pops.12164>

Lins de Holanda Coelho, Gabriel, Paul HP Hanel & Lukas J. Wolf. 2018. "The very efficient assessment of need for cognition: Developing a six-item version." *Assessment* 27, no. 8: 1870-1885. <https://doi.org/10.1177/1073191118793208>

Mustafaraj, Eni & Panagiotis Metaxas. 2017. "The fake news spreading plague: Was it preventable?" Conferencia presentada 'WebSci '17: Proceedings of the 2017 ACM on Web Science Conference', New York, USA, del 25-28 de junio.

Newman, Nic, Richard Fletcher, Antonis Kalogeropoulos & Rasmus Nielsen. 2019. *Reuters Institute Digital News Report 2019*. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism.

- Nir, Lilach. 2011. "Motivated reasoning and public opinion perception." *Public Opinion Quarterly* 75, no. 3: 504-532. <https://doi.org/10.1093/poq/nfq076>
- Pratto, Felicia, James Sidanius, Lisa Stallworth & Bertram Malle. 1994. "Social dominance orientation: A personality variable predicting social and political attitudes." *Journal of personality and social psychology* 67 no. 4: 741-763. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.67.4.741>
- Ramon Montero, José, S. Zmerli & Kenneth Newton. 2008. "Social trust, political confidence, and satisfaction with democracy." *Revista Española De Investigaciones Sociológicas* 122, 11-54.
- Rampersad, Giselle & Turki Althiyabi. 2020. "Fake news: Acceptance by demographics and culture on social media." *Journal of Information Technology & Politics* 17, no. 1: 1-11. <https://doi.org/10.1080/19331681.2019.1686676>
- Sidanius, Jim & Felicia Pratto. 1999. *Social dominance: An intergroup theory of social hierarchy and oppression*. Cambridge University Press.
- Sidanius, Jim, Felicia Pratto, Colette Van Laar & Shana Levin. 2004. "Social dominance theory: Its agenda and method." *Political Psychology* 25, no. 6: 845-880. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9221.2004.00401.x>
- Siles, Ignacio, Larissa Tristán & Carolina Carazo. 2021. "Populism, media and misinformation in Latin America." *En The Routledge companion to media misinformation and populism*, editado por H. Tumber & S. Waisbord, 356-365. Routledge.
- Sindermann, Cornelia, Jon Elhaib, Morten Moshagen & Christian Montag. 2020. "Age, gender, personality, ideological attitudes and individual differences in a person's news spectrum: How many and who might be prone to 'filter bubbles' and 'echo chambers' online?." *Heliyon* 6, no. 1: e03214. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2020.e03214>

Predictores psicosociales de la exposición y difusión de noticias falsas en Costa Rica

Slater, Michael. 2004. "Operationalizing and analyzing exposure: The foundation of media effects research." *Journalism & Mass Communication Quarterly* 81, no. 1: 168-183. <https://doi.org/10.1177/107769900408100112>

Taber, Charles & Milton Lodge. 2006. "Motivated skepticism in the evaluation of political beliefs." *American Journal of Political Science* 50, no. 3: 755-769. <https://doi.org/10.1111/j.1540-5907.2006.00214.x>

Taber, Charles, Damon Cann & Simona Kucsova. 2009. "The motivated processing of political arguments." *Political Behavior* 31, no. 2: 137-155. <https://doi.org/10.1007/s11109-008-9075-8>

Tandoc, Edson, Zheng Wei Lim & Richard Ling. 2018. "Defining 'fake news'." *Digital Journalism* 6, no. 2: 137-153. <https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1360143>

Tandoc, Edson, Richard Ling, Oscar Westlund, Andrew Duffy, Debbie Goh & Zheng Wie Lim. 2018. "Audiences' acts of authentication in the age of fake news: A conceptual framework." *New Media & Society* 20, no. 8: 2745-2763. <https://doi.org/10.1177/1461444817731756>

Tong, Chau, Hyunjin Gill, Jianing Li, Sebastián Valenzuela & Hernando Rojas. 2020. "'Fake News Is Anything They Say!'—Conceptualization and Weaponization of Fake News among the American Public." *Mass Communication and Society* 23, no. 5: 755-778.

Valenzuela, Sebastián, Ingrid Bachmann & Matías Bargsted. 2019. "The personal is the political? What do WhatsApp users share and how it matters for news knowledge, polarization and participation in Chile." *Digital Journalism* 9, no. 2: 155-175. <https://doi.org/10.1080/21670811.2019.1693904>

Van der Linden, Sander, Costas Panagopoulos & Jon Roozenbeek. 2020. "You Are Fake News: Political Bias in Perceptions of Fake News." *Media, Culture & Society* 42, 460-470.

Wagner, María Celeste & Pablo Boczkowski. 2019. "The Reception of Fake News: The Interpretations and Practices That Shape the Consumption of Perceived Misinformation." *Digital Journalism* 7, no. 7: 870-885.

Waisbord, Silvio. 2018. "Truth is what happens to news: On journalism, fake news, and post-truth." *Journalism Studies* 19, no. 13: 1866-1878.

Winter, Stephan, Miriam Metzger & Andrew Flanagin. 2016. "Selective Use of News Cues: A Multiple-Motive Perspective on Information Selection in Social Media Environments." *Journal of Communication* 66, no. 4: 669-693. <https://doi.org/10.1111/jcom.12241>

6 Audiencias, periodismo y desinformación: dinámicas de consumo noticioso en Costa Rica

Larissa Tristán-Jiménez / Carolina Carazo-Barrantes

Introducción

La desinformación no nació en la segunda década del siglo XXI. Sin embargo, a partir del año 2016 –con las elecciones presidenciales en EE. UU y el referéndum por el Brexit en el Reino Unido– el fenómeno eclosiona en una nueva variante que ha recibido el nombre de *fake news* o noticias falsas, término que hasta ese momento era prácticamente desconocido a nivel social (Solon, 2016). Desde ese entonces hasta la actualidad, las noticias falsas son percibidas como una especie de *doppelgänger* de las noticias reales, a las que se le atribuyen un efecto corrosivo capaz de alterar diversos procesos sociales como, por ejemplo, el resultado de una elección presidencial o el precio de las acciones en la bolsa de valores.

A pesar de que aún no ha sido posible demostrar empíricamente el peso que tiene la desinformación en dichos procesos o su incidencia concreta en la intención de voto o la confianza que tienen las personas en las instituciones democráticas, el fenómeno de la desinformación ha sido catalogado como una “amenaza global”, razón por la cual su estudio ha recibido gran atención por parte de la academia, los medios y los Estados (Shao et al. 2017)

La mayoría de los estudios sobre el tema se han centrado en analizar los contenidos, las causas y las formas de difusión de las noticias falsas, mientras que el estudio de la exposición y el consumo de la desinformación por parte de las audiencias ha sido comparativamente menor (Lecheler y Egelhofer, 2020).

Audiencias, periodismo y desinformación

A pesar de ser pocas, las investigaciones sobre el tema coinciden en señalar que la atención académica y la cobertura mediática que recibe la desinformación van en detrimento de la relación de los medios con sus audiencias. Lo anterior, en tanto que la (sobre) exposición del tema genera una percepción distorsionada sobre la proporción de contenidos falsos a los que *realmente* están expuestas las personas. Esto hace creer a la ciudadanía que está siendo constante y deliberadamente manipulada menoscabando aún más la ya de por sí erosionada confianza hacia los medios tradicionales (Lecheler y Egelhofer, 2020).

Lo dicho sugiere que los esfuerzos por mitigar los efectos de la desinformación en el entramado social y en los sistemas democráticos no se agotan con el estudio de la producción de contenidos engañosos, sino que también es necesario *escuchar* a las audiencias con el fin de comprender cuáles son los patrones de exposición, consumo e incluso de resistencia que aplican en relación a los contenidos falsos. Precisamente, el presente capítulo tiene como objetivo explorar el papel de las audiencias en la dinamización del fenómeno de la desinformación en Costa Rica, así como caracterizar las dinámicas de recepción e interacción que las mismas establecen con las noticias falsas que se difunden en el país.

El estudio de las audiencias en relación con el fenómeno de la desinformación se justifica porque, a pesar de la ubicuidad del tema en el debate social, el impacto de la desinformación a nivel microsocioal de la persona y su grupo ha sido poco explorado (Lazer et al. 2018). En otras palabras, suele asumirse el efecto de la desinformación sobre las personas sin tomar en cuenta su capacidad de agencia o las variables que podrían mitigar o intensificar su impacto y aunque la manipulación distorsionadora de las noticias falsas fuese efectiva para una persona o grupo particular, es necesario indagar más a fondo en los factores que inciden en dicho proceso. En función de lo anterior, para el desarrollo de este capítulo se aplicó una metodología cualitativa, basada en la técnica de los grupos de discusión, los cuales fueron realizados con personas de distintas edades y procedencia geográfica.

A partir de esta metodología, fue posible realizar un análisis situado del fenómeno en el contexto costarricense durante la pandemia por COVID-19. Los resultados sugieren que para las personas participantes el fenómeno de

la desinformación trasciende a los medios de comunicación, pues esta puede ser usada por otras instancias como “herramienta política”. Las opiniones expresadas también sugieren que, desde su punto de vista, son las otras personas las responsables de difundir los contenidos desinformativos, percepción que evoca al llamado efecto de la tercera persona (Davidson, 1983). Asimismo, las respuestas apuntan hacia lo señalado por algunas personas autoras, para quienes la crisis de los medios tradicionales no se debe a una abundancia de noticias falsas sino a una falta de credibilidad y de confianza hacia las noticias reales que difunden los medios de comunicación tradicionales (Nelson y Taneja, 2018); una creciente desconfianza que los últimos datos del Centro de Investigación y Estudios Políticos (CIEP, 2021) de la Universidad de Costa Rica confirman (p.10). Con base en estos resultados, es posible dilucidar el impacto que la desinformación tiene sobre las personas participantes y su grupo social. De esta forma, se espera contribuir con el análisis empírico de la exposición y consumo de contenidos desinformativos en Costa Rica

La desinformación en la Era Digital: ¿qué hay de nuevo?

La variante de la desinformación que conocemos en la actualidad se diferencia de otras formas del pasado por razones tecnológicas, económicas y políticas (Lecheler y Egelhofer, 2020). Desde el punto de vista *tecnológico*, la emergencia de Internet y de las redes sociales permite producir contenidos de manera inmediata y, a su vez, involucrar a las audiencias en los procesos de producción, difusión y diseminación de contenidos tanto veraces como engañosos. En el marco de la ecología mediática contemporánea, las redes sociales, en especial Facebook, constituyen “terreno fértil para sembrar la desinformación” (Shao et al. 2017, p.2).

Lo anterior, sucede en cierta medida por una serie de factores *económicos*. Los bajos costos de producción que permite Internet han facilitado que nuevos generadores de contenido entren en escena, menoscabando los modelos de negocios de los antiguos oligopolios informativos (Lazer et al. 2016). Este proceso, a su vez, ha impactado en las prácticas y las rutinas del periodismo tradicional, de tal manera que los nuevos medios digitales,

Audiencias, periodismo y desinformación

movidos por la llamada “economía de las emociones” y los *clickbaits*, observan con menos rigor las normas de objetividad y balance del periodismo tradicional (Bakir y McStay, 2018). Esto hace que sea más barato producir contenidos desinformativos que, al apelar a las emociones, generan ganancias por concepto de visitación a este tipo de sitio web, más interesado en el *engagement* que en la difusión de información veraz y confiable (Allcott y Gentzkow, 2017).

En el marco de estas nuevas dinámicas de producción de contenidos, los mecanismos clásicos de selección y publicación de la información (representados en la figura del *gatekeeper*) se han visto menoscabados (Lecheler y Egelhofer, 2020), dando como resultado que la tarea de evaluar la credibilidad de la información recaiga ahora en las audiencias, lo cual puede resultar abrumador y confuso aún para las personas llamadas “nativas digitales” (Metzger, 2003).

Todo lo anterior, aunado a tecnologías de gran sofisticación, como los *deepfakes*, que generan una versión distorsionada de la realidad, potencia la diseminación de la propaganda, las noticias falsas y la desinformación en la actualidad (Salgado, 2020).

Estas condiciones tecnológicas y económicas encuentran asidero en una serie de factores político-sociales; a saber, la crisis de confianza de las instituciones sociales como los medios y el gobierno, la crisis de la prensa escrita o los regímenes democráticos cada vez más fragmentados y polarizados a causa de la desigualdad y la irrupción del populismo en la arena política global.

Precisamente, un rasgo común de los políticos populistas es catalogar como noticias falsas todas aquellas informaciones que les critican o les cuestionan (Hameleers 2020). Para algunas personas autoras, esto es problemático porque genera la percepción de que los medios tradicionales buscan manipular a la ciudadanía, al tiempo que instala una visión binaria y polarizada del mundo social dividido entre “el pueblo” y la “élite”, narrativa comúnmente propagada por las noticias falsas. En ese contexto, ambos grupos ostentan y defienden una versión de la verdad, solo que el carisma populista permite zanjear los límites de ambas versiones: el líder populista y su pueblo son los dueños de la verdad mientras que las “élites”, representadas por la ciencia y los medios, mienten (Waisbord, 2018, p.25).

Por esa razón, Lecheler y Egelhofer (2020) señalan que el consumo de la desinformación, a través de los medios tradicionales, las redes sociales, los *bots* o los *hashtags*, se asocia con posturas polarizadas y populistas (p. 327).

Las tendencias polarizantes impactan a su vez las tendencias de consumo de la desinformación porque favorecen un sesgo de confirmación que, a su vez, influye en el procesamiento tanto de la información como de la desinformación (Casad, 2007).

En función de lo anterior, en el contexto actual el consumo de contenidos desinformativos debe ser entendido como un fenómeno de dos dimensiones: (1) por un lado está el consumo y la exposición real a contenidos desinformativos y, por el otro, (2) el consumo/exposición *percibida* por las audiencias. El discurso populista y la prevalencia del tema en el discurso social puede hacer que las audiencias sobreestimen e incluso exageren la ocurrencia y la frecuencia con la cual aparecen las noticias falsas en su dieta mediática. Todo esto resulta perjudicial por algunas razones: en primer término, porque genera desconfianza hacia las instituciones democráticas e informativas y, en segundo lugar, porque incrementa la ansiedad y el temor de la ciudadanía ante la posibilidad de estar siendo constantemente engañada y manipulada (Lecheler y Egelhofer, 2020, pp. 326-327). Con el propósito de comprender cuáles son los patrones de consumo y exposición a contenidos desinformativos, a continuación se reseñan brevemente una serie de investigaciones sobre el tema.

Dinámicas de consumo y exposición a contenidos desinformativos

Un metaanálisis sobre investigaciones publicadas entre los años 2008 y 2017, indica que la mayoría de los estudios sobre la desinformación han sido sobre los efectos de la desinformación, tanto a nivel social como individual (Ha et al. 2019). En estos estudios, se concluye que la exposición y el consumo de contenidos desinformativos puede darse de manera *directa* (por visitación al sitio web en el cual se originó) e *indirecta* (a través de otras plataformas o canales de comunicación) (Egelhofer y Lechler, 2019).

Los sitios webs que producen noticias falsas de forma deliberada suelen tener un ciclo de vida corto, pues no les interesa construir una relación de confianza con sus audiencias sino maximizar las ganancias que resultan de los *clicks* obtenidos durante su efímero periodo de funcionamiento (Allcott y Gentzkow 2017, pp. 218-219).

Audiencias, periodismo y desinformación

Precisamente, la naturaleza fugaz de los sitios que difunden contenidos desinformativos dificulta estudiar, documentar y registrar los datos sobre patrones de consumo y exposición a este tipo de contenidos en Internet. Sobre este tema, destacan los estudios de Nelson y Taneja (2018) y Fletcher et al. (2018). En el primer caso, la investigación evidencia que la visitación a los sitios web que difunden desinformación es limitada y comparativamente menor a la de los sitios web de contenidos informativos fidedignos. Por ejemplo, el tamaño de la audiencia de un sitio web sobre noticias reales es de 28 millones de visitantes únicos, mientras que un sitio web de noticias falsas recibió, en promedio, solo 675.00 de enero 2016 a enero 2017 (Nelson y Taneja, 2018, pp. 3727-3728).

Estos autores concluyen que, para efectos del contexto estadounidense, la audiencia de las noticias falsas es pequeña y constituye un subgrupo de las personas que usan Internet de forma habitual, mientras que la audiencia de noticias reales es comparativamente mayor y domina las tendencias de consumo informativo en Internet. Los datos recolectados por los investigadores sugieren también una correlación entre la cantidad de tiempo que una persona pasa en Facebook y su consumo de noticias falsas: quienes dedican un periodo importante de su tiempo (*audience availability*) al uso de plataformas como Google o Facebook (*heavy users*) son personas más propensas a consumir y verse expuestas, de forma directa e indirecta, a la desinformación. Para los autores, estos resultados permiten refutar una serie de creencias ampliamente difundidas en el ámbito académico y social sobre las noticias falsas. En concreto, su estudio impugna la percepción de que las noticias falsas son producidas de forma abundante y que tienen la capacidad de alcanzar y manipular a una gran porción del público general.

Un estudio similar, realizado en el contexto europeo mediante las herramientas de recolección de datos *comScore* y *CrowdTangle*, llega a las mismas conclusiones. En este caso, Fletcher et al. (2018) evidenciaron que ninguno de los sitios web dedicados a la difusión de noticias falsas superó el 3.5 % de alcance general, mientras que los sitios web de noticias más populares de Francia (Le Figaro) e Italia (La República) registraron un alcance de 22.3 % y 50.9 %, respectivamente. Otro elemento detectado por ambos estudios es que Facebook funciona como puerta de entrada a los sitios que producen y difunden

noticias falsas favoreciendo así la exposición directa e indirecta a contenidos desinformativos, a través del uso de dicha red social. Por todas estas razones, ambos estudios concluyen que las noticias falsas tienen un alcance más limitado del que se presupone a nivel social (Fletcher et al. 2018) y que los esfuerzos del periodismo contemporáneo no deben centrarse en combatir o desmentir las noticias falsas, sino en convencer a sus audiencias de que las noticias que les presentan son verdaderas (Nelson y Taneja, 2018).

A pesar de que los datos evidencian lo contrario, prevalece la percepción social de que el impacto de la desinformación en la sociedad es “extremadamente alto” (Manor, 2019). Esa percepción retroalimenta la creencia de que estamos experimentando una “crisis de la desinformación” global lo cual, a su vez, incrementa las preocupaciones y las 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 todavía 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. (Lecheler y Egelhofer, 2019).

Por otra parte, la literatura también evidencia que a nivel microsociedad –de la persona y su grupo– es posible identificar una serie de creencias y percepciones asociadas con la desinformación y sus consecuencias. A partir de la teoría del llamado Efecto de la Tercera Persona, en adelante ETP, el estudio de Jang y Kim (2017) examinó el efecto percibido de las noticias falsas mediante una encuesta nacional (n = 1299) en Estados Unidos. Los hallazgos sugieren que las personas encuestadas evidencian una “fuerte tendencia” hacia la percepción de que el ETP ocurre, es decir, creen que los efectos de los medios tienen un mayor impacto en las otras personas que en sí o su grupo social (Davison, 1983). Los resultados obtenidos por Jang y Kim (2017) sugieren que dicha percepción opera también cuando se trata de contenidos desinformativos. Por ejemplo, las personas participantes que se autoidentificaron como republicanas, expresaron la creencia de que las noticias falsas tendrían más efecto sobre los demócratas que sobre ellos mismos y su grupo social cercano. Del mismo modo, las personas

Audiencias, periodismo y desinformación

que se identificaron como demócratas señalaron que las republicanas se verían más afectadas por las noticias falsas. Los hallazgos también indican que, a mayor distancia social, mayor es la creencia del ETP en las otras personas (Jang y Kim, 2017, pp. 298-299). A partir de estos resultados, concluyen que los esfuerzos por combatir la desinformación podrían verse influenciados por la percepción que tiene la ciudadanía sobre la prevalencia y potencial efecto de las noticias falsas en los demás.

Metodología

Se realizaron seis grupos de discusión entre el 11 y el 24 de marzo de 2021, a través de la plataforma Zoom (por las restricciones propias de la pandemia de la COVID-19). Con cada grupo se realizó una sesión de una hora de duración.

Los grupos de discusión se articulan a partir de una conversación grupal que se sostiene en un tipo de trabajo colectivo asignado por un agente exterior (Canales y Peinado, 1994). Esta técnica se considera apropiada para los estudios en comunicación porque permite generar un contexto de comunicación que, a su vez, da la posibilidad de explorar cómo se construyen las representaciones sociales sobre un asunto, a través de la interacción grupal (Livingstone y Lunt, 1996, p.8).

Como se puede ver en el detalle del Cuadro 6.1 de participantes en los grupos focales, los grupos estaban divididos por edades y por zonas geográficas. Se realizaron dos grupos con estudiantes: uno con estudiantes del gran área metropolitana (GAM) y otro con estudiantes de provincias costeras (Puntarenas, Guanacaste y Limón). De igual manera, los grupos de personas divididas por edad corresponden a profesionales de la GAM: un grupo de personas de 25-34 años, otro de 35-40 y el último de mayores de 40 años. Y, finalmente, un grupo de personas profesionales de las provincias costeras, si bien para este grupo confirmaron personas de diferentes edades y provincias, al final solamente asistieron dos hombres de 30 años de la provincia de Puntarenas. En todos los casos, para respetar la confidencialidad de las personas participantes, se utilizó un pseudónimo para reportar los resultados de las discusiones.

Cuadro 6.1 Participantes de los grupos de discusión

Pseudónimo	Edad	Lugar de residencia	Ocupación	Grupo
Saúl	26	San José	Estudiante	Estudiantes GAM
Gabriel	20	San José	Estudiante	Estudiantes GAM
Andrea	21	Heredia	Estudiante	Estudiantes GAM
Tania	19	Cartago	Estudiante	Estudiantes GAM
Sofía	25	San José	Estudiante	Estudiantes GAM
Beatriz	23	Limón	Estudiante	Estudiantes provincias costeras
Ramón	23	Guanacaste	Estudiante	Estudiantes provincias costeras
Andrés	23	Puntarenas	Estudiante	Estudiantes provincias costeras
Walter	30	Puntarenas	Bibliotecólogo	Profesionales provincias costeras
Harry	30	Puntarenas	Técnico en computadoras	Profesionales provincias costeras
Valeria	28	Cartago	Profesora	Profesionales GAM 25-34
Mateo	32	San José	Músico	Profesionales GAM 25-34
Antonia	30	San José	Psicóloga	Profesionales GAM 25-34
María	31	San José	Diseñadora gráfica	Profesionales GAM 25-34
Rosa	37	Heredia	Cajera	Profesionales GAM 35-40
Catalina	37	Heredia	Ingeniera	Profesionales GAM 35-40
Carlos	36	San Carlos	Camarógrafo de prensa	Profesionales GAM 35-40
Hannah	44	San José	Consultora	Profesionales GAM 40 años y más
Lorena	46	Heredia	Administradora	Profesionales GAM 40 años y más
Luis	50	San José	Trabajador social	Profesionales GAM 40 años y más
Manuel	41	Heredia	Administrador	Profesionales GAM 40 años y más
Marianela	41	Heredia	Farmacéutica	Profesionales GAM 40 años y más
Juan	54	Los Santos	Profesor	Profesionales GAM 40 años y más

Fuente: Elaboración propia

Audiencias, periodismo y desinformación

Las personas participantes atendieron a una invitación en redes sociales del Centro de Investigación en Comunicación (CICOM) de la Universidad de Costa Rica para conversar sobre “noticias y desinformación en Costa Rica”. Es decir, se trata de personas que se sentían motivadas –y algunas también preocupadas– por el fenómeno de la desinformación, lo cual debe ser tomado en cuenta para pensar sus respuestas.

Resultados

Precisamente, desde la motivación por participar en una sesión virtual de un grupo focal se evidencian las preocupaciones de la ciudadanía frente al fenómeno de la desinformación y las noticias falsas. Al preguntarles sobre qué les había motivado a participar en los grupos de discusión, se manifestó en todos los grupos un reconocimiento de que se trata de una problemática actual, generalizada y preocupante. Algunas personas hablaron de la desinformación como “herramienta política”, es decir, que grupos políticos la utilizan para manipular y alcanzar ciertos intereses. Por ejemplo, para Mateo, músico independiente de 32 años de San José, “la desinformación es utilizada como herramienta política, demasiado poderosa y complicada. Me interesó participar para que la gente pueda entender más sobre este tema. Es importantísimo de cara a las elecciones [presidenciales de 2022] que vienen”. Antonia, psicóloga de 30 años, coincidió con Mateo de que “la desinformación es una herramienta política, no solo en Costa Rica sino a nivel mundial”. Para ella, la desinformación ha sido la herramienta para poner muchas barreras contra los derechos humanos, el feminismo y otras luchas. Otras personas, como Lorena, administradora de 46 años, se enfocaron más bien en la otra cara de la moneda, las audiencias. Lorena se lamenta que “la gente no se informa, no lee”. Para ella hay mucha información falsa en redes sociales y eso afecta la opinión de la ciudadanía, especialmente en lo relacionado con temas de gobierno.

La preocupación en estas voces ciudadanas fue evidente: “un pueblo desinformado es un pueblo manipulado”, sentenció Juan, profesor de 54 años de la zona de Los Santos. Harry, técnico de computadoras de 30 años de Puntarenas, denunció que se trata “de uno de los mayores peligros que tiene la sociedad en

este momento” y Hannah, consultora de 44 años de San José, opinó que “la desinformación es perjudicial porque no siempre los ciudadanos contamos con las herramientas para desentrañar la mentira de la verdad. Uno se puede perder tratando de llegar a la verdad. Dejan dudas en el inconsciente colectivo, dejan teorías conspirativas”.

¿Cómo se informan las personas?

Si bien las encuestas siguen encontrando que la televisión es el principal medio a través del cual las personas costarricenses dicen informarse (CIEP, 2021), las personas que participaron en los grupos focales fueron muy críticas de los noticieros televisivos y prefieren informarse por otros medios. Pareciera que las generaciones más jóvenes solamente ven noticias en televisión cuando se ven expuestas a ellas por prácticas culturales de lugares de trabajo o de sus familiares de más edad. Valeria, profesora de 28 años de Cartago, ve noticias en televisión mientras almuerza en su trabajo, pero se lamenta de ello: “detesto *Telenoticias*, pero es el canal que ponen; a veces veo *Repretel*”. Rosa, cajera de 27 años de Heredia, cuenta que su mamá ve las noticias a todas horas, pero que ella si acaso ve una de las ediciones. A Sofía, estudiante de 25 años de San José, y a Andrés, estudiante de 23 de Puntarenas, les sucede parecido. Indican que desde sus cuartos escuchan “por encima” las noticias que sus progenitores están viendo en la sala.

Las conversaciones revelan que las personas participantes se informan mayoritariamente a través de medios y plataformas digitales que no necesariamente incluyen las versiones digitales de medios tradicionales. Más bien, la tendencia apunta hacia la búsqueda de medios alternativos. Muchas de las personas participantes mencionaron el reporte de Delfino (una curaduría de las noticias del día anterior que el periodista Diego Delfino y su equipo envían por correo electrónico cuatro días a la semana), las redes sociales e, interesantemente, los medios locales o regionales.

Puede ser que, precisamente, fue un grupo de gente crítica y preocupada por el problema de desinformación el que tuvo la motivación de atender al llamado de participar en un grupo focal sobre el tema. Entre estas personas

Audiencias, periodismo y desinformación

se encontró que varias de ellas se informan buscando las noticias en fuentes alternativas como periodistas independientes, instituciones reconocidas como las universidades y a través de boletines especializados de sus áreas de interés. Walter, bibliotecólogo de 30 años de Puntarenas, explica que prefiere “seguir a periodistas independientes que tienen más criterio propio, que no necesitan responder a grandes intereses y, que, por tanto, pueden expresarse más libremente”. Para él, la prensa tradicional desinforma y tergiversa la información. Para Rosa, cajera de 37 años de Heredia, la ventaja de recibir la información a través de boletines es que puede escoger lo que le interesa, buscar y controlar lo que ve.

Harry, técnico en computadoras de 30 años de Puntarenas, dijo ser un ávido consumidor de noticias, pero explicó que prefiere los medios locales. Para él, la televisión regional le informa más que la televisión nacional: “me informa más de las cosas que están sucediendo en la realidad sin maquillar la información”. Para Hannah, consultora de 44 años de San José, los medios regionales (mencionó a la Voz de Guanacaste y a la Voz del Sur) dan “información más de análisis”. Carlos, camarógrafo de prensa de 36 años de San Carlos, coincide en que “hay dos Costa Ricas”, el país sobre el que informan los medios nacionales y, otro, el que está lejos de la capital, del que informan los medios locales. Sin embargo, asegura que, si bien los proveedores de noticias locales son más seguidos que los medios nacionales, ellos también “son muy suceseros: parecen tiburones, cuando hay sangre llegan corriendo”.

Varias de las personas participantes coinciden con Lorena, administradora de 46 años de Heredia, quien explicó que sí ve noticias (porque para ella es importante que las personas estén informadas), pero que eliminó muchos medios que le parecían “tóxicos”. Además de “tóxicos”, otras palabras que las personas participantes utilizaron para describir a los medios tradicionales fueron “amarillistas”, “repetitivos”, “cansado”, “enfoques negativos”. Marianella, farmacéutica de 41 años de Heredia, incluso los calificó de “medios de desinformación colectiva”. Dijo: “estoy cansada de los medios de desinformación colectiva en este país. Daría lo que fuera por la veracidad, porque no se saquen las cosas de contexto, que es lo que me resulta más cansado de los medios de este país; pocos son objetivos, como deberían”. Harry, técnico de computadoras de 30 años de Puntarenas,

lo plantea como un problema de reciente data que antes no se presentaba: “los medios tradicionales para mí ya no son veraces, ya uno no confía tanto en un periódico como se solía hacer hace unos años. Ya lo que se ve en televisión, ya no se confía, ni lo que se escucha en la radio”.

Si bien no fueron la mayoría, todavía algunas pocas personas (de los grupos de profesionales, no estudiantes) mencionaron la radio como medio para informarse. En contraste, ambos grupos de estudiantes (de provincias costeras y de las provincias de la GAM) mencionaron Instagram, una red social hacia la que han migrado las personas jóvenes (Huang y Su, 2018; Candale, 2017) y que, si bien, por sus características no pareciera una plataforma para informarse, por estar ahí la juventud, los medios hacen esfuerzos también por tener presencia en esta red social (Vázquez-Herrero, Direito-Rebollal y López-García, 2019).

Percepción de la desinformación

Sin referencia alguna a los debates académicos sobre qué es realmente la desinformación y qué se entiende por contenidos desinformativos y noticias falsas, las personas participantes parecen tenerlo muy claro. Mientras algunas personas hablan de amarillismo y sensacionalismo, otras apuntan a los intereses políticos y económicos de los medios. En todo caso, al preguntarles por su definición de contenidos desinformativos, la mayoría se refirió a los medios y no a rumores, cadenas o contenidos que se viralizan sin tener clara su fuente.

Para Juan, profesor de 54 años de la zona de Los Santos, por ejemplo, hay desinformación relacionada con equivocaciones, pero también la hay con que el medio o la persona que comparte los contenidos miente adrede con el fin de obtener un resultado. “Esa es la desinformación que me parece más peligrosa. Casi siempre cuando encontramos una mala intención hay que seguirle la pista a la plata, es decir, hay intereses. La desinformación que nos debe interesar es esa desinformación que tiene una intención sesgada desde que se crea”. Advierte, además, que “la mentira más peligrosa es la que contiene un porcentaje de verdad, porque es la que es más creíble”. Luis, trabajador social de 50 años de San José, va incluso más allá al denunciar que “la desinformación es un muy buen negocio; es un negocio inventar”.

Audiencias, periodismo y desinformación

A esos contenidos desinformativos que son producto de omisión de parte de los generadores de contenido, Harry, técnico en computadoras de 30 años de Puntarenas, se refiere usando la siguiente analogía: “eso es como cuando los niños llegan y nos cuentan que el hermanito le pegó, pero bueno, no me cuentan por qué le pegó. Y así sucede con la información mal dada, llega la información a medias, se dirige solo hacia un objetivo que ya tiene el medio de comunicación”. Walter, bibliotecólogo de 30 años de Puntarenas, agrega: “desinformación es cuando se plantea un solo punto de vista, magnificándolo, sin plantear el otro lado; o cuando cortan partes importantes”.

Tania, estudiante de 19 años de Cartago, habla de “noticias muy exageradas o extravagantes”, mientras que Sofía, estudiante de 25 años de San José, alude a “los titulares que dicen las cosas mal para que usted entre a la noticia y luego la noticia ni siquiera tiene que ver con el título”. Por su parte, Gabriel, otro estudiante de 20 años de San José, más bien subraya la problemática de la polarización que se deriva de los contenidos desinformativos.

Por otro lado, Antonia, psicóloga y trabajadora independiente de 30 años de Desamparados, relacionó las problemáticas de la desinformación con el modelo de *clickbait* –algo que está presente en la literatura (Munger, 2020; Pangrazio, 2018)–: “Al medio lo que le interesa es generar movimiento en su página, no es tanto informar. Los *likes*, las reacciones es lo que más les interesa a los medios. Entre más movimiento tengan los medios, más reacciones, va a generar más dinero. La motivación de la desinformación es generar movimiento en sus páginas. La comunicación se convirtió en un objeto de mercadeo”.

La desconfianza sobre el trabajo de los medios salió a relucir nuevamente al hablar sobre qué entendían las personas participantes por contenidos desinformativos. Para Carlos, camarógrafo de prensa de San Carlos, “no hay un medio veraz, transparente, confiable, por sí solo. Depende del caso. Un medio puede ser hoy confiable en un tema ambiental, pero mañana en un tema político, puede ser totalmente parcializado”. Catalina, ingeniera de 37 años de Heredia, coincide; para ella, los medios que son históricamente más establecidos no necesariamente son los más creíbles. “¿A cuál información le creo? A ninguna. Dudo de todas”, sentenció.

Algunas de las personas participantes en los grupos focales al referirse a contenidos desinformativos se enfocaron en las audiencias y no en los medios. El problema, aducen, radica en la falta de pensamiento crítico y en audiencias que no leen o tienen poca comprensión de lectura. María, diseñadora gráfica de 31 años de San José, opinó que la desinformación se alimenta de la falta de pensamiento crítico: “no leemos; solo leemos el titular. Hay pereza y falta de comprensión de lectura. Otras veces el problema es porque la gente comenta por odio, sin haber leído el artículo; comenta sobre cosas que no dice el artículo. Ahora hay que tener demasiada desconfianza, no se le puede creer a nadie”. Rosa, cajera de 37 años de Heredia, coincidió. Para ella, “la gente, que no tiene la curiosidad o la malicia para ver el fondo, termina consumiendo lo superficial, lo que no es importante. Los medios comunican lo trivial y la gente, como no quiere investigar por cuenta propia, lo que termina consumiendo es lo superficial. La gente debería desligarse de lo trivial que nos dan los medios e investigar por su propia cuenta. Es decepcionante. Si una persona quiere informarse bien, tiene que hacerlo por sus propios medios (...) El problema es que los consumidores muy pocos tenemos la curiosidad de investigar eso que quedó por fuera”. En su opinión, “si todo el mundo investigara, la gente estaría bien informada”.

Gabriel, estudiante de 20 años de San José, es de las pocas personas participantes de los grupos de discusión que se alejó del contenido de los medios cuando se habló en el grupo de la definición de contenidos desinformativos y más bien apuntó a “suposiciones, opiniones personales, conspiraciones que aparecen como información y que hacen que las personas modifiquen sus opiniones o sus puntos de vista por algo irreal o sin pruebas, pero que al final de cuentas mucha gente acepta como real porque le conviene o lo relaciona con cosas más cercanas a su contexto”. Es decir, como apuntaba Joseph Klapper en el siglo pasado, hay un proceso de exposición y percepción selectivas de cara a contenidos con los que estamos de acuerdo y que hace que a las audiencias a veces les tenga sin cuidado que se trate de contenidos total o parcialmente falsos.

Todo esto se relaciona, por supuesto, con el poder de los algoritmos en los espacios digitales (Pariser, 2011; Beer, 2017), algo que no pasó desapercibido para Luis, trabajador social de 50 años de San José, quien lo

Audiencias, periodismo y desinformación

explicó así: “los algoritmos tienen que ver con todo lo que previamente nos hemos nutrido. A mí me va a llegar información que está sesgada por esos algoritmos. La manipulación de la información nos trae graves consecuencias para la sociedad. Esto me recuerda el cuento del lobo y el pastor... es un deber ciudadano filtrar la información, compararla y ver si mis fuentes no son las más adecuadas, tratar de nutrirme mejor”.

El papel de las fuentes / Las fuentes hacen –o no– al contenido creíble

Las personas participantes en los grupos focales parecían tener una conciencia muy aguda sobre cuáles son algunas de las pistas que deben analizarse para saber si una información es creíble. En los grupos de estudiantes, tanto de las provincias costeras como del área metropolitana, señalaron que, para verificar si un contenido es falso o no, hay que analizar no solo cómo se presenta la noticia sino también quién lo dice. Para ellos, no basta con que la información tenga fuentes, sino que debe presentar posiciones diversas, lo que ellas y ellos llaman “los dos lados de la historia”. Además, las fuentes deben ser corroborables, es decir, hay que preguntarse si se pueden encontrar en otro lugar.

Con las personas estudiantes coincidieron muchas de las otras personas participantes en los grupos focales. Carlos, camarógrafo de prensa de 36 años de San Carlos, fue enfático al reclamar que “los medios deberían incluir diferentes voces y diferentes posiciones; la pluralidad da confianza, por lo menos si hay diferentes voces uno puede discernir”. Con él coincide Valeria, profesora de 28 años de Cartago, para quien los medios “deben tener fuentes confiables y no solo citar una opinión, sino citar otras fuentes, otras opiniones”. Además, para ella, “debe ser información que invite a investigar más”. Catalina, ingeniera de 37 años de Heredia, asegura que ella duda de toda la información, pero que “sí es cierto que la diversidad de fuentes es importante; con una sola fuente aumenta la parcialidad de la información”.

Mateo, músico independiente de 32 años de San José, agregó que es también necesario identificar el enfoque o la línea editorial de la información. Insiste en que hay que preguntarse “cuál es la línea de la noticia, cuál es su intención: ¿me quiere informar o lo único que está haciendo es darme una

opinión personal de quien escribe? ¿quiere polarizar, sacar roncha?” Para Harry, técnico de computadoras de 30 años de Puntarenas, también hay que dudar de noticias que citan a fuentes anónimas: “para mí eso es como que los medios están diciendo: `estamos inventando’”, advirtió.

Resultó interesante, aunque también contradictorio, que, si bien, como vimos en apartados anteriores, la mayoría de las personas con quienes se conversó resultaron ser muy críticas de los medios tradicionales, al preguntarles por sus estrategias para saber si un contenido o una información es confiable, algunas de ellas mencionaron precisamente a los medios. Valeria, profesora de 28 años de Cartago, habló de “medios consolidados” y Gabriel, estudiante de 20 años de San José, al igual que sus pares estudiantes de la GAM, también se refirió a la confianza que le generan los medios: “si lo veo en los medios, lo creería más. Aunque sé que siempre hay cierta ideología y que ningún mensaje es neutral, pero en el caso de los medios de comunicación establecidos puedo creer en mayor medida”.

Probablemente esta confianza que genera el trabajo de los medios “consolidados”, como dijo Valeria, se puede analizar en contraposición con contenidos que llegan a través de redes sociales y, especialmente, de WhatsApp, una plataforma que pareciera generar una sospecha generalizada. Las personas participantes aseguraron que la información que les llega por WhatsApp no la creen hasta que la verifican en alguna o algunas fuentes confiables.

El papel de “los otros” / Son “los otros” quienes alimentan el ciclo de la desinformación

Es interesante que mientras que las personas participantes en los grupos de discusión afirman verificar lo que les llega, especialmente por WhatsApp, al mismo tiempo señalan que el problema de la desinformación se deriva de que terceras personas (no ellas y ellos) “no se detienen a pensar si realmente lo que les llega por WhatsApp es real o no y corroborarlo”, en palabras de Andrea, estudiante de 21 años de Heredia. Esta percepción evoca al llamado efecto de la tercera persona (Davidson, 1983).

Audiencias, periodismo y desinformación

Las personas participantes que mencionaron este problema “de los otros” señalaron, sobre todo, a personas adultas mayores y a personas con niveles de educación bajos. Por ejemplo, Tania, estudiante de 19 años de Cartago, fue una de las participantes que apuntó que “la desinformación es un problema no solamente entre la juventud, sino también en las personas adultas mayores. Porque muchas veces en WhatsApp comparten información que no es verídica (por ejemplo, ahora con todo esto del COVID-19 y de las vacunas) sin detenerse a ver de qué fuente proviene la información, y simplemente lo que reciben, lo creen”. Por su parte, Sofía, estudiante de 25 años de San José, aseguró que “usualmente la gente que más cree en contenidos falsos es la gente con menos educación porque es lo primero que les llega”.

Sin embargo, en uno de los grupos focales se discutió sobre el tema, pues algunas personas, como Juan, profesor de 54 años de la zona de Los Santos, opinaron que el nivel educativo no necesariamente es responsable de creer en contenidos total o parcialmente falsos: “pobre capacitación en el tema de la investigación no es lo mismo que educación; un grado académico no asegura las capacidades de investigación”, argumentó. Antonia, psicóloga de 30 años, coincidió con Juan: “yo difiero que tenga que ver con nivel de escolaridad, porque me he topado con gente hasta con doctorados, con pensamiento súper cerrado o que dicen ‘esto lo vi en Facebook, entonces es cierto’”. En su opinión, no hay una población en específico que caiga más en noticias falsas.

En esta misma línea, Hannah, consultora de 44 años, enfatizó el tema de valores más que la escolaridad. Para ella, “se parte del supuesto de que con educación no podemos ser ignorantes, pero el tema de la escala de valores es importante”. Explicó que hay personas que deciden compartir información sin preocuparse si es falsa o no, o sabiendo que lo es, porque coincide con sus valores. Se trata de un comportamiento que ha sido documentado en la literatura (Guess, Nagler y Tucker 2019; Lawson y Kakkar 2020). Juan, profesor de 54 años de la zona de Los Santos, llevó el argumento de Hannah un paso más allá cuando afirmó que “los malos de la película no son las personas desinformadas por falta de preparación”. Para él, “la desinformación que hay que enfrentar es la que proviene de una mala intención”.

Sobre prácticas de verificación y uso de “fact-checkers”

Las prácticas de verificación que mencionaron las personas participantes fueron variadas. Carlos, camarógrafo de prensa de San Carlos, tenía claro que la noticia del día se publica en diferentes medios, entonces lo que dijo hacer es comparar entre medios: “uno recibe información de tres medios, con tres puntos de vista diferentes, entonces le toca a uno hacer un balance de esos tres enfoques, así uno puede discernir y sacar sus propias conclusiones”. En la misma línea, Juan, profesor de 54 años de la zona de Los Santos, explicó que su práctica es “buscar diferentes versiones de un tema que me interesa, buscar fuentes confiables y ver hacia cuáles intereses se inclinan. Me gusta la investigación y yo saco el rato para contrastar varios medios y también escuchar la opinión de la gente en redes sociales”. En cambio, Valeria, profesora de 28 años de Cartago, compartió que solamente verifica e investiga más cuando las noticias le parecen increíbles y son temas que le interesan.

Sobre el tema de verificación, se preguntó a las personas participantes si utilizaban los servicios de verificación (*fact-checkers*). La tendencia general es que no son muy utilizados. Ninguna de las personas que estudian en las provincias costeras (una mujer de 23 años y dos hombres también de 23 años, de Limón, Guanacaste y Puntarenas, respectivamente) utilizan este tipo de servicios. Dos de las estudiantes de la GAM tampoco los utilizan.

Saúl, estudiante de 26 años de San José, dijo que ha utilizado dos de los servicios costarricenses (*No Coma Cuento* del diario *La Nación* y *Doble Check* de la Universidad de Costa Rica); pero señaló que, por lo general, acude a comentarios en redes sociales como mecanismo de verificación: “cuando algo sucede y es nuevo, en las redes sociales, en los comentarios, siempre hay alguien que pone contexto, que explica qué fue lo que pasó, y entonces ya le genera a uno un cierto criterio para ir a buscar más información”.

Gabriel, otro estudiante de 20 años de San José, comparte otras estrategias de verificación que no pasan por los servicios de chequeo: “Conozco *No Coma Cuento* de *La Nación*, pero si tuviera alguna duda iría a buscar en Google el título de la noticia y vería los primeros enlaces que salgan para

Audiencias, periodismo y desinformación

ver si son de periódicos oficiales. No tiendo a verificar si ya sospecho que es desinformación. Si no la veo en todos los medios, sospecho”.

Por otro lado, Walter, bibliotecólogo de 30 años de Puntarenas, no solo coincide en que no suele usar este tipo de servicios, sino que va más allá en su crítica; para él, no solo el propio servicio de chequeo no es confiable, sino que señala uno de los dilemas que se ha documentado en la literatura en relación con los servicios de verificación: lo que no es verificado por el servicio, puede ser asumido como verdadero por las audiencias. En palabras de Walter: “casi que se apropian ellos de la verdad: lo que ellos chequean como falso, lo es y lo que no, puede ser cierto. Pero esto, todos lo sabemos, no necesariamente es así”.

¿Cuándo y en qué condiciones comparten contenidos o noticias?

Al preguntarle a las personas participantes sobre los criterios que tienen para compartir contenidos o noticias, la tendencia de sus respuestas muestra una práctica que parte de compartir contenidos con cuidado. La mayoría dijo hacerlo solamente cuando se cumplen ciertas condiciones o circunstancias, todas ellas bastante diversas. Antonia, psicóloga de 30 años, por ejemplo, aseguró que únicamente comparte una noticia cuando sabe que la persona a quien se la va a compartir necesita la información, como una noticia sobre una feria de empleo. Esa es la excepción a la regla, porque su práctica es no compartir: “yo no comparto absolutamente nada, ni bueno ni malo. Si ya veo que mucha gente lo está compartiendo, que yo lo comparta no va a agregar ni más ni menos. Cadenas prefiero no compartir”. Con el criterio de utilidad también coinciden Valeria, profesora de 28 años de Cartago, y Mateo, músico de 30 años de San José, quienes aseguran compartir poco, pero que sí reenvían información sobre alertas de mujeres desaparecidas.

En el caso de Catalina, ingeniera de 37 años de Heredia, ella solamente comparte noticias positivas: “soy formadora de formadores. (...) Si yo veo noticias que no son positivas, que no están dejando nada, entonces no las comparto. Solo comparto noticias positivas, que aporten”. Luis, trabajador social de 50 años, por su parte, afirma que su criterio para compartir tiene que ver más con la fuente: “tengo mucho cuidado con lo que comparto, siempre

busco la fuente. Si estoy seguro de la fuente, lo comparto; si no estoy seguro, no lo comparto. Pongo dos o tres filtros antes de compartir, porque me molesta mucho que se compartan noticias falsas; la gente suele compartir sin ningún filtro. Soy cuidadoso en lo que envío, a quién se lo envío, cómo lo envío”, aseguró. En una línea similar, Walter, bibliotecólogo de 30 años de Puntarenas, explicó que lo que él comparte son noticias de los medios en los que más cree; mientras que Hannah, consultora de 44 años, explica que lo que suele compartir son investigaciones o contenidos cuyos valores comparte.

María, diseñadora gráfica de 31 años, contó que cuando comparte algún contenido, lo hace incluyendo una advertencia: “a veces yo comparto con aclaración, ‘hey no sé si es cierto, pero vea...’, pero generalmente no comparto noticias”, afirmó. La idiosincrasia de la persona costarricense, que busca evitar el conflicto, pareciera marcar la tónica cuando de compartir noticias y contenidos se trata. Varias personas participantes así lo aseguraron. Rosa, cajera de 37 años de Heredia, explicó que comparte poco: “uno tiene que ver de qué forma, en qué tono, y a quién le va a compartir la noticia... no todo el mundo comparte los puntos de vista de uno, no todo el mundo es receptivo a ciertos temas. (...) Hay que tener mucho cuidado con quién se comparte. Y hacerlo con mucho tacto”. Ramón, estudiante de 23 años de Guanacaste, lo planteó así: “en redes sociales, no soy mucho de compartir; se puede tender a armar un escándalo; se puede poner muy violento todo en las redes sociales muy rápido, sobre todo con temas que uno cree que son poco discutidos, que generan polaridades”.

El estudiantado de la GAM coincidió, también, en que, por lo general, comparten poco. La tendencia en este grupo es hacia no compartir noticias; pero sí, cuando comparten, reenvían memes, eso sí, sin comentar. Sofía, estudiante de 25 años de San José, lo resumió diciendo: “pienso igual que las y los compañeros: yo muy pocas veces comparto y nunca comento nada. Por WhatsApp solo si es un tema que me interesa mucho con alguien de confianza. También me da miedo no sentirme lo suficientemente informado para poder comentar algo”.

A propósito de esta tendencia a no comentar, también resultó interesante que algunas personas rescataran el valor de la comunicación interpersonal, sobre todo, pensándola en contraposición con la comunicación mediada

Audiencias, periodismo y desinformación

por la tecnología a través de redes sociales, plataformas como WhatsApp u otras. Juan, profesor de 50 años de Los Santos contó que tenía la costumbre de enfrascarse en las discusiones en redes sociales, pero explicó que lo dejó: “cuesta mucho que la gente le ponga a uno atención o que cambien sus opiniones. Además, a veces hay tantos comentarios que cuesta mucho llevar el hilo. Es más fácil tener un resultado positivo cuando conversás con una o dos personas personalmente, que cuando son 800 personas las que están en el foro. Ahora, en mi muro en FB generalmente no opino. Esto me ha librado de dificultades de trato con las personas”. Coincide Beatriz, estudiante de 23 años de Limón; para ella, “dependiendo de la información, cuando ya es información muy delicada de temas controversiales, solo lo hablo con personas cercanas. No me gusta tocar para nada ese tipo de temas en redes sociales porque a uno lo pueden malinterpretar. No me gusta hablar de esos temas vía texto, prefiero personalmente”.

Discusión

Como pudo verse en la sección de resultados, las personas asocian la desinformación primordialmente con los medios tradicionales y, en menor medida, con las redes sociales o las cadenas de WhatsApp. Esta percepción dialoga con la idea, compartida por varias de las personas participantes, de que la calidad de la información que ofrecen los medios en Costa Rica es deficiente, razón por la cual optan por informarse a través de medios alternativos.

Por tanto, las posturas expresadas por las personas participantes sugieren que la desinformación en Costa Rica se asocia más con cierta modalidad de periodismo caracterizado por la inconsistencia (un día es bueno y otro no), por la descontextualización de los hechos o por la falta de objetividad que por la creación deliberada de contenidos falsos. Pareciera, entonces, que lo que se reclama en realidad es un periodismo de mayor calidad, entendiendo por ello una pluralidad de voces y puntos de vista a la hora de informar sobre un evento particular. También reclaman una mayor independencia e imparcialidad de los medios, pues la percepción generalizada es que estos operan en contubernio con otras instancias (gobierno, empresa privada, anunciantes, etc.).

Por otra parte, la desinformación también es asociada con fines políticos y económicos. Lo anterior, en tanto que para algunas de las personas participantes la desinformación opera como una “herramienta política”, que ha sido utilizada para manipular a la opinión pública en temas de interés social, como el acceso y disfrute de ciertos derechos humanos. Asimismo, señalan que es claro que la desinformación funciona también como un negocio debido a las ganancias derivadas del *clickbait*, los *likes* y la visitación, tal y como señalan Bakir y McStay, (2018). Ambas posturas sugieren que para las personas participantes la desinformación es un fenómeno que no se circunscribe a los medios de comunicación, sino que puede ser también propagada por otras instituciones con fines persuasivos o para lograr ganancias económicas.

La mayoría argumenta que se informa a través de las redes y que si consumen algún noticiero televisivo lo hacen en el contexto de una dinámica de interacción en el trabajo (a la hora del almuerzo) o del hogar (durante la cena). Por tanto, para algunas de las personas participantes –sobre todo las más jóvenes– el consumo de medios tradicionales está mediado por la interacción con sus grupos sociales cercanos: familia o compañeros y compañeras de trabajo. Esto podría relacionarse con el concepto de *audience availability* o disponibilidad de la audiencia, es decir, la cantidad de tiempo del que dispone la audiencia para dedicarle a un medio o plataforma en particular. El estudio de este concepto indica que las personas tienden a elegir programas de televisión basándose más en la disponibilidad de tiempo –se ajusta a su horario–, que a sus preferencias (Nelson y Taneja, 2018, p. 3722). En el caso concreto de las personas participantes, quienes señalan ver noticieros porque su emisión coincide con el horario de alguna comida dentro o fuera del hogar, podría pensarse que su consumo está más relacionado con su disponibilidad que con un gusto específico hacia ese tipo de contenidos. En un sentido más amplio, esto invita a pensar en el papel que desempeñan los medios en la vida cotidiana de la ciudadanía costarricense. ¿Su uso es realmente para fines informativos o cumple también con una cuestión ritualista y de lazo social?

El consumo, exposición y difusión de contenidos desinformativos también puede ser matizado en función de los grupos de socialización. Un aspecto llamativo es la alusión a las “tías”, caracterizadas por las personas participantes

Audiencias, periodismo y desinformación

como aquellas personas que podrían ser más proclives a compartir contenidos desinformativos en el chat familiar de WhatsApp. Esta apreciación, recurrente en al menos dos de los grupos de discusión, sugiere la existencia de un sesgo de edad y de género, pues las personas participantes sugieren que estas mujeres poseen menos herramientas para distinguir entre contenidos veraces y falsos. En esa misma línea, las personas participantes indican que el problema de la desinformación es responsabilidad de “los otros”, en concreto, de personas de mayor edad, con bajo nivel educativo o falta de pensamiento crítico que contribuyen con la diseminación de contenidos engañosos. Otro grupo de participantes argumenta que el nivel de educación no siempre es un factor pues afirman conocer personas “con doctorados” que igualmente comparten contenidos desinformativos.

Desde nuestro punto de vista, estas posturas evocan la hipótesis del “efecto de la tercera persona (ETP)” (*Third Person Effect of Media Coverage*). Esta hipótesis, descrita por primera vez por Davidson (1983), sugiere que las personas tienden a sobreestimar la influencia de los medios sobre las conductas, las actitudes y las creencias de las otras persona, al tiempo que minimizan dicho efecto sobre sí y sus pares. Es decir, las personas, al estar expuestas a un mensaje persuasivo creen que el efecto persuasivo será mayor en otros miembros de la audiencia que sobre sí o su grupo social de pertenencia (Davison, 1983, p.3). Aunque la hipótesis de la ETP fue formulada a partir de las noticias veraces y en el marco del apogeo de los medios tradicionales, las respuestas de las personas participantes sobre cuán influenciables son los otros por los contenidos falsos, evocan los principios de dicha hipótesis. Por tanto, coinciden con los resultados obtenidos por otras investigaciones y confirman también que el ETP correlaciona con la distancia social, pues a mayor distancia social percibida con respecto al otro, mayor será el ETP percibido y esperado (ver Jang y Kim, 2017).

Lo anterior, aunado al hecho de que la mayoría prefiere informarse a través de las redes sociales y de las plataformas digitales de medios alternativos, evidencia los cambios en las tendencias de consumo mediáticos de las audiencias costarricenses, sobre todo cuando se trata de personas más jóvenes. Por otra parte, es posible percibir entre algunas de las personas participantes una especie de saturación informativa que las lleva a ser más selectivas con la

cantidad y la calidad de la información que consumen, pues consideran que la oferta mediática puede llegar a ser “tóxica”, “excesiva” y “repetitiva”. En ese sentido, la preferencia por los medios regionales sugiere también que el sistema de medios tradicionales en Costa Rica continúa siendo valle-centrista, al tiempo que evidencia las posibilidades de la comunicación como bien público más allá de la GAM. La afirmación de uno de los participantes, quien señala que en términos informativos “hay dos Costa Ricas”, invita a pensar sobre la posibilidad de articular un discurso mediático e informativo que logre integrar y representar a estas comunidades, a través de contenidos que vayan más allá del suceso, el costumbrismo, el turismo o la recreación.

Esas preferencias también se basan en un desdén por los medios tradicionales, a los cuales acusan de clientelismo y parcialidad en oposición a los medios alternativos que, desde su punto de vista, no tienen motivaciones ulteriores a la hora de informar. También reclaman una mayor pluralidad de voces y perspectivas, por parte de los medios tradicionales. A partir de esta percepción podemos ver que, aunque el Internet haya sido vinculada con el surgimiento de modalidades de periodismo de bajos estándares de calidad, también facilita la irrupción de otras propuestas informativas que pueden operar con cierto margen de libertad gracias a los bajos costos de producción que ofrece la comunicación digital.

En cuanto a la pregunta que origina este capítulo, a saber, cuál es el papel de las audiencias en la propagación de la desinformación, es posible esbozar una respuesta en dos dimensiones. La primera tiene que ver con la autopercepción que tienen las personas participantes de sí mismas en tanto audiencias. Desde esa óptica se autodescriben como interesadas y preocupadas por los efectos de la desinformación en la sociedad costarricense, preocupación que motiva un uso responsable de la información y de lo que comparten –prácticamente nada– en sus redes. El hecho de que hayan accedido a participar en grupos de discusión virtuales sobre el tema –incluso en fin de semana– evidencia que esa postura es real. La segunda dimensión tiene que ver con la responsabilidad que les atribuyen a “los otros”, en tanto audiencia. Como pudo verse, en ese rubro sí evidencian posturas más críticas, pues argumentan que el problema de la difusión de la desinformación es responsabilidad de las demás personas.

Audiencias, periodismo y desinformación

Ahora bien, se sabe que la realidad es más una escala de grises que la suma de posturas tan claramente diferenciadas por lo que es probable que su relación con la desinformación sea más matizada en su cotidianidad, pero lo que sí parece una constante entre las personas participantes es el temor a ser manipuladas y que la única forma de “librarse de eso” sería a través de la información, tal y como lo evidencia la frase de Juan: “un pueblo desinformado es un pueblo manipulado” (Juan, profesor de 54 años, Zona de Los Santos).

Conclusiones

Como se mencionó al inicio de este capítulo, la atención social y académica que recibe el fenómeno de la desinformación es desproporcionada, en relación con el estudio del consumo real y percibido de contenidos desinformativos por parte de las audiencias. Como resultado de ese desequilibrio aún existe poca información sobre el impacto de la desinformación a nivel individual y (micro) grupal, al tiempo que es difícil cuantificar con certeza la presencia real de la desinformación en la dieta mediática de las personas (Lazer et al. 2018; Lecheler y Egelhofer, 2020).

Al respecto, los resultados del análisis desarrollado en este capítulo sugieren que las personas participantes sienten que los medios tradicionales manipulan la información por presión de intereses de otros grupos sociales. El efecto de esta percepción sobre el entramado social es claro: desconfianza hacia las instituciones ya no sólo mediáticas sino políticas, pues para quienes participaron la desinformación se utiliza como una “herramienta política”, cuyo efecto incide en la lucha por los derechos humanos. Consideramos que es necesario explorar más a fondo este tema porque evidencia la existencia de un pensamiento binario, que antagoniza a las audiencias (percibidas como el “pueblo” o la “ciudadanía”) y a las instituciones (“élites”). Esto requiere ser estudiado, porque la evidencia sugiere que estas posturas polarizadas allanan el camino para el surgimiento y la adhesión a proyectos políticos populistas.

Las personas participantes parecen estar conscientes de que en el entorno mediático contemporáneo la responsabilidad de verificar la veracidad de la información recae sobre ellas mismas. Si bien es cierto no son muy

asiduas de utilizar las iniciativas de verificación (*fact-checking*), sí lo son de emprender búsquedas por su cuenta o incluso compartir los contenidos con personas cercanas para corroborar su autenticidad. En este proceso se valen de las fuentes y, paradójicamente, de los medios tradicionales de los cuales manifiestan desconfiar. Tal y como se señala en la teoría, el proceso de estar constantemente chequeando la credibilidad de la información puede ser abrumador para las audiencias (Metzger, 2003). De hecho, algunas de las respuestas sugieren cierta añoranza por la figura del *gatekeeper tradicional*. Por tanto, se considera necesario indagar sobre los efectos que esto podría estar teniendo sobre el consumo informativo, es decir, ¿puede ser que este tipo de demandas lleve a las personas a restringir su consumo informativo como consecuencia de la saturación y el cansancio?

Por último, cabe señalar que a través de este estudio fue posible explorar de manera situada las dinámicas de interacción que establece una porción de la audiencia costarricense con los contenidos desinformativos. Los datos sugieren que estas personas desconfían *a priori* de lo divulgado en redes sociales (a menos que sean los medios de su preferencia) y a través de cadenas de WhatsApp. En su lugar, ubican como foco de la desinformación lo difundido por los medios tradicionales y no tanto porque estos fabriquen de forma deliberada contenidos engañosos, sino porque consideran que lo que presentan no es objetivo. Por lo tanto, pareciera entonces que las personas participantes emplean la categoría de “desinformación” no tanto para describir algo que sería del orden de la fabricación, sino para articular una crítica a los medios de comunicación y sus formas de hacer “mal periodismo”.

Las personas participantes critican que los medios tradicionales no son imparciales, objetivos ni plurales y por eso les han retirado parcialmente su confianza, lo cual sugiere una fisura en el “contrato pragmático fiduciario” que establecen los medios de comunicación con sus audiencias. Rodrigo-Alsina (2005) explica que para que el discurso periodístico sea válido es necesario que las personas “confíen” en su veracidad y que esto es solo posible si se establece un “contrato pragmático fiduciario” entre las personas y los medios de comunicación. Bajo los términos de este contrato, se entiende que la objetividad atribuida a los medios de comunicación no es algo absoluto sino

Audiencias, periodismo y desinformación

“una propuesta de lectura del flujo comunicativo” (Rodrigo-Alsina, 2005, p. 61). Si la audiencia decide romper este contrato, el discurso periodístico perdería su validez. Como dijimos, las respuestas de las personas participantes evidencian una fisura en ese contrato, la cual estaría ocasionada no tanto por la viralización atribuida a las noticias falsas, sino por una pérdida de confianza ante la falta de la calidad informativa percibida por las personas participantes. Esta crítica, a su vez, evidencia que estas demandan un modelo de esfera pública donde los medios se adhieran al ideal tradicional de ser garantes de la objetividad y la verdad, lo cual demuestra que aún es posible suturar y enmendar el contrato que tienen los medios nacionales con sus audiencias.

Desde un punto de vista metodológico, los resultados sugieren que el estudio del consumo de la desinformación en Costa Rica debe hacerse mediante escalas o puntuaciones y no siguiendo parámetros foráneos, que describen una industrialización en la producción de la desinformación lo cual, a su vez, exagera la percepción de exposición a este tipo de contenidos. Sobre este punto se considera también necesario diseñar estudios que integren metodologías cuantitativas y cualitativas, con el fin de explorar la relación entre el consumo real de la desinformación y el consumo/exposición *percibido* por las audiencias. En tono más esperanzador, las posturas de las personas participantes evidencian una avidez y una necesidad de obtener contenidos informativos de calidad. Lo cual debería de funcionar como una exhortación por restablecer y mejorar las prácticas periodísticas en el país.

Referencias bibliográficas

Allcott, Hunt & Matthew Gentzkow. 2017. “Social media and fake news in the 2016 election.” *Journal of Economic Perspectives* 31: 211-236.

Bakir, Vian & Andrew McStay. 2018. “Fake news and the economy of emotions: Problems, causes, solutions.” *Digital Journalism* 6, no. 2: 154-175. doi: 10.1080/21670811.2017.1345645

Beer, David. 2017. "The social power of algorithms." Information, *Communication & Society* 20, no. 1: 1-13. doi: 10.1080/1369118X.2016.1216147

Canales, Manuel & Peinado Anselmo. 1994. "Grupos de discusión. En: Delgado, José Manuel y Gutiérrez, Juan. (Coords.)." *Métodos y técnicas cualitativas de investigación en ciencias sociales*. Madrid: Editorial Síntesis.

Candale, Carmen-Valentina. 2017. "Las características de las redes sociales y las posibilidades de expresión abiertas por ellas. La comunicación de los jóvenes españoles en Facebook, Twitter e Instagram." *Colindancias-Revista de La Red de Hispanistas de Europa Central* 8, 201-220.

Casad, Bettina. 2007. "Confirmation Bias." En *Encyclopedia of social psychology*, editado por Baumeister, R. F. and Vohs, K. D., 163–164. SAGE Publications, Inc. doi: 10.4135/9781412956253.n97

Centro de Investigación y Estudios Políticos (CIEP). 2021. "Estudio de Opinión, mayo 2021." *Universidad de Costa Rica*.

Davison, W. Phillips. 1983. "The third-person effect in communication." *Public Opinion Quarterly* 47, 1-5. <https://doi.org/10.1086/268763>

Guess, Andrew, Jonathan Nagler & Joshua Tucker. 2019. "Less than you think: Prevalence and predictors of fake news dissemination on Facebook." *Science advances* 5, no. 1. doi: 10.1126/sciadv.aau4586

Hameleers, Michael. 2020. "My Reality is more truthful than yours: Radical right-wing politicians' and citizens' construction of 'fake' and 'truthfulness' on social media— evidence from the United States and The Netherlands." *International Journal of Communication* 14, 1135-1152. <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/12463/2981>

Audiencias, periodismo y desinformación

Huang, Yi-Ting & Sheng-Fang Su. 2018. "Motives for Instagram use and topics of interest among young adults." *Future Internet* 10, no. 8: 77. <https://doi.org/10.3390/fi10080077>

Manor, Ian. 2019. "The specter of echo chambers - public diplomacy in the age of disinformation. The Specter of Echo Chambers—Public Diplomacy in the Age of Disinformation." En *The Digitalization of Public Diplomacy*. Palgrave Macmillan Series in Global Public Diplomacy. Palgrave Macmillan, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-030-04405-3_5

Nelson, Jacob & Harsh Taneja. 2018. "The small, disloyal fake news audience: The role of audience availability in fake news consumption." *New media & society* 20, no. 10: 3720-3737.

Lawson, Asher & Hemant Kakkar. 2020. "Of pandemics, politics, and personality: The role of conscientiousness and political ideology in sharing of fake news." *Journal of Experimental Psychology: General*.

Lazer, David, Matthew Baum, Yochai Benkler, Adam Berinsky, Kelly Greenhill, Miriam Metzger & Jonathan Zittrain. 2018. "The science of fake news." *Science* 359, no. 6380: 1094-1096. <https://doi.org/10.1126/science.aao2998>

Lecheler, Sophie & Jana Laura Egelhofer. 2020. "Consumption of misinformation and disinformation." En *The Routledge Companion to Media Disinformation and Populism*, editado por Waisbord, Silvio y Howard Tumber, 324-331. Routledge.

Lunt, Peter & Sonia Livingstone. 1996. "Rethinking the Focus Group in Media and Communications Research." *Journal of Communication* 46, no. 2: 79-98. <http://dx.doi.org/10.1111/j.1460-2466.1996.tb01475.x>

Munger, Kevin. 2020. "All the news that's fit to click: The economics of clickbait media." *Political Communication* 37, no. 3: 376-397.

Pangrazio, Luci. 2018. "What's new about 'fake news'?: Critical digital literacies in an era of fake news, post-truth and clickbait." *Páginas de educación* 11, no. 1: 6-22.

Pariser, Eli. 2011. *The filter bubble: How the new personalized web is changing what we read and how we think*. Penguin.

Jang, Mo & Joon Kim. 2017. "Third person effect of fake news: Fake news regulation and media literacy interventions." *Computers in human behavior* 80, 295-302.

Rodrigo-Alsina, Miquel. 2005. *La construcción de la noticia*. Barcelona: Paidós.

Santana, Luis E. 2016. "Ciudadanía en la esfera pública híbrida." En *El mundo en mi mano: La revolución de los datos móviles*, editado por Arriagada, Arturo, 104-120. Fundación País Digital.

Solon, Olivia. 2016. "Facebook's failure: did fake news and polarized politics get Trump elected?" *The Guardian*. <https://www.theguardian.com/technology/2016/nov/10/facebook-fake-news-election-conspiracy-theories>

Vázquez-Herrero, Jorge, Sabela Direito-Rebollal & Xosé López-García. 2019. "Ephemeral journalism: News distribution through Instagram stories." *Social Media+ Society* 5, no. 4. <https://doi.org/10.1177/2056305119888657>

Waisbord, Silvio. 2018. "Truth is what happens to news: On journalism, fake news, and post-truth." *Journalism Studies* 19, no. 13: 1866-1878. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2018.1492881>

PARTE 3

Discurso, Sentido y Poder

7 Desinformación y multimodalidad: un acercamiento a la composición multimodal de textos desinformativos

Adrián Vergara Heidke

Introducción

En los últimos años ha crecido el interés académico por investigar lo que se ha denominado *fake news* o, de una manera más amplia, textos desinformativos (Blanco, García y Tejedor, 2019). Este interés se ha generado por la repercusión que han tenido estos textos en campañas electorales y en la comunicación política y pública, a lo que no ha quedado ajena Costa Rica. La divulgación de textos desinformativos se ha facilitado con el acceso a herramientas tecnológicas digitales, que han servido para su producción y circulación. Las plataformas digitales conocidas como redes sociales han sido fundamentales para presentar y reproducir esos textos.

La abundante investigación académica que se ha desarrollado se puede agrupar en torno a los siguientes tópicos: las estrategias de lectura y validación o verificación de información de la ciudadanía y los medios de comunicación (Wagner y Boczkowski, 2019; Tandoc et al., 2018); la circulación de *fake news* en redes sociales, lo que involucra desde que aparecen, el alcance, la forma de reproducción, el tiempo de vida, entre otros aspectos (Tambuscio et al., 2015; Vargo, Guo y Amazeen, 2017); páginas o perfiles desinformativos, sus características, sus estrategias y su alcance (Mourão y Robertson, 2019); análisis de contenido de los textos desinformativo (Pérez-Curiel y García Gordillo, 2018); clasificación de los textos desinformativos según el tipo de falsedad (Rubin, Chen y Conroy, 2015); análisis con el fin de automatizar el reconocimiento de *fake news* (Shu, Wang y Liu, 2019; Rashkin et al., 2017);

Desinformación y multimodalidad

estudios sobre su rol social (Duffy, Tandoc y Ling, 2019), y trabajos experimentales o cuasiexperimentales en los que se intenta observar aspectos como conocimiento previo y credibilidad de la fuente, que podrían determinar que una persona crea o comparta un texto desinformativo (Pennycook, Cannon y Rand, 2019; Shen et al., 2018).

De estos trabajos, se observa que tres acercamientos de estudios consideran aspectos formales de los textos desinformativos: análisis de contenido, los que buscan el reconocimiento automatizado y los experimentales. Los otros se centran en aspectos sociales y comunicacionales. Tanto los de análisis de contenido como los que buscan la automatización se focalizan en lo que dicen y sus características lingüísticas, lo que deja fuera de los estudios otros componentes semióticos de los textos desinformativos. En ese estado de la investigación, nos interesa profundizar sobre aspectos multimodales de los textos desinformativos. Es así como el objetivo de la investigación presentada en este texto consiste en analizar la presencia de imágenes en textos desinformativos de Costa Rica, particularmente, de las fotografías. El interés por estos elementos se fundamenta en que varios trabajos han demostrado la importancia de las imágenes en la atracción de la mirada de las personas (Vergara et al., 2020), en un mejor procesamiento y recuerdo (Isola et al., 2011; Defeyter, Russo y McPartlin, 2009) o en mejorar la comprensión y el aprendizaje (Mayer, 2001). De esta manera, los resultados aquí expuestos corresponden a un acercamiento descriptivo de esos textos desinformativos, con el fin de desarrollar en el futuro investigaciones de corte más experimental.

Este texto se divide en un apartado teórico, en el que se aborda la noción de género textual, la multimodalidad y la relación entre desinformación y propósitos de captación y de credibilidad. Una metodología, en la que se presentan las categorías de análisis abordadas. Los resultados y una discusión, apartado que se divide en la presentación de los resultados cuantificados de las categorías identificadas, además de una discusión sobre estos. Finalmente, se cierra el texto con unas reflexiones finales que abren preguntas para futuras investigaciones.

Fundamentos teóricos y conceptuales

Los fundamentos teóricos que aquí se desarrollan son géneros textuales, multimodalidad y una propuesta de la relación entre desinformación y propósitos

de captación y credibilidad. No se realiza un desarrollo teórico sobre los textos desinformativos y las *fake news*, debido a que otras personas autoras lo han desarrollado¹; por ejemplo, en Egelhofer y Lecheler (2019).

Géneros textuales

Usualmente, los géneros textuales o discursivos se han entendido como la agrupación de textos con características comunes. Distintas personas autoras (Bajtín, 1981; Charaudeau, 2012; Miranda, 2012) señalan que la producción e interpretación textual están determinadas por elementos contextuales, los cuales guiarían la selección de los aspectos macrotextuales (organización del contenido, tipo de texto, divisiones internas, macroacto de habla, entre otros) y microtextuales (léxico, sintaxis, recursos de cohesión). Dentro de esas propuestas, se encuentra la de Charaudeau (2012). Este autor propone que los géneros textuales² tienen un anclaje social, por lo que cada género está estrechamente relacionado y determinado por el campo social y el ámbito de la práctica social (político, jurídico, académico, religioso) en el que se inserta la interacción comunicativa. De esta manera, su propuesta se fundamenta en una teoría de la situación de comunicación.

Siguiendo a Charaudeau (2012), la situación de comunicación se divide en dos lugares de estructuración: la situación global de comunicación y la situación específica de comunicación. La situación global de comunicación se refiere a las categorías conceptuales, abstractas, que componen una situación de comunicación: instancias de producción e interpretación (o recepción) respecto a sus identidades, estatus y roles sociales; finalidades comunicativas generales (Charaudeau, 2012, p. 31), y el ámbito temático (a veces está muy delimitado y en otras es abierto). Los componentes de esta situación global de comunicación determinan el contrato comunicacional que se establece entre las instancias participantes. Este contrato es un acuerdo tácito de las expectativas que se tiene sobre las características de la situación global de comunicación. Por su

¹ En el capítulo 1 de este libro se desarrolla una discusión teórica sobre desinformación y fake news.

² Este autor utiliza solo el término “géneros”.

Desinformación y multimodalidad

parte, los componentes de la situación específica de comunicación corresponden a categorías concretas de la interacción comunicativa. Por ejemplo, se refiere a la materialidad del soporte de transmisión (canal) o de la producción textual (verbal, imágenes, gestos...), así como la temática específica del intercambio, las características particulares de las instancias de producción e interpretación (género, edad, nivel educativo...) o la finalidad concreta (relacionada con la temática).

A continuación, Charaudeau (2012) propone dos dimensiones que tienen la materialización concreta en los textos pertenecientes a cada género: las instrucciones textuales (discursivas para el autor) y las restricciones formales. Las primeras ponen en relación las características de la situación de comunicación con la realización textual concreta, mientras que las segundas son las características lingüísticas (semióticas) de los textos, es decir, los recursos que pueden ser y son utilizados en la materialización.

Multimodalidad y sus conceptos fundamentales

La multimodalidad se refiere al hecho de que textos se componen de diferentes modos semióticos, como palabras, imágenes, gestos, sonidos, música, entre otras posibilidades (Kress y van Leeuwen, 2001). Los modos corresponden a recursos semióticos que tienen una materialización particular, interrelaciones de dependencia y oposición y posibilidades de significación propias. Todo esto los distingue de otros recursos semióticos y modos presentes en los textos e, incluso, con algunos ausentes (Kress y van Leeuwen, 2001; Bateman, Wildfeuer y Hiipala, 2018). Los modos existen en la realización concreta, en el mismo proceso de significación, por lo que no están predeterminados, es así como un mismo recurso semiótico puede pertenecer o corresponder a un modo en algunos textos y en otros no. Por ejemplo, el color en un texto sí puede aportar al proceso de significación, por lo tanto, al sentido que construye la persona receptora, mientras que, en otros, no y solo cumple una función decorativa.

Los recursos semióticos son aquellos objetos utilizados para componer un texto y aportar significado (Kress y van Leeuwen, 2001). Un objeto puede utilizarse como recurso semiótico o no, por ejemplo, una rama en el suelo puede ser simplemente un trozo de árbol caído, mientras que alguien lo puede utilizar

para indicar un sendero en un bosque, con lo que se transforma en un recurso semiótico. Por otro lado, consideramos los artefactos multimodales como unidades textuales compuestas por diferentes modos y recursos semióticos, las cuales tienen una organización e interrelaciones internas más o menos estables. Estos cumplen funciones determinadas y se distinguen de otros artefactos, por ejemplo: diagramas, tablas, líneas del tiempo, gráficos, entre otros. Dichos artefactos, en ocasiones, pueden coincidir con un texto, por ejemplo, se puede pensar en una infografía como un texto por sí misma y a una que aparece dentro de otro documento³.

El proceso de significación de todo texto depende de las personas y de la situación de comunicación. Los recursos semióticos presentes en los textos son estímulos que intentan guiar a las personas en el procesamiento y comprensión. Para la instancia de producción, los recursos semióticos tienen un potencial de significación (Kress y van Leeuwen, 2001), cuya realización dependerá de la instancia de recepción/interpretación. Es así como una persona recurre al amplio conjunto de recursos que pueden utilizar en el diseño y la producción de un texto, siempre teniendo en cuenta las posibilidades de significación de cada recurso semiótico y modo (Kress y van Leeuwen, 2001). Ese texto producido será el estímulo a partir del cual en la instancia de recepción/interpretación comenzarán los procesos de percepción, procesamiento y comprensión, los cuales están determinados por las capacidades fisiológicas, la experiencia y los conocimientos previos sobre los modos, recursos, la temática, la situación de comunicación, entre otros (Parodi, 2014). Estos procesos llevarán a la construcción del sentido del texto por parte de esta instancia, sentido que puede coincidir o no con lo que había planificado la instancia de producción.

Utilizamos el término géneros textuales multimodales, por un lado, para aquellos géneros textuales en los que una parte de sus características es tener textos con diferentes modos articulados. Por otro lado, lo utilizamos para destacar que nuestro acercamiento al análisis de los géneros y de los textos será desde una perspectiva multimodal. En otras palabras, que intentaremos abordar

³ Para Boudon y Parodi (2014), los artefactos corresponden a unidades textuales, es decir, son solo un componente más dentro de un texto; sin embargo, desde nuestra perspectiva, algunos artefactos tienen la posibilidad de utilizarse independientemente como un texto.

Desinformación y multimodalidad

esa interrelación de distintos modos en la composición de los textos y, por ende, como guía de su interpretación.

La desinformación y los propósitos de captación y credibilidad

Utilizamos el término información para referirnos a aquel conocimiento sobre hechos, actores o temáticas sociales, el cual puede ser importante para actuar como parte de la ciudadanía o de un grupo social determinado, que circula por medio de textos, cuyo fin es que la instancia de recepción/interpretación incluya este conocimiento como uno más dentro de su acervo y, asimismo, actúe conforme a este. De esta manera, la información puede ser textualizada por personas individuales (por ejemplo, mediante mensajes de textos, redes sociales, conversaciones cara a cara) o representantes de entidades u organizaciones privadas o públicas (por ejemplo, un medio de comunicación o una oficina de una institución pública). Partimos de la posición de que la desinformación no es algo contrario a la información; sino una variante, la cual, en algunos casos, fue intencionalmente construida con datos falsos, tergiversados o sesgados y, en otros casos, se ha hecho circular por ignorancia o desconocimiento de su falsedad.

Lograr que una instancia de recepción/interpretación acepte una nueva información y la incluya dentro de su conocimiento acumulado corresponde al ejercicio del poder simbólico por parte de la instancia de producción. Siguiendo a Bourdieu (2008), conceptualizamos el poder simbólico como aquel que se ejerce cuando se logra que una persona acepte y se apropie de un nuevo conocimiento o modifique uno antiguo, a partir de una producción textual de otra persona. Para ejercer el poder simbólico, Bourdieu (2008) propone que ese actor debe poseer capital simbólico, es decir, la capacidad para ejercer ese poder.

Algunas instancias de producción acceden a ese capital simbólico por su capital político, por ejemplo: una persona docente, cuando actúa de acuerdo con ese rol en la institución que labora posee ese capital solo por el puesto que ocupa en esas situaciones de comunicación⁴ (la clase). No obstante, hay otras instancias

⁴ Por supuesto, puede haber casos en que el capital simbólico de una persona específica no se corresponda con el capital político que tiene (por ejemplo, una persona docente con fama negativa o que no domina su materia).

de producción que deben ganar ese capital por medio de su legitimación social. Estas instancias obtienen su legitimidad social a partir de sus actos comunicativos y de que las instancias de producción hayan comprobado que la información emitida es de confianza. Así, por ejemplo, una empresa mediática nueva no tiene capital simbólico solo por producir un periódico, sino que debe ganárselo en la interacción con el público meta: lo mismo le sucede a cualquier persona cuando entra a un grupo social nuevo.

A partir de lo expuesto en el párrafo anterior, pareciera que los dos factores para que una persona acepte la información nueva que se le presenta es la posición política-institucional que pudiera ocupar (por ejemplo, jefe, docente, experto especializado, autoridad familiar) y la legitimidad obtenida socialmente. Sin embargo, se ha demostrado que las personas aceptan conocimientos nuevos de personas desconocidas, cuando esta información concuerda o refuerza conocimiento previo que se tiene (Pennycook, Canon y Rand, 2018). Por ejemplo, si alguien tiene una opinión desfavorable respecto a la clase política tradicional y le dicen que una persona específica de ese grupo cometió un acto delictivo económico, entonces, es probable que crea esta información, independiente de la instancia de producción. Esto se debe a que esa información vendría a confirmar, mediante un ejemplo concreto, la imagen negativa que esa persona ya tiene de actores políticos.

De estos tres factores sociales, que pueden determinar que una persona integre en su conocimiento información nueva ya sea ciertamente informativa o desinformativa, el que requiere mayor trabajo estratégico es el de lograr legitimidad. Esto se debe a que no se apoya inicialmente en nada externo, como un puesto que permite ejercer el poder simbólico o de un conocimiento muy cimentado en la instancia de recepción/interpretación. Si una instancia de producción sin un cargo que lo permita o desconociendo el conocimiento previo del destinatario quiere lograr (des)informar, necesita legitimarse como una fuente confiable y útil de información para ejercer el poder simbólico. Como se señaló anteriormente, este proceso de legitimación se efectúa en interacciones comunicativas. Estas interacciones tendrán que ser estratégicas si tienen como meta lograr esa legitimidad.

Desinformación y multimodalidad

Charaudeau (2003) afirma que para lograr esa legitimidad las empresas mediáticas, como instancias de producción, recurren a dos propósitos en permanente tensión entre sí: el propósito de información y el propósito de captación. El primer propósito busca generar efectos de credibilidad y de veracidad sobre la información que se manifiesta en los textos. En términos de este autor tiene como finalidad hacer-saber. Por su parte, el segundo propósito intenta captar la atención de la instancia de recepción/interpretación, con el fin de que se interese en la información que se le ofrece, lo que corresponde a la finalidad de hacer-sentir. Consideramos que hoy no solo las empresas mediáticas, sino que también las personas individuales, voceras de grupos sociales, encargadas de comunicación de grupos, empresas o instituciones sociales, entre otras, intentan legitimarse como instancias de producción informativas. Esto se evidencia en las redes sociales y, con especial énfasis, en figuras actuales como *influencers* o creadores de contenido, quienes deben captar la atención de personas usuarias con el fin de que “consuman” su información, es decir, acepten ese conocimiento nuevo. De esta manera, postulamos que el manejo de la información en redes sociales también se rige por la tensión entre la captación, por un lado, y la credibilidad y veracidad, por el otro. Por esto, es relevante estudiar los recursos semióticos de los textos multimodales que pueden ser utilizados estratégicamente para lograr esos propósitos.

Explicación conceptual de las categorías de análisis

A partir de un primer acercamiento a los textos y, específicamente, a las imágenes y fotografías, se construyó un listado de categorías organizadas en siete dimensiones, las cuales se explicarán en este apartado. Cabe aclarar que ninguna de las dimensiones cuestiona la veracidad y falsedad del contenido del texto, por cuanto lo que interesa son los recursos multimodales utilizados estratégicamente para lograr la captación y la credibilidad de la instancia de recepción. Las dos primeras dimensiones son descriptivas respecto a la distinción *presencia/ausencia* de imágenes (dimensión 1) y al tipo de artefacto que corresponde la imagen (dimensión 2). Esta última dimensión es abierta, sin embargo, los artefactos encontrados correspondieron a *fotografías, ilustraciones,*

gráficos y mapas. De estos artefactos, cabe aclarar que las ilustraciones incluyen dibujos de objetos concretos o abstractos y personas.

La tercera dimensión intenta aprehender la intertextualidad presente en las fotografías (artefactos en mayor cantidad de textos). Si bien la intertextualidad, como categoría teórica, hace referencia a una propiedad de toda producción semiótica, por cuanto todo texto estará relacionado a otros textos previos (Voloshinov⁵, 2009), en este trabajo se aborda su manifestación ostensiva en las fotografías y se lo relaciona con una aparente originalidad. En otras palabras, se abordan las marcas evidentes de relación con otros textos. Es así como distinguimos entre *fotografía extraída* y *no extraída* de otros textos.

En la cuarta dimensión se aborda la manipulación evidente de las fotografías. Se clasifica si las fotografías han sido intervenidas con otras fotografías, con efectos, con dibujos, palabras u otros recursos o modos semióticos. De esta manera, se distinguen entre *fotografías intervenidas* y *no intervenidas*.

La quinta dimensión consiste en la identificación del contenido principal de las fotografías en relación con el del texto. El peso del contenido del texto, en general, recae en el modo verbal. Del análisis se construyeron las categorías: actor, acontecimiento, ejemplo y asociación. Con *actor* nos referimos a una o varias personas que aparecen como actores dentro del texto; no es necesario que sea la principal. *Acontecimiento* incluye un evento que pareciera coincidir con el hecho central sobre el que se informa en el texto. Se considerará como *ejemplo* cuando en la fotografía aparezca un actor o acontecimiento que correspondería a algo particular respecto a la generalidad que se trata en lo verbal. Por *asociación* entendemos cuando en la fotografía aparece una persona, objeto o hecho que se puede asociar con el contenido del texto, sin embargo, no corresponde a un ejemplo⁶.

La siguiente dimensión se compone de las categorías *tópico* y *fuentes*. Como *tópico* se clasifican aquellas fotografías que presentan un actor que corresponde a lo representado, a parte del mensaje principal. Por su parte,

⁵ Cabe aclarar que Voloshinov no utiliza el término intertextualidad, sino hace referencia al carácter histórico de todo enunciado, a su relación con enunciados previos.

⁶ Un ejemplo de asociación es que un texto se refiera a la pandemia por la COVID-19 o al mismo virus y aparezca una fotografía de una mascarilla.

Desinformación y multimodalidad

f fuente se refiere a cuando en la fotografía aparece un actor que coincide con una persona informante dentro del texto. La última dimensión clasifica la escenografía en la que aparecen los actores de las fotografías. Distinguimos tres tipos de escenografía: laboral, la cual se refiere a espacios que podrían concordar con situaciones laborales del actor; personal, aquellas que parecieran mostrar lugares o actividades privados, y, finalmente, no identificada, que incluye fondos o espacios no identificados o que no se pueden relacionar con lo laboral o lo privado⁷.

Metodología

Como se señaló anteriormente, cuando se quiere estudiar la forma en que los textos desinformativos logran circular y convencer sobre su veracidad a algunas personas, se debe abordar los conocimientos previos de las instancias de recepción/interpretación y las estrategias discursivas de credibilidad y captación que se utilizan para lograr legitimarse y generar esos efectos. En este trabajo abordamos las imágenes que se presentan en textos desinformativos, particularmente, fotografías. La decisión de profundizar en las fotografías se debe a que, como se verá en los resultados, son las imágenes que más se utilizan. Para esto, se realiza un estudio de carácter descriptivo, para luego cuantificar los resultados.

El corpus se compone de 74 textos desinformativos publicados entre 2019 y 2020. Estos textos fueron recibidos por la plataforma *Doble Check*, la cual se dedicaba a verificar y desmentir posibles textos desinformativos. *Doble Check* facilitó aproximadamente 125 textos al proyecto “#FakeNews: Una indagación interdisciplinaria a la circulación de noticias falsas en Costa Rica”. Posteriormente, se procedió a verificar si eran textos desinformativos, de los cuales se había confirmado como textos desinformativos 74, hasta diciembre de 2020. Los textos provienen de diferentes fuentes, sin embargo, la mayoría no se puede confirmar porque son capturas de pantalla. Hay posteos de Facebook, mensajes de WhatsApp, noticias de medios de comunicación impresas y digitales, entre otros.

⁷ En varias fotografías, la escenografía no se podía determinar, porque había muy poco fondo, debido al encuadre y al tamaño.

Las categorías que se analizaron corresponden a las presentadas previamente.

Cuadro 7.1 Dimensiones y categorías de análisis

Dimensiones	Categorías
Dimensión 1: presencia/ausencia de imágenes	Sin imagen Con imagen
Dimensión 2: tipo de imagen	Fotografía Ilustración Gráfico Mapa
Dimensión 3: originalidad de las fotografías	No extraída Extraída
Dimensión 4: intervención de fotografías	Intervenida No intervenida
Dimensión 5: tipo de contenido principal de las fotografías	Actor Acontecimiento Ejemplo Asociación
Dimensión 6: relación actor-contenido	Tópico Fuente
Dimensión 7: escenografía de actores	Laboral Personal No identificada

Fuente: Elaboración propia

Se utilizó el programa informático Excel 2020, en el que se marcaron cada una de las dimensiones y sus respectivas categorías identificadas. Posteriormente⁸, se sistematizaron los resultados.

⁸ Las tablas están a disposición de la comunidad académica, solo se deben solicitar directamente a la persona autora.

Desinformación y multimodalidad

Resultados y discusión

En este apartado, se presentan primero los resultados cuantificados y algunos ejemplos y, posteriormente, se desarrolla una discusión sobre estos. Los resultados obtenidos se presentan en el orden de las dimensiones de análisis.

Cuadro 7.2 Presencia/ausencia de imágenes

Categoría	Cantidad absoluta	Porcentaje
Con imágenes	53	72 %
Sin imágenes	21	28 %
Total	74	100 %

Fuente: Elaboración propia

Como se observa en el Cuadro 7.2, el 72 % de los textos desinformativos analizados posee una imagen, mientras que solo el 28 % carece de estas. A continuación, se presenta un ejemplo de texto desinformativo sin imagen y con imagen:

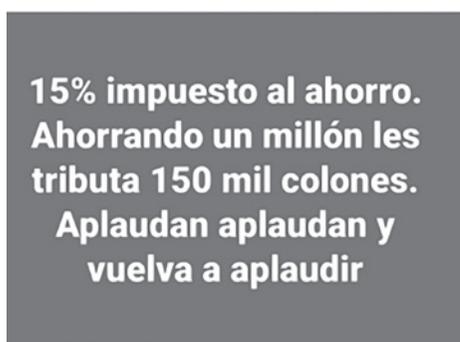


Figura 7.1 Ejemplo de texto multimodal desinformativo



Municipalidad de San José ordena fosas comunes
Al superar los 20.000 casos confirmados en Costa Rica, la Municipalidad de San José determinó abrir fosas comunes para víctimas de la pandemia COVID-19. El municipio

Figura 7.2 Ejemplo de texto multimodal desinformativo

Verdad en extinción

En la figura 7.1, el texto está compuesto solo por palabras y un fondo lila. Este texto se clasificó como sin imagen, por cuanto su modo principal es el verbal. Por su parte, en la figura 7.2 se observa un fragmento del texto desinformativo, el cual comienza con una fotografía, a la que le sigue el modo verbal. Como se señaló más arriba, la mayoría de los textos del corpus está compuesto por palabras e imágenes, como el ejemplo de la figura 7.2.

En cuanto a la segunda dimensión, que aborda propiamente los tipos de imágenes que aparecen en los textos. El siguiente cuadro muestra los resultados.

Cuadro 7.3 Tipo de imagen

Categoría	Mapas	Gráficos	Ilustraciones	Fotografías	Total
Cantidad absoluta	1	2	4	46	53
Porcentaje	2 %	4 %	7 %	87 %	100 %

Fuente: Elaboración propia

Entre las imágenes utilizadas en los textos desinformativos destacan mayoritariamente las fotografías, las cuales corresponden al 87 %. Por su parte, las ilustraciones, los gráficos y los mapas solo aparecen un 7 %, 4 % y 2 %, respectivamente. Un ejemplo de cada caso son las figuras 7.3, 7.4, 7.5 y 7.6.

Desinformación y multimodalidad



Figura 7.3 Ejemplo de texto multimodal desinformativo



Figura 7.4 Ejemplo de texto multimodal desinformativo



Figura 7.5 Ejemplo de texto multimodal desinformativo



Figura 7.6 Ejemplo de texto multimodal desinformativo

En la figura 7.3, aparece el único mapa presente en el corpus. Por su parte, la figura 7.4 corresponde a uno de los gráficos presentes en los textos desinformativos analizados. En este ejemplo, se observa que el gráfico es el principal artefacto del texto, el cual se acompaña por algunas palabras. En la figura 7.5, se observa la utilización de dibujos (ilustraciones) de dos revólveres y una mano tocando algo con el dedo índice. Por último, en la figura 7.6 se observa otro texto en el que se utiliza una fotografía, sin embargo, el orden es diferente, ya que lo verbal aparece antes de la imagen.

A partir de la tercera dimensión, todo el análisis se centra en las fotografías. Esto se justifica por su evidente preferencia de uso, por cuanto en el 87 % de los textos desinformativos con imágenes se utilizan fotografías. Es así como la tercera dimensión se refiere a si las fotografías evidentemente han sido extraídas de otros textos, cabe aclarar que en algunos casos aparece un fragmento o, incluso, todo el texto original.

Cuadro 7.4 Originalidad de las fotografías

Categoría	Extraída	No extraída	Total
Cantidad absoluta	2	44	46
Porcentaje	4 %	96 %	100 %

Fuente: Elaboración propia

Se observa en el cuadro 7.4 que en la gran mayoría de los textos analizados (96%) no hay evidencia de que las fotografías hayan sido extraídas de otros textos. Sin embargo, hay dos excepciones, una de las cuales se encuentra en la figura 7.7, mientras que las figuras 7.2 y 7.6 son ejemplos de fotografías que parecen no haber sido extraídas.

Desinformación y multimodalidad



Figura 7.7 Ejemplo de texto multimodal desinformativo

En la figura 7.7, se observa que no solo hay fotografías tomadas de otro texto multimodal, sino que aparece el texto original completo. De hecho, es una fotografía dentro de otra fotografía. Este es uno de los dos casos, en los que es evidente que la fotografía fue extraída o pertenece a otro texto.

En la siguiente dimensión se aborda si se identifica algún tipo de intervención en las fotografías como un montaje, palabras, marcas, realce, entre otros.

Cuadro 7.5 Intervención de fotografías

Categoría	Intervenida	No intervenida	Total
Cantidad absoluta	11	35	46
Porcentaje	24 %	76 %	100 %

Fuente: Elaboración propia

En el cuadro 7.5, se evidencia que la mayoría de las fotografías de los textos analizados (76%) no poseen marcas de haber sufrido algún tipo de intervención. A las fotografías que fueron intervenidas se les agregaron, en su mayoría, palabras. Es así como el fragmento que aparece en la figura 7.8 corresponde a un ejemplo de este tipo de intervención.



Figura 7.8 Ejemplo de texto multimodal desinformativo

La siguiente dimensión clasifica el contenido principal de las fotografías a partir de lo expresado en lo verbal.

Cuadro 7.6 Tipo de contenido principal de las fotografías

Categoría	Actores	Acontecimientos	Ejemplos	Asociaciones	Total
Cantidad absoluta	23	23	11	6	46
Porcentaje	50 %	50 %	24 %	13 %	100 %

Fuente: Elaboración propia

Desinformación y multimodalidad

Se observa que el contenido que más aparece en las fotografías corresponde a actores con exactamente el 50 %. Les siguen los ejemplos con 24 % y, finalmente, las asociaciones y acontecimientos, ambos con 6 %.



Figura 7.9 Ejemplo de texto multimodal desinformativo



Figura 7.10 Ejemplo de texto multimodal desinformativo

En la figura 7.9, se observa a un grupo de personas caminando por una carretera, lo cual busca representar una caravana de nicaragüenses caminando hacia el lado costarricense de la frontera entre ambos países. Esta fotografía representa un acontecimiento sobre el cual se informe en el segmento verbal que aparece en la parte inferior. Por su parte, la figura 7.10 corresponde a una fotografía cuyo contenido es una asociación con un acontecimiento referido en lo verbal: lucha en bloqueos. Los puños arriba de varias personas se pueden asociar con manifestaciones y actos colectivos de grupos en lucha por alguna causa. En cambio, la figura 7.6 muestra una fotografía de un gato en el balcón de un departamento o casa elevada. Esta fotografía corresponde a un ejemplo de lo que se dice verbalmente, por cuanto en las palabras se afirma que la Fuerza Pública decomisará y sacrificará gatos: se hace referencia a una pluralidad de

felinos, mientras que en la imagen solo aparece uno específico, como ejemplo. Finalmente, en la figura 7.8, aparece un actor particular, el cual corresponde a una diputada del partido político que ocupa el gobierno entre el 2018 y el 2022.

Con la sexta dimensión se intenta clasificar a los actores que aparecen en las fotografías como tópicos o fuentes.

Cuadro 7.7 *Relación actor-contenido*

Categoría	Tópico	Fuente	Total
Cantidad absoluta	18	5	23
Porcentaje	78 %	22 %	100 %

Fuente: *Elaboración propia*

En el cuadro 7.7, se presenta los resultados de la función que cumplen los actores dentro de los segmentos verbales de los textos desinformativos analizados. La función que más cumplen los actores es ser tópicos de las partes verbales con un 78 % de las fotografías con actores, mientras que en un 22 % es ser fuentes de información. En el primer caso, en los segmentos verbales se enuncia algo de esos actores, mientras que en el segundo esas personas que aparecen en las fotografías han sido citadas como hablantes.

Desinformación y multimodalidad

El partido de los más preparados 4 millones gana el hermano de charly, sin ser bachiller!!

En que dará asesoría!!



Figura 7.11 Ejemplo de texto multimodal desinformativo

Que el anuncio de la vacuna de Pfizer tenga un 90% de eficacia no es sinónimo de que se acaba la pandemia, así lo considera virólogo y fundador y CEO de



Figura 7.12 Ejemplo de texto multimodal desinformativo

La figura 7.11 corresponde a un ejemplo en el que la persona que aparece en la fotografía representaría al “HERMANO MENOR DE CARLOS ALVARADO”, es decir, constituye uno de los tópicos o temas del texto desinformativo. En cambio, en la figura 7.12, aparece la fotografía de un actor que correspondería a quien habría hecho las declaraciones que aparecen encima y debajo de la foto: la fuente.

La última dimensión es la escenografía en la que aparecen los actores. En el cuadro 7.8 se presentan los resultados.

Cuadro 7.8 Escenografía de actores

Categoría	Laboral	No identificada	Ámbito personal	Total
Cantidad absoluta	10	12	1	23
Porcentaje	44 %	52 %	4 %	100 %

Fuente: Elaboración propia

La escenografía más frecuente fue la no identificada, le siguió la laboral y, por último, el ámbito personal, correspondientes al 52 %, 44 % y 4 %, respectivamente. El hecho de que la categoría no identificada fuera la mayoritaria se debió a que en varias fotografías de actores el fondo no era nítido o no tenía propiedades particulares que se pudieran asociar con un ambiente específico. Además, en algunos casos no había ninguna identificación de la persona de la foto, por lo que, por desconocimiento del actor, no se lo podía clasificar. Un ejemplo de esto es la figura 7.11, en la que el supuesto hermano menor de Carlos Alvarado aparece con un fondo blanco, que no se puede identificar con ninguna escenografía. La figura 7.12 sirve de ejemplo de escenografías de lo laboral, ya que aparece un microbiólogo sentado en lo parece ser un laboratorio, por lo que se lo puede relacionar con su lugar de trabajo. Finalmente, en la figura 7.8, se ve una mujer, la diputada Carolina Hidalgo, sentada, al parecer, en un bus, espacio que no corresponde a lo laboral, por lo que se clasifica como un ámbito personal.

Los resultados muestran una predilección a la utilización de textos desinformativos multimodales, en los que las imágenes están presentes como un modo semiótico. Este hecho, en primer lugar, concuerda con una de las características de la comunicación digital actual, particularmente, en redes sociales, por cuanto las imágenes en sus distintas posibilidades (fotografías, ilustraciones, diagramas, gráficos...) acostumbran a ser un componente de los textos que circulan por esos medios (Bateman, Wildfeuer y Hiipala, 2018). En segundo lugar, puede responder al intento de generar un efecto de captación, por cuanto en diferentes estudios se ha mostrado que las imágenes funcionan como punto de entrada a los textos multimodales (Vergara et al., 2020; Holsanova, Rahm y Holmqvist, 2006). En otras palabras, las personas detienen su mirada primero en las imágenes y después pasan a leer lo verbal. De esta manera, se puede afirmar que la presencia mayoritaria de imágenes tiene el potencial de atraer la atención de la instancia de recepción/interpretación. Si la presencia de las imágenes es algo estratégico en todos los textos informativos, no se puede determinar por cuanto varían los géneros textuales y las instancias de producción. En tercer lugar, la preponderancia de las imágenes en los textos desinformativos también podría tener un efecto en la memoria. Diversos estudios (Boomgaarden,

Desinformación y multimodalidad

Boukes e Iorgovenau, 2016; Boldoni, Russo, Punia y Avons, 2007; Defeyter, Russo y McPartlin, 2009) proponen que las imágenes se procesan y recuerdan mejor que las palabras, lo cual se conoce como el efecto de superioridad de las imágenes. De esta manera, la presencia de imágenes no solo atraería la mirada de las personas, sino que ayudaría a que se recordara mejor la referencia.

Por otro lado, se identificó que hay un uso mayoritario de fotografías sobre otro tipo de imágenes como ilustraciones o gráficos. La particularidad de las fotografías, ya lo destacaba Barthes (1989), es que tienen un efecto de realidad y veracidad, por cuanto la fotografía no solo muestra o representa hechos o personas, sino que los demuestra como reales, como siendo en el momento de la fotografía. Si en el párrafo anterior se afirmaba que las imágenes podían producir un efecto de captación, aquí se enuncia que la fotografías favorecen un efecto de verdad y, por lo tanto, de credibilidad en los textos desinformativos. En otras palabras, su presencia puede servir para lograr legitimación. Ahora bien, esto se logra si la realidad representada no se encuentra manipulada, si la fotografía aparece sin una intervención y se la ve, aparentemente, en toda su expresión. Estos dos aspectos se evidencian en los resultados obtenidos, en los cuales en la mayoría de las fotografías no se lograba identificar que hubiera sido extraída ni manipulada o alterada de su versión original⁹.

Lo anterior se refuerza cuando las fotografías y las palabras hacen referencia a los mismos contenidos, como en el caso de los actores, acontecimientos y ejemplos. Cuando sucede esto, se dan relaciones lógico-semánticas de elaboración, particularmente, de exposición y ejemplificación (Vergara y Conejo, s.f.). En otras palabras, en los dos primeros casos (actores y acontecimientos) el contenido semántico se repite en el mismo nivel de generalidad o especificidad, mientras que en el ejemplo se presenta un dato más específico que el contenido verbal. Consideramos que al repetirse contenido en lo verbal y las fotografías la instancia está intentando confirmar la veracidad de lo enunciado. De esta manera, la utilización de este tipo de relación lógico-semántica entre palabras e imágenes constituiría una estrategia discursiva de credibilidad. Asimismo,

⁹ La relación de apego formal a una versión original de la fotografía es un supuesto que se construye a partir de la ausencia de elementos que evidencien que se le ha agregado o modificado algo a la imagen.

personas autoras, como Mayer (2001), postulan que la congruencia entre el significado aportado por diferentes modos, particularmente, el verbal y las imágenes facilita el aprendizaje y recordar la información. Esto se daría porque la instancia de recepción/interpretación recibiría más o menos el mismo contenido por diferentes modos, lo que reforzaría su posibilidad de adquisición y retención en la memoria. Es así como se podría postular que la reiteración de contenidos entre imágenes y palabras en un texto multimodal constituiría una estrategia discursiva dentro del propósito informativo.

Tomando en cuenta que los textos analizados han sido confirmados como desinformativos, el hecho de que los actores y los ejemplos sean los contenidos de las fotografías más representados lleva a plantear que sería más sencillo componer un texto multimodal desinformativo con ese tipo de imágenes que con aquellas que se refieran a acontecimientos. Esto se justifica en que si se intenta (des)informar sobre un acontecimiento falso, a la instancia de producción le costará encontrar una imagen que pueda usarse como representación “fidel” del hecho presentado: piénsese en un acontecimiento en Costa Rica en un lugar específico y con personas. En cambio, encontrar una fotografía de un actor real o falso, de solo un ejemplo o, incluso, de una asociación sería una tarea más simple.

En los resultados obtenidos, se muestra que la mayoría de los actores representados en las fotografías de los textos analizados corresponden a tópicos dentro de los segmentos verbales. Dicho de otro modo, en las palabras se presenta información nueva sobre esos actores. En menor cantidad, aparecen actores como fuentes de información, principalmente, como personas expertas. Se ha mostrado que las fotografías en medios de comunicación funcionan como encuadres (frames) del contenido de la noticia (Boomgaarden, Boukes y Iorgoveanu, 2016; Powell et al., 2015), es decir, guían cómo interpretar, desde qué posición abordar los contenidos de los textos, así como organizar jerárquicamente la información presentada. Si bien un análisis del rol de las imágenes como encuadre no se realizó en esta investigación, se considera necesario realizarla a futuro; sin embargo, para esto se requiere de un corpus más grande. Cabe preguntarse si las instancias de recepción/interpretación construyen inferencias sobre qué tratará el texto como un todo al ver las

Desinformación y multimodalidad

fotografías de los actores y si anticiparán el tipo de contenido relacionado con las personas de las imágenes.

La última dimensión de análisis se refería a la escenografía en la que aparecían los actores en las fotografías. Esta dimensión mostró que en la mayoría de los casos las fotografías presentan a las personas con poca claridad de la escenografía, por lo que queda como no identificada. Esto se puede deber a que, como son textos desinformativos, las imágenes utilizadas han sido tomadas de otros textos, por lo que, en algunos casos, haya sido necesario recortarlas para que la escenografía no aparezca, con el fin de que no se vea el ambiente, personas u objetos que puedan volver menos creíbles las fotografías. En los casos en que sí se reconoce la escenografía hay una tendencia a presentar el ámbito laboral. Esto concuerda con presentar información que pueda ser de interés público o de un grupo amplio de personas, por cuanto la mayoría de los actores son tópicos de los textos en su rol de figuras públicas, con puestos de trabajo, y no en su vida íntima. De hecho, esto se confirma si observa que solo una escenografía correspondía al ámbito privado, pero en un espacio público (figura 7.8).

Consideraciones finales

Los resultados de este análisis evidencian el uso de recursos y modos semióticos, particularmente, la fotografía con fines de captación y de credibilidad. Las fotografías tienen el potencial de generar efectos de veracidad y credibilidad en las instancias de recepción/interpretación, por lo que pueden legitimar tanto a la instancia de producción como al contenido de los textos desinformativos. De esta manera, se puede observar un uso estratégico de las fotografías en este tipo de textos.

En todo caso, lo anterior debe ser comprobado empíricamente mediante investigaciones experimentales que permitan responder preguntas como: ¿la presencia de fotografías hace más creíble el contenido de un texto?, ¿las fotografías encuadran el contenido de un texto (des)informativo como los del corpus?, ¿hay relación entre las fotografías y sus contenidos con géneros textuales específicos?, ¿un tipo de contenido en las imágenes hace que el texto sea más creíble (por ejemplo, las imágenes de ejemplos frente la de actores)?

Planteamos que todo análisis textual sobre estrategias discursivas requiere complementarse con investigación sobre los efectos probables del uso de cada una de ellas.

A partir de lo anterior, se considera necesario profundizar en la investigación de las características formales de los textos desinformativos. La poca atención y la rapidez con que las personas usuarias de redes sociales se enfrentan a las publicaciones, sumado a su fugacidad, lleva a postular que las decisiones de aceptar y creer una información falsa y de compartirla podría estar relacionado con procesos más automatizados o rápidos al momento de ver los textos. Por ejemplo, es posible que algunos factores formales faciliten esos procesos y que, incluso, sean más importantes que el contenido o el conocimiento previo sobre el tema de las personas usuarias.

Por otro lado, se debe ver si hay alguna relación entre los contextos (o coyuntura) específicos de producción de cada texto desinformativo y la preferencia de uso de un recurso o estrategia semiótica. Además, hay que llevar a cabo análisis sobre los géneros utilizados en la producción de textos desinformativos. Esto se debe a que, en primer lugar, la misma selección del género podría corresponder a una estrategia de captación o de credibilidad (por ejemplo, seleccionar el género noticia en lugar de un meme), debido al contrato de comunicación que se establece entre instancias de producción y recepción/interpretación.

Por último, se considera necesario ampliar el corpus para verificar si los resultados obtenidos en esta investigación son generalizables y corresponden a características más o menos estables de los textos desinformativos que circulan en redes sociales. Esto lleva a la necesidad de unir esfuerzos en la academia y en la sociedad por recolectar esos textos.

Referencias bibliográficas

Bajtín, Mijaíl. 1981. “El problema de los géneros discursivos.” *Estética de la creación verbal*, 248-293.

Barthes, Roland. 1989. *La cámara obtusa*. Paidós.

Desinformación y multimodalidad

Bateman, John, Janina Wildfeuer & Tuomo Hiipala. 2018. *Multimodality: Foundations, research and analysis. A problem-oriented introduction*. Gruyter.

Blanco Alfonso, Ignacio, Carmen García Galera & Santiago Tejedor Calvo. 2019. “El impacto de las fake news en la investigación en Ciencias Sociales. Revisión bibliográfica sistematizada.” *Historia y comunicación social* 24, no. 2: 449-469. <https://doi.org/10.5209/hics.66290>

Boldini, Angela, Riccardo Russo, Sahiba Punia & S.E. Avons. 2007. “Reversing the picture superiority effect: A speed-accuracy trade-off study of recognition memory.” *Memory & Cognition* 35, 113-123. <https://link.springer.com/article/10.3758%2F03195948>

Boomgaarden, Hajo, Mark Boukes & Aurora Iorgoveanu. 2016. “Image versus Text: How newspaper reports affect evaluations of political candidates.” *International Journal of Communication* 10, 2529-2555. https://pure.uva.nl/ws/files/4416583/175393_Boomgaarden_Boukes_Iorgoveanu_IJOC_2016_Image_versus_Text_4250_20401_1_PB_1_.pdf

Bourdieu, Pierre. 2008. *¿Qué significa hablar? Economía de los intercambios lingüísticos*. Akal.

Charaudeau, Patrick. 2003. *El discurso de la información. La construcción del espejo social*. Gedisa.

Charaudeau, Patrick. 2012. “Los géneros: una perspectiva socio-comunicativa.” En *Los géneros discursivos desde múltiples perspectivas, Teorías y análisis*, editado por M. Shiro, P. Charaudeau y L. Granato, 19-44. Vervuert Iberoamericana.

Defeyter, Margaret Anne, Riccardo Russo & Pamela Louise McPartlin. 2009. "The picture superiority effect in recognition memory: A developmental study using the response signal procedure." *Cognitive development* 24, 265-273. Doi:10.1016/j.cogdev.2009.05.002

Duffy, Andrew, Edson Tandoc & Rich Ling. 2019. "Too good to be true, too good not to share: the social utility of fake news." *Information, Communication & Society*, 1-15. DOI: 10.1080/1369118X.2019.1623904

Egelhofer, Jana Laura & Sophie Lecheler. 2019. "Fake news as a two dimensional phenomenon: a framework and research agenda." *Annals of the International Communication Association* 43, no. 2: 97-116. <https://doi.org/10.1080/23808985.2019.1602782>

Holsanova, Jana, Henrik Rahm & Kenneth Holmqvist. 2006. "Entry points and reading paths on newspaper spreads: comparing a semiotic analysis with eye-tracking measurements." *Visual Communication* 5, no. 1: 65-93. <https://doi.org/10.1177/1470357206061005>

Isola, Phillip, Jianxiong Xiao, Antonio Torralba & Aude Oliva. 2011. "What makes an image memorable?" *CVPR*, 145-152. <http://web.mit.edu/phillipi/www/publications/WhatMakesAnImageMemorable.pdf>

Kress, Gunther & Theo van Leeuwen. 2001. *Multimodal discourse. The modes and media of contemporary communication*. Arnold.

Mayer, Richard. 2001. *Multimedia Learning*. Cambridge University Press.

Miranda, Florencia. 2012. "Los géneros: una perspectiva interaccionista." En *Los géneros discursivos desde múltiples perspectivas. Teorías y análisis*, editado por M. Shiro, P. Charaudeau y L. Granato, 69-86, Vervuert Iberoamericana

Desinformación y multimodalidad

Mourão, Rachel & Craig Robertson. 2019. "Fake News as Discursive Integration: An Analysis of Sites That Publish False, Misleading, Hyperpartisan and Sensational Information." *Journalism Studies* 20, no. 14: 2077-2095. DOI: 10.1080/1461670X.2019.1566871

Parodi Sweiss, Giovanni. 2014. *Comprensión de textos escritos. La teoría de la comunicabilidad*. Eudeba.

Pennycook, Gordon, Tyrone Cannon & David Rand. 2018. "Prior exposure increases perceived accuracy of fake news." *Journal of experimental psychology: general* 147, no. 12: 1865. Doi: 10.1037/xge0000465.

Pérez-Curiel, Concha & Mar García-Gordillo. 2018. "Política de influencia y tendencia fake en Twitter. Efectos postelectorales (21D) en el marco del Procés en Cataluña." *El profesional de la información* 27, no. 5: 1030-1040. <https://doi.org/10.3145/epi.2018.sep.07>

Powell, Thomas, Hajo Boomgaarden, Knut de Swert & Claes de Vreese. 2015. "A clearer picture: The contribution of visual and text to framing effect." *Journal of Communication* 65, 997-1017. DOI: 10.1111/jcom.12184

Rashkin, Hannah, Eunsol Choi, Jin Yea Jang, Svitlana Volkova & Yjin Choi. 2017. "Truth of varying shades: Analyzing language in fake news and political fact-checking." *Proceedings of the 2017 Conference on Empirical Methods in Natural Language Processing*, 2931-2937. DOI: 10.18653/v1/D17-1317

Rubin, Victoria, Yimin Chen & Niall Conroy. 2015. "Deception detection for news: Three types of fakes." *Asis&t* 52, no. 1: 1-4. <https://doi.org/10.1002/pr2.2015.145052010083>

Shen, Cuihua, Mona Kasra, Wenjing Pan, Grace Bassett, Yining Malloch & James F. O'Brien. 2018. "Fake images: The effects of source,

intermediary, and digital media literacy on contextual assessment of image credibility online.” *New media & society* 21, no. 2 <https://doi.org/10.1177/1461444818799526>

Shu, Kai, Suhang Wang & Huan Liu. 2019. “Beyond News Contents: The Role of Social Context for Fake News Detection.” Presentado en ‘In The Twelfth ACM International Conference on Web Search and Data Mining (WSDM ’19),’, Melbourne, VIC, Australia, del 11-15 de febrero. <https://doi.org/10.1145/3289600.3290994>

Tambuscio, Marcella, Giancarlo Ruffo, Alessandro Flammini & Filippo Menczer. 2015. “Fact-checking effect on viral hoaxes: A model of misinformation spread in social networks.” *WWW 2015 Companion: Proceeding of the 24th International Conference on World Wide Web*, 977-982. <https://doi.org/10.1145/2740908.2742572>

Tandoc, Edson, Richard Ling, Oscar Westlund, Andrew Duffy, Debbie Goh & Zheng Wei. 2018. “Audiences’ acts of authentication in the age of fake news: A conceptual framework.” *New Media & Society* 20, no. 8: 2745-2763. <https://doi.org/10.1177/1461444817731756>

Vargo, Chris, Lei Guo & Michelle Amazeen. 2018. “The agenda-setting power of fake news: A big data analysis of the online media landscape from 2014 to 2016.” *New Media & Society* 20, no. 5: 2028-2049. <https://doi.org/10.1177/1461444817712086>

Vergara-Heidke, Adrián & Sofía Conejo. En evaluación. “Funciones textuales y relaciones lógico-semánticas en los libros de textos de español para secundaria.”

Vergara-Heidke, Adrián, Ignacio Siles, Ana Castro & Wendy Chavarría. 2020. “The mechanism of ‘incidental news consumption’: an eye tracker

Desinformación y multimodalidad

study of news interaction in Facebook.” *Digital Journalism* 9 no. 2: 215-234. <https://doi.org/10.1080/21670811.2020.1813047>

Voloshinov, Valentín. 2009. *El marxismo y la filosofía del lenguaje*. Ediciones Godot.

Wagner, María Celeste & Pablo Boczkowski. 2019. “The Reception of Fake News: The Interpretations and Practices That Shape the Consumption of Perceived Misinformation.” *Digital Journalism* 7, no. 7: 870-885. <https://doi.org/10.1080/21670811.2019.1653208>

8

Culpables, conjuros, remedios y amenazas: análisis discursivo de las teorías de la conspiración y de la desinformación sobre la COVID-19 en Costa Rica

Larissa Tristán Jiménez / Ivannia Sibaja Villalobos

Introducción

El 19 de abril de 2021 el Dr. Daniel Salas Peraza, ministro de Salud de Costa Rica durante la pandemia, se convirtió en el primer costarricense en recibir la vacuna de la farmacéutica AstraZeneca contra la COVID-19. La vacunación del ministro tenía como objetivo generar confianza en la población y garantizar la seguridad de un medicamento que venía despertando recelo por haber sido asociado con efectos secundarios raros pero graves, como la formación de coágulos sanguíneos.¹

La *inoculación en directo* fue transmitida por televisión y reproducida en diversas redes sociales, generando así todo tipo de reacciones y comentarios. Por ejemplo, la publicación de la fotografía del Dr. Salas recibiendo la vacuna en el perfil de Facebook² del Ministerio de Salud fue interpretada por algunos sectores como una señal de valentía y como un ejemplo del buen manejo de la pandemia por parte del gobierno del presidente Carlos Alvarado Quesada (2018-2022), mientras que para otros fue solo una movida política con tintes populistas. Las personas más escépticas incluso llegaron a dudar de la veracidad del acto pues encontraron sospechoso que en la foto la mano de la enfermera

¹ Según la European Medicines Agency (EMA) y la Food and Drug Administration (FDA) de los Estados Unidos de Norteamérica.

² <https://www.facebook.com/msaludcr/photos/a.487033575136/10165219567180137>

Culpables, conjuros, remedios y amenazas

impidiera ver la aguja de la inyección con lo cual, a su juicio, no se garantizaba que la vacuna hubiese sido aplicada o que la sustancia inoculada fuese realmente la vacuna y no “agua” o “dexametasona”.

Unos meses antes, en julio de 2020, cuando la vacuna era solo una promesa, la Caja Costarricense del Seguro Social (CCSS), el Colegio de Farmacéuticos y el Colegio de Químicos de Costa Rica advirtieron que el dióxido de cloro, el clorito de sodio y el ácido clorhídrico no eran aptos para el consumo humano y, por lo tanto, desaconsejaron su ingesta como tratamiento contra la COVID-19. Cinco meses después, en diciembre de ese mismo año, el Centro Nacional de Control de Intoxicaciones de la Caja Costarricense del Seguro Social registró cuatro casos de intoxicación por consumo de clorito de sodio, las personas afectadas lo habían tomado para prevenir el contagio de la COVID-19.

¿Cómo explicar que se ponga en duda la veracidad de la aplicación de la vacuna al ministro y al mismo tiempo se acepte, *sin lugar a duda*, que un compuesto químico –del cual la evidencia solo da cuenta de su toxicidad– pueda ser ingerido para prevenir y tratar una enfermedad viral? La respuesta admite –al menos– dos explicaciones. En primer término, la existencia de estas contracciones evidencia que el discurso de las autoridades epistémicas-hegemónicas (medios de comunicación, gobierno y ciencia) y las explicaciones que estas ofrecen ya no gozan de la confianza absoluta de la ciudadanía (Harambam, 2020). En consecuencia, los eventos de la realidad social –ya sean una campaña política o una pandemia– pueden ser explicados, entendidos y vividos desde otras narrativas, algunas de las cuales pueden llegar a ser (des) calificadas mediante la etiqueta de teorías de la conspiración. En segundo lugar, este tipo de contradicciones reflejan un momento histórico caracterizado por la desinformación y la posverdad³, es decir, un contexto en el cual los hechos importan menos que las opiniones (Salgado, 2020).

Ahora bien, es cierto que en los regímenes de poder contemporáneos es inevitable y, en cierta medida, hasta saludable que surjan dinámicas de resistencia

³ Desde algunas trayectorias de estudio se habla de la “Era de la Posverdad” (ver Salgado, 2020). No obstante, preferimos no hacerlo pues consideramos que aún no hay suficiente distancia histórica como para emplear el concepto de esa manera.

destinadas a desafiar las prescripciones que la biopolítica y el biopoder ejercen sobre las poblaciones y los cuerpos (Foucault, 2007). Aún más, si estas posturas disidentes han permitido en cierta forma la evolución de la ciencia. Sin embargo, ¿por qué algunas de ellas son motivo de preocupación? ¿Dónde ubicar la frontera entre lo verdadero y la mentira, entre la información y la desinformación, entre los discursos de resistencia y las teorías de la conspiración?

En vista de que la verdad no es una entidad ontológica que exista de manera independiente a lo social, la frontera entre esas antinomias es relacional. Las noticias falsas, la desinformación y las teorías de la conspiración adquieren esa categoría siempre en relación con un régimen de verdad, al cual se oponen o desafían. Es decir, ambos fenómenos están categorizados en función de la posición que ocupan en relación con lo que se asume como lo hegemónicamente verdadero (Harambam, 2020).

Esto, en apariencia, podría ser algo bueno para la salud de las democracias. Pero lo cierto del caso es que las teorías conspirativas, a diferencia de los discursos y los movimientos sociales de resistencia, están lejos de ser un catalizador emancipatorio. En lugar de fortalecer las democracias, las debilitan. En consecuencia, una forma de distinguir los discursos de resistencia de las teorías de la conspiración es por sus efectos. Mientras que los primeros buscan el desarrollo igualitario a través del cambio social, las segundas erosionan la confianza en el gobierno y sus instituciones, desdeñan la evidencia científica, incrementan sentimientos de depresión y alienación, incitan al odio, al prejuicio e incrementan comportamientos radicales y extremistas (Douglas, 2019; Uscinski et al., 2017).

Si sus efectos son tan adversos también cabe preguntarse por qué las teorías de la conspiración resultan tan populares, especialmente en épocas de crisis. Al respecto, existen dos líneas de pensamiento: una que considera que las teorías de la conspiración reflejan un comportamiento irracional, patológico y paranoico (Hofstadter, 2008) y otra que se decanta por un abordaje más neutral enfocado en tratar de entender qué significado tienen este tipo de teorías para las personas que creen en ellas, lo cual hace necesario estudiarlas de forma

Culpables, conjuros, remedios y amenazas

situada e histórica, es decir, en relación con el contexto que las produce (Harambam, 2020; Thallman, 2019).

Este capítulo se sitúa en esta segunda línea de investigación y tiene como objetivo analizar discursivamente la desinformación y las teorías de la conspiración, que han circulado en Costa Rica durante la pandemia por COVID-19, con el fin de identificar qué significados se utilizan para construir este tipo de narrativas en el país. Para ello, se aplican las categorías del sistema de la valoración (*appraisal theory*) de Martin y White (2005). Dicho modelo permite identificar cómo la voz hablante asume posturas ideológicas y ofrece explicaciones a los fenómenos sociales, a través de los recursos lingüísticos que elige emplear para construir su discurso (Oteíza y Pinuer, 2019). Las valoraciones que se transmiten a través del discurso legitiman o deslegitiman posturas sociales, por tanto, su estudio permitió explorar cómo se construyen las narrativas que entran en disputa por el control del sentido y la construcción de la verdad sobre la pandemia en Costa Rica.

Los resultados del análisis indican que los discursos de la desinformación y de las teorías de la conspiración asociados a la COVID-19 en Costa Rica se construyen a partir de cuatro temas recurrentes: (1) conjuros, (2) remedios (3) peligros y (4) amenazas. Asimismo, el análisis de las marcas intersubjetivas, a través del modelo de la valoración, permitió explorar el sentido cultural que se le dio a la pandemia más allá o en tensión con el discurso científico hegemónico. Se considera que el estudio de este tipo de discursos es relevante porque estos pueden llegar a incidir en las prácticas de salud individuales, así como obstaculizar la construcción de un proyecto colectivo de verdad que permita enfrentar momentos de crisis como el actual.

La verdad en la era digital

“*Truth knows many shades of gray.*”
(Harambam, 2020, p. 303).

La batalla por definir los límites de la verdad no es reciente, ni exclusiva de la era digital. De hecho, es posible narrar una historia de la verdad porque esta es una “institución social”, que está mediada por relaciones de poder y en cuya construcción pueden participar tanto los hechos como las fabulaciones (Shain, 2016, p. 54). Arendt (1967-68), por su parte, traza una distinción entre dos tipos de verdad: las *verdades racionales* y las *verdades factuales*. Las primeras obedecen a verdades que no son susceptibles de ser alteradas por el poder, como por ejemplo las matemáticas o la geometría, mientras que las factuales son las que se refieren a las experiencias humanas, los actos y los acontecimientos que constituyen la “textura” del campo político. En consecuencia, la verdad factual es más susceptible de verse influenciada por los intereses y “la embestida feroz del poder” (Arendt, 1967, p. 6).

La fragilidad de los hechos y las embestidas del poder a la que alude Arendt se incrementan en la era digital; la desinformación y las noticias falsas así lo demuestran. Para Waisbord (2018) ambos fenómenos evidencian un “nuevo capítulo en la vieja lucha por la definición de la verdad” (p.1). En esta disputa ya no solo participan “los demagogos” o “los hombres de Estado”, sino que también puede hacerlo cualquier persona con acceso a redes sociales. Es en este contexto que a los dos tipos de verdad identificados por Arendt les aparece una nueva contrincante: la *posverdad*, neologismo que describe una modalidad de esfera pública en la que los hechos objetivos tienen menos peso en la formación de la opinión pública que lo personal y lo afectivo (Salgado, 2020, p. 102).

La normalización de la posverdad como práctica discursiva está ligada con la llamada “democracia epistémica”, término que alude a un contexto en el cual coexisten diversas formas de conocimiento que se disputan la atención, la legitimidad y el control por el sentido como consecuencia del debilitamiento que ha experimentado el modelo epistémico de la modernidad. Esto, a su vez, posibilita el surgimiento de una serie de comunidades de pensamiento

Culpables, conjuros, remedios y amenazas

contrahegemónico, que producen y difunden narrativas alternativas de los hechos a través de las múltiples plataformas de difusión que ofrece la comunicación digital (Waisbord, 2018).

Si se asume que el discurso está constituido y condicionado por lo social (Fairclough y Wodak, 1997, p. 258), entonces cabe esperar que los cambios contextuales descritos con anterioridad incidan también en las prácticas discursivas contemporáneas. Al respecto, Khosravinik y Unger (2015) indican que los contextos digitales favorecen la producción de discursos que desafían las dinámicas de poder social y político. En esa misma línea, Ibarra (2018) argumenta que cuando una sociedad enfrenta momentos de crisis es común que se generen discursos de resistencia entendidos como “aquellos que no se encuentran avalados por estructuras o instituciones propias del sistema social que critican” (p. 2). En función de lo anterior, es posible suponer que el contexto de crisis sanitario generado por la pandemia por COVID-19 constituye un caldo de cultivo para la producción de discursos contrahegemónicos que, como se verá a continuación, podrían llegar a expresarse bajo la forma de las llamadas “teorías de la conspiración”.

Las teorías de la conspiración

Como pudo verse en la sección anterior, lo que se considera como verdadero es el resultado de un consenso histórico y social a lo interno de una comunidad. Por tanto, la verdad es un “logro colectivo” que da la posibilidad de comprender la realidad (Shapin, 2016, pp. 53-54). Precisamente, esa condición social de la verdad hace posible que esta pueda ser hablada por distintas voces y representada a través de una escala de grises. En algunos casos, esas desviaciones de la verdad pueden tomar la forma de teorías de la conspiración, las cuales se definen como “explicaciones de eventos importantes que involucran tramas secretas urdidas por grupos poderosos y malévolos” (Goertzel, 2010, p. 496).

Las teorías de la conspiración se articulan a partir de tres premisas estructurales: el mundo no es lo que parece, las explicaciones que otorgan las instituciones epistémicas –como la ciencia, los medios y la política– no son dignas de confianza y todos los eventos de la realidad social están conectados

(Bratich, 2008; Harambam, 2020). Asimismo, suelen articularse a partir de tres tipos de narrativas: (1) un evento dramático (por ejemplo, una pandemia), (2) engaños estructurales del sistema (como la especulación de las farmacéuticas con los medicamentos) y (3) las llamadas “súper-conspiraciones” (Barkun, 2006).

Al igual que como sucede con la construcción de la verdad, las teorías de la conspiración son el fruto de un contexto sociopolítico particular. Por esa razón, hasta la segunda mitad del siglo XX estas gozaban de cierta legitimidad, pero a partir de la producción, circulación y disponibilidad de conocimiento científico, tanto en clave académica como popular, empiezan a experimentar una resignificación que acaba por catalogarlas como “formaciones discursivas estigmatizadas” (Thalmann, 2019, p. 2). Este proceso de estigmatización se consolida durante la Guerra Fría, pero con la llegada de Donal Trump a la presidencia de los Estados Unidos y el surgimiento de voces de extrema derecha, se ha dado una relegitimación de las teorías de la conspiración. Especialmente, aquellas dirigidas contra la institucionalidad estatal o la clase política. En consecuencia, las teorías de la conspiración contemporáneas se centran principalmente en sembrar la duda en torno a las instituciones sociales tradicionales (“*the enemy comes from within*”) y no en la demonización de un Otro extranjero, como sucedía en el pasado (Harambam, 2020, p.18).

Ante la pregunta sobre qué motiva a las personas a creer en este tipo de ideas, surgen dos líneas de pensamiento. Por un lado, se considera una conducta irracional, una forma de paranoia exacerbada o de militancia extrema, mientras que, por el otro, se apunta a intentar comprender dónde radica el atractivo y el significado cultural que las teorías de la conspiración despiertan y poseen. Desde la psicología social, se argumenta que las motivaciones que sustentan dichas creencias son de tres tipos: *epistémicas* (la creencia satisface la necesidad de control y seguridad sobre un tema angustiante), *existenciales* (la creencia satisface la necesidad de las personas de sentirse seguras y en control ante un sistema opaco) y *sociales* (la creencia satisface la necesidad de reafirmación identitaria a través de la pertenencia grupal) (Douglas, Robbie, Sutton y Cichocka, 2017, pp. 538-541). Por tanto, cumplen una función emocional al ofrecer respuestas en momentos de crisis e incertidumbre (Harambam, 2020), como es el caso de la pandemia actual. De esta forma, al interpelar a una

Culpables, conjuros, remedios y amenazas

identidad colectiva que debe unirse para enfrentar a un enemigo común, las teorías de la conspiración cumplen con una “función cultural apelativa, afectiva y denunciadora” (Zwierlein, 2015). En otras palabras, ante lo ominoso que se denuncia a través de la teoría de la conspiración, el colectivo se ve interpelado a unirse y resguardarse como grupo o nación.

Lo anterior sugiere que el estudio de las teorías de la conspiración debe enfocarse en las motivaciones sociales y culturales que contribuyen con que las personas se adhieran a este tipo de ideas. El análisis desarrollado en este capítulo se inclina por esta última línea de estudio. En consecuencia, se presenta un análisis del discurso de las teorías de la conspiración. Concretamente se estudia la forma en la que la voz hablante evalúa la realidad social y construye su verdad, a través de los contenidos desinformativos y conspirativos que difunde. Como se verá a continuación, el modelo de la valoración ofrece las categorías analíticas necesarias para identificar cómo se posicionan quienes emiten el discurso ante los eventos que refieren en sus textos.

El discurso

Desde un punto de vista lingüístico, las teorías de la conspiración pueden ser definidas como construcciones discursivas opuestas al régimen de verdad de una determinada época. En función de esa condición relacional, también es posible afirmar que las teorías de la conspiración son tan antiguas como la verdad. En la actualidad, lo que las distingue es su estatuto simbólico, pues ahora son consideradas construcciones discursivas estigmatizadas que circulan como textos que ofrecen una narrativa de un posible pasado y presente (Zwierlein, 2015; Thalman, 2019).

El ecosistema mediático contemporáneo –formado por los medios tradicionales, las redes sociales y las plataformas de mensajería instantánea– favorecen la producción, difusión y diseminación de dichos textos. Como resultado, las ideas conspirativas circulan a través de distintos formatos como cadenas de WhatsApp, *posts* en Facebook, *tweets* o en el cuerpo de una noticia (falsa).

Todos esos formatos constituyen textos mediáticos porque ilustran actos de habla (Reisgl y Wodak, 2001) y porque son el producto de una construcción

verbal en la cual fueron empleadas una serie de elementos simbólicos que se rigen por reglas, convenciones y tradiciones lingüísticas que los hacen susceptibles de ser analizados discursivamente (Brennen, 2013). Por todas esas razones, se considera que las teorías de la conspiración pueden ser estudiadas a través de las categorías del análisis del discurso.

El análisis del discurso permite dar una respuesta lingüística a una interrogante social (Oteiza y Pinuer, 2019). Esto es posible porque el discurso refleja el contexto que lo produce, por tanto, el análisis discursivo de las teorías de la conspiración permite dar cuenta de tres aspectos: explorar cómo se manifiesta el fenómeno de forma situada en Costa Rica, indagar cuáles son las creencias intersubjetivas que articulan semánticamente las teorías conspirativas y deducir algunas de las motivaciones psicosociales que sustentan la creación de este tipo de contenidos.

Para ello, se aplicó el modelo de la valoración de Martin y White (2005), el cual ofrece una serie de categorías que permiten el estudio de la realización – inscrita y evocada– de la intersubjetividad en el discurso (Oteiza y Pinuer, 2019). La teoría o modelo de la valoración se ocupa de los recursos lingüísticos, por medio de los cuales textos o hablantes llegan a expresar, negociar y naturalizar determinadas posiciones subjetivas e ideológicas (White, 2000). Asimismo, permite identificar cómo la voz hablante de un texto construye sentimientos y valores compartidos mediante los mecanismos lingüísticos que elige para construir su mensaje (Martin y White, 2005). Para ello, el modelo de la valoración se basa en el paradigma de la lingüística sistémico funcional (LSF) de Halliday, según la cual todo texto cumple tres funciones: la textual (otorga coherencia semántica al discurso), la ideacional (representación de acciones, procesos y eventos) y la interpersonal (relaciona actores y eventos). El modelo de la valoración expande el estudio de la función interpersonal al identificar y analizar tres ejes, a partir de los cuales la postura intersubjetiva del hablante puede variar. Cada uno de esos ejes opera como un subsistema de la valoración, denominados *actitud*, *compromiso* y *gradación* (Martin y White, 2005, pp. 45-43). Estos, a su vez, se subdividen en categorías o “regiones semánticas”, como se explicará a continuación.

Culpables, conjuros, remedios y amenazas

Subsistema de la actitud

El subsistema de la actitud cubre lo que tradicionalmente se asocia con las emociones, la ética y la estética, es decir, tiene que ver con el tipo de valoraciones que la voz hablante hace sobre las personas, los participantes y las cosas, tanto concretas como abstractas (White, 2000). Este subsistema se divide, a su vez, en tres regiones semánticas: el *afecto* (la caracterización de los fenómenos en relación con la emoción y la disposición), el *juicio* (la evaluación del comportamiento de las personas según las normas sociales) y la *apreciación* (la evaluación de objetos y los productos en función de un sistema de valor específico) (Martin y White, 2005). “Las valoraciones pueden ser positivas (Va +) o negativas (Va –) y su naturaleza puede ser inscrita (explícita) o evocada (implícita)” (Oteiza y Pinuer, 2019, p. 215).

Dado que este subsistema se ocupa del estudio de las valoraciones afectivas, también expresa las valoraciones de experiencias internas, tales como estados emotivos, procesos mentales, conductuales y relacionales. Asimismo, cabe distinguir entre los estados futuros no realizados (*irrealis*) y los sentimientos que refieren estados emocionales presentes o existentes (*realis*), expresados en valoraciones de inclinación (deseo) o desinclinación (temor) (Oteiza y Pinuer, 2019, pp. 215- 217).

Subsistema de gradación

El subsistema de la gradación alude a la escala semántica que permite que quienes hablan proporcionen rangos de intensidad a las valoraciones que hacen a través de su discurso (White, 2000). La gradación puede darse a partir de la fuerza interpersonal que quien habla le imprime a su alocución o mediante la precisión con la que enfoca el elemento al cual le está dando valor. Este subsistema se divide en dos regiones semánticas: *fuerza* (escala variable de intensidad) y *foco* (agudiza o mitiga la evaluación) (White, 2000; Martin y White, 2005).

La realización discursiva de la fuerza se hace mediante una serie de elementos intensificadores como, por ejemplo: tono, adverbios de intensificación (ligeramente, levemente, un poco, de algún modo) o palabras que miden cantidad,

extensión y proximidad, tanto temporal como espacial (White, 2000). A diferencia de la escala de fuerza, que se expresa mediante categorías de grado, el foco opera en relación con los “contextos o a través de las categorías de afiliación, es decir, al estrechar o amplificar los términos a través de los que se agudiza o atenúa algo” (White, 2000, p.11).

Subsistema de compromiso

En este subsistema, se estudian los recursos lingüísticos que permiten identificar el compromiso de la voz hablante con los contenidos que difunde a través de su discurso. Por esa razón, se relaciona con la modalidad, es decir, con la expresión de la subjetividad del emisor en el discurso (Calsamiglia y Tusón, 1999; Richardson, 1997). Desde una perspectiva retórica, Martín (2000) aclara que este subsistema da cuenta de la forma en la que la voz hablante expresa, negocia y naturaliza posiciones suyas y de las otras personas en relación con un tema en particular.

Por esa razón, las personas autoras proponen para el estudio del compromiso dos regiones semánticas: la monoglosia y la heteroglosia. White (2000) no omite aclarar que, bajo las nociones de “heteroglosia” e “intertextualidad” de Bajtín, todo texto es por naturaleza, intertextual, es decir, hacen referencia o incorpora otros textos. En esa misma línea, Oteiza y Pinuer (2019) señalan que el subsistema de compromiso respeta la premisa de que todo texto es dialógico, pero también asume que esa condición ocurre a partir de “distintos niveles de comunidad”. En función de estos, se excluyen (monoglosia) o se incluyen (heteroglosia) a otros textos o interlocutores en el discurso. De esta forma, la *heteroglosia* puede ser por *expansión* mediante el reconocimiento e inclusión de otras voces en el discurso o puede ser *heteroglosia por contracción*, la cual se manifiesta en el discurso a través de recursos de polaridad, oposición o contraexpectativa, entre otros. La monoglosia, por su parte, se realiza discursivamente mediante el uso de cláusulas cerradas (p. 222).

Cabe destacar que White (2000) precisa que este subdominio puede ser vinculado con el compromiso de la persona hablante con “el valor de la verdad” de sus enunciados. Lo anterior, en tanto que a partir de la monoglosia

Culpables, conjuros, remedios y amenazas

o la heteroglosia la persona hablante puede darle un carácter más o menos fáctico a su discurso (p.18). Por esa razón, el estudio del subdominio del compromiso es particularmente relevante para el análisis discursivo de las teorías de la conspiración.

Cuadro 8.1 Resumen del modelo de la valoración

Subsistema de la valoración			
1. Compromiso		2. Actitud	3. Gradación
1	<i>Monoglosia</i>	2.1 <i>Afecto</i> In / Felicidad In / Seguridad In / Satisfacción Des / Inclinación	3.1 <i>Fuerza</i> Subir Bajar
	<i>Heteroglosia</i> 1.2.1 Por expansión dialógica. 1.2.2 Por contracción dialógica (polarización, oposición, etc.)	2.2 <i>Juicio</i> <i>Estima social (normalidad, capacidad, tenacidad)</i> <i>Sanción social (veracidad, integridad)</i> <hr/> 2.3 <i>Apreciación</i> <i>Reacción (impacto, calidad)</i> <i>Composición</i> <i>Valuación</i> <i>Procesos cognitivos</i> <i>Afección</i> <i>Percepción</i> <i>Cognición</i> <i>Metafunción</i> <i>Interpersonal</i> <i>Textual</i> <i>Ideacional o ideativa</i>	3.2 <i>Foco</i> <i>Agudizar</i> <i>Suavizar</i> <i>Romper</i>
2			

Fuente: *Elaboración propia, a partir de Martin, J.R. y White, P. (2005) y Oteiza y Pinuer (2019).*

Metodología

Se analizó un *corpus* conformado por 31 unidades de análisis, las cuales fueron recolectadas durante el periodo comprendido entre marzo de 2020 y mayo de 2021. Las piezas fueron seleccionadas después de haber sido desmentidas por las iniciativas de verificación *Doble Check* de la Universidad de Costa Rica (UCR) y *No Coma Cuento* del periódico *La Nación*. Como puede verse en los cuadros incluidos en los anexos, los formatos incluyeron *posts* en perfiles de Facebook, cadenas de WhatsApp, cadenas de Telegram y videos que circularon en redes sociales. Las unidades de análisis fueron transcritas de la misma forma en la que fueron publicadas, es decir, se conservó el uso de mayúsculas, emojis, signos de puntuación y las faltas ortográficas (señaladas mediante las siglas *sic*). A pesar del componente multimodal de las piezas estudiadas, el análisis que se desarrolló en este capítulo se centró en el modo verbal⁴ porque es en el plano lingüístico en donde operan las regiones semánticas que estudia el modelo de la valoración. En la sección de anexo, se incluyen cuadros con el texto completo y la clasificación de las unidades analizadas.

La secuencia de análisis siguió dos pasos: en primer lugar, se aplicó un análisis de contenido con el fin de identificar los temas recurrentes y, en segundo, se identificaron las marcas de los subsistemas de valoración presentes en cada una de las piezas recolectadas. Es importante señalar que la valoración ocurre en el nivel discursivo semántico de los textos, pero su estudio debe hacerse en el plano léxico gramatical del nivel textual, ya que es allí en donde se realizan discursivamente las marcas de la valoración (Oteiza y Pinuer, 2019). Es decir, la evaluación que hace la voz hablante de algún tema, evento o persona se deduce, a partir del estudio de las estructuras gramaticales y el léxico que quien habla elige para construir su discurso.

⁴ En el capítulo 7 de este libro se desarrolla un análisis multimodal de piezas desinformativas.

Culpables, conjuros, remedios y amenazas

Análisis de los resultados

Los resultados del análisis de contenido indican que, para efectos del *corpus* analizado, el discurso de las teorías de la conspiración se estructura a partir de 3 temas generales y recurrentes: “culpables”, “peligros” y “amenazas”. Mientras que el discurso desinformativo se articula a partir de dos grandes temas: “conjuros” y “remedios”. Claramente las fronteras semánticas entre las teorías de conspiración y la desinformación son difusas y en ciertos casos hasta pueden llegar a borrarse. No obstante, es necesario hacer esa distinción porque las unidades de análisis que son sobre “remedios” y “conjuros” no discuten directamente la existencia de un *complot* o la operación de un poder alternativo, aunque sí difundan una serie de medidas sanitarias falsas.

Como se verá a continuación, el estudio de la realización discursiva de cada uno de esos temas mediante los dominios y las regiones semánticas del modelo de la valoración permitió identificar las evaluaciones que hacen hablantes/escritores en torno a cada uno de esos temas en particular y de la pandemia en general. Los ejemplos han sido extraídos del corpus e identificados con las siglas de U y un número que corresponde a su ubicación en el cuadro resumen que aparece al final del capítulo (ver anexo). Para efectos ilustrativos hemos subrayado las palabras que evidencian el tipo de valoración emitida.

Conjuros

Bajo este tema hemos clasificado aquellos textos cuyo contenido evoca acciones, prácticas o rituales físicos y emocionales destinados a prevenir o tratar la enfermedad por COVID-19. Este tema, a su vez, se subdivide en tres temas: autoexamen para determinar el contagio de COVID-19, uso de cloruro de sodio (sal casera) cómo método de protección y técnicas para fortalecer el sistema inmune como la meditación, el ayuno y el consumo de agua.

El análisis desde el subdominio del COMPROMISO evidencia que estos textos se construyen, en su totalidad, mediante *la heteroglosia dialógica expansiva* expresada en frases como “Los expertos nos aconsejan un simple auto examen” (U1), “SERIO Y EXCELENTE CONSEJO por doctores que han

tratado COVID-19” (U1) o “Comprobación científica hecha en Europa” (U3). Esta última frase construye su argumento a partir de un *topos* de prestigio y de lugar, según el cual el conocimiento verdadero proviene de ciertas regiones, en este caso Europa. A través de términos como “los expertos”, “por doctores” o “comprobación científica”, las voces hablantes incluyen en su discurso otros actores que, por su afiliación gremial, se consideran con capacidad y legitimidad para hablar sobre el tema de la salud y la enfermedad. Al incluirlos, la voz hablante intenta dar autenticidad a su discurso. El subdominio de la ACTITUD también se expresa a través de la valoración que se hace de los conjuros que se ofrecen, por ejemplo: “simple auto examen”, “serio y excelente consejo”. A través de estos adjetivos (subrayados) la voz hablante emite un juicio de valoración positiva de las prácticas de salud que aconseja.

A través del subdominio de la GRADACIÓN, el emisor del discurso instruye a sus interlocutores sobre cómo deben ponerse en práctica los consejos: “Cada uno debe asegurar que su boca y garganta esté húmeda, NUNCA SECA” (U1). En este caso, el adjetivo “nunca” en mayúscula alude a la región semántica de “foco”, porque transmite una valoración de grado por oposición: el remedio funciona siempre y cuando la boca y la garganta estén húmedas (opuesto a seca). Por tanto, la naturaleza de la valoración es evocada (implícita).

Dentro de esta categoría temática, cabe destacar la tercera unidad de análisis (U3) la cual se refiere a un post de un grupo de *Telegram* llamado “Médico por la Verdad Costa Rica”. Ese mensaje se articula a partir de un juego de palabras: “La Nueva Sepa” que en este caso no designa una variante del virus, sino el verbo *saber* conjugado en tercera persona del imperativo. A través de esa frase hecha, el emisor construye su mensaje por medio de una serie de actos perlocucionarios que, en este caso, tienen como objetivo que las personas lectoras crean y pongan en práctica una serie de acciones, por ejemplo: “*SEPA* que el ayuno es la Terapia Magna. *SEPA que su cuerpo es una máquina perfecta que tiene la capacidad de regenerarse, desinflamarse, desintoxicarse, repararse y Sanar.” En este caso, se da una valoración de juicio sobre el comportamiento de las personas en relación con su salud. Esta también se evidencia mediante la valoración de la capacidad autónoma dando a entender que el cuerpo humano, por sí solo, tiene las facultades para autocurarse. La valoración evocada es

Culpables, conjuros, remedios y amenazas

que no se necesitan otro tipo de medicamentos para hacer frente al virus, tal y como queda sugerido mediante el adjetivo “Magna” para describir los efectos terapéuticos del ayuno.

Remedios

Este tema se refiere a las prácticas que tienen como objetivo curar la enfermedad de la COVID-19 tras ser contraída. Esto se divide, a su vez, en los siguientes subtemas: antivirales naturales a base de hierbas, alimentos, químicos para evitar la propagación del virus y combinación de compuestos farmacológicos para tratar el virus una vez que la persona ha sido contagiada. En estos textos predominan el subsistema del COMPROMISO expresado en los intentos de la voz autoral por dotar de legitimidad sus argumentos a partir de la inclusión de otras voces expertas, es decir, mediante la heteroglosia. Lo anterior puede verse en los siguientes ejemplos:

En Italia y Francia han descubierto que personas que han fallecido por COVID-19 han tomado ibuprofeno y ocasiona que el virus se potencie 5 o más veces (U4).

Las autoridades holandesas han descubierto que el virus está creciendo y multiplicándose en el sistema de aguas residuales. Pídale a todos sus conocidos que hagan lo mismo. Extiéndalo (U6).

A través de la “frase han descubierto”, se evoca de forma implícita un colectivo que constató las muertes causadas por el consumo de dicho medicamento (U4) o la efectividad del cloro para eliminar el virus en las aguas residuales (U6). Asimismo, mediante las categorías del subsistema de la GRADACION, se dota de fuerza el argumento en contra del ibuprofeno, como puede verse en el segmento “se potencie 5 o más veces” en alusión a su efecto sobre los síntomas causados por el coronavirus. De esta forma, se hace también una valoración de juicio negativa del medicamento alópata, al tiempo que se valora de forma positiva-evocada el uso de hierbas, como puede

verse en el siguiente extracto: “También tenemos antivirales naturales como el Ajo, Gengibre, Propoleo...” (U6). Igualmente, a través de las valoraciones propias del subsistema de la ACTITUD, la voz autoral evalúa la efectividad de los remedios propuesto:

El ácido tánico que se encuentra en las uvas y el vino inhibe dos enzimas clave en el coronavirus. A finales de año, investigadores estadounidenses han demostrado in vitro que los polifenoles presentes en las uvas y el vino alteran la forma en que el virus SARS-COV2 que causa el COVID se replica y se propaga. El investigador tiene la esperanza de que pronto se desarrolle un tratamiento farmacéutico (U9).

A través de los verbos *inhibe* y *alteran*, se valora la capacidad del ácido tánico como remedio, mientras que el adjetivo *clave* refuerza la valoración positiva de la efectividad de dicho compuesto. Asimismo, mediante la última oración se evalúan los sentimientos del investigador (siente esperanza) ante un estado futuro no realizado (*irrealis*), en el cual el ácido tánico pueda usarse como medicamento contra la COVID-19. Por medio de estas cadenas semánticas, se hace también un juicio de capacidad evocada sobre el supuesto potencial terapéutico del ácido tánico. Es importante señalar que los textos cuyo contenido alude a remedios suelen terminar con frases perlocutivas, es decir, con llamados a la acción que, en este caso, instan a las personas a tomar los remedios sugeridos o bien difundir la información. También fue posible detectar que quien emite el discurso hace una valoración positiva de naturaleza inscrita sobre la información que transmite, tal y como puede verse en frases como: ¡POR FAVOR QUE RUEDE! ¡ESTA INFORMACION PODRIA AYUDAR A SALVAR VIDAS! (sic).

Culpables

A esta categoría temática pertenecen los textos sobre los subtemas de inmigración, gobierno y origen del virus. Las construcciones discursivas se refieren, en su mayoría, al subsistema de la ACTITUD. En el caso del subtema de

Culpables, conjuros, remedios y amenazas

la inmigración, se valora tanto el *comportamiento* de las personas nicaragüenses contagiadas, que supuestamente ingresan al país, como las autoridades del gobierno por su negligencia. Esto puede verse ejemplificado a continuación:

En Peñas Blancas miles de extranjeros varios enfermos son expulsado [sic] en Nicaragua, pero cruzan a Costa Rica ya que la política de fronteras abiertas impulsada por Epsy Campbell y Carlos Alvarado lo permite (U10).

En el ejemplo anterior se hace una valoración negativa de dos procesos: la entrada de los nicaragüenses y la política fronteriza del gobierno. Como ambos procesos son encuadrados de forma negativa, quien emite el discurso también hace una sanción social de la institucionalidad costarricense y, por tanto, la culpabiliza de un eventual aumento en los contagios al dejar que entren personas enfermas. De esta forma, se hace también una valoración de una hipotética situación futura no realizada (*irrealis*), cuyo potencial riesgo es valorado desde el temor (desinclinación) por quien emite el mensaje. El uso de nombres propios para aludir directamente al presidente y a la vicepresidenta indica que la sanción es de naturaleza inscrita (explícita).

Desde el punto de vista del subsistema del COMPROMISO, para el tema de los culpables, en asociación con el subtema de la inmigración, se emplean tanto la monoglosia como la heteroglosia. Como puede verse en el ejemplo anterior, la monoglosia opera por presunción en tanto se asume, sin necesidad de incluir otras voces o criterios en el discurso, que la entrada de las personas nicaragüenses es producto de las políticas fronterizas del gobierno, representado de forma metonímica a través de la referencia al presidente y a la vicepresidenta. Asimismo, el texto en cuestión tiene una orientación monoglósica, porque se construye a partir de una polarización entre *nosotros* (el endogrupo) y los *otros* nicaragüenses (exogrupo) ayudados por *ellos* (el gobierno).

No obstante, el texto también evidencia cierto nivel de comunidad al incluir en su elaboración el *topos* de amenaza atribuida a la inmigración. Recordemos que los *topoi* se refieren a creencias que son presentadas como

verdaderas y comunes para cierta comunidad (Ibarra, 2018). Por tanto, al emplearse el *topos* de amenaza atribuida a la inmigración, el locutor está apelando a un conocimiento compartido sobre la amenaza del otro extranjero que, en el contexto de la pandemia, se ve exacerbada como potencial foco de contagio.

Por su parte, la heteroglosia también puede verse en aquellos textos en los que se evoca la voz de supuestos testigos, como prueba de la llegada de nicaragüenses a Costa Rica. Lo anterior queda ilustrado en el siguiente ejemplo:

Vecinos del pueblo de Upala de la zona fronteriza reportan una situación muy grave el Ejército de Nicaragua pasa nicaragüenses enfermos hacia Costa Rica. Los policías reportan situación y gobierno no toma medidas sobre el tema Costa Rica, ocupa leyes migratorias rigurosas. ¿El Gobierno ha estado ocultando esto? (U14).

En este texto, vecinos del pueblo de Upala cumplen la función de informar sobre lo que está sucediendo en la frontera, mientras que la voz hablante hace lo mismo; pero con las supuestas negligencias del Gobierno, emitiendo un juicio de valor con carga negativa. A través de las categorías del subsistema de la GRADACION, como la *fuerza* y el *foco*, la voz hablante enfatiza la gravedad de las acciones, expresada a través de frases como “*muy grave*” y “*ocupa leyes migratorias rigurosas*”.

Con respecto a los textos que conforman la subcategoría de Origen del Virus, predominan las evaluaciones del subsistema de la actitud por apreciación. Recordemos que la apreciación da cuenta de la valoración que la voz autora hace de las cosas concretas o abstractas. En consecuencia, un evento o fenómeno social puede ser evaluado en función de distintas categorías; a saber, por el impacto que produce, la importancia que le es asignada, cuán legítimo o ilegítimo se considere, los niveles de conflictividad que genera y en alusión al poder asociado con las élites y grupos políticos (Oteiza y Pinnuer, 2019, pp.218-219). Así, por ejemplo, en la unidad de análisis doce, se argumenta que la vacuna antigripal es la que ha originado el “supuesto virus”, como puede verse a continuación:

Culpables, conjuros, remedios y amenazas

Más del 90 % de los ingresos hospitalarios en todo el mundo de casos respiratorios agudos (incluyendo todos los catalogados como covid-19), corresponden a una personas que se habían administrado la vacuna antigripal en meses previos (U-12).

A partir del verbo *corresponden* y de la categoría de fuerza –expresada en la frase “más del 90 % de los ingresos hospitalarios en todo el mundo”– se evalúa el impacto de la vacuna como causante de la enfermedad lo cual, a su vez, expresa una valoración de juicio por sanción negativa hacia los productores de la vacuna, es decir, la industria farmacéutica. El texto continúa argumentando que el virus no existe porque no cumple con el Protocolo de Koch, según el cual todo patógeno debe ser aislado para confirmar su existencia y su poder infeccioso. Al respecto, la voz autoral señala:

El denominado virus sars-cov-2 aún no ha sido aislado y secuenciado de acuerdo al único procedimiento científico autorizado para ello, a saber el Protocolo de Koch. Ni siquiera ha sido aislado y secuenciado en el famoso laboratorio de Wuhan China. Todo lo que maneja la ciencia del mundo en torno a este patógeno es una “suposición de virus” ya que su existencia no ha sido comprobada hasta el día de hoy (U-12).

Como puede verse en el ejemplo anterior, se da una valoración de afecto por la vía de la apreciación sobre el laboratorio de Wuhan al usarse el adjetivo “famoso”, el cual le imprime un tono sarcástico que le permite a la voz autora deslegitimar a la “ciencia del mundo”. Por tanto, se da también una evaluación sobre la capacidad de la comunidad científica para producir conocimiento basado en evidencia. De hecho, el propio texto construye alude a un protocolo de la microbiología para deslegitimar las nociones científicas sobre la creencia del virus.

A partir de ese argumento, la voz autora hace una tercera valoración desde la apreciación y la categoría del poder. Esto queda evidenciado en el siguiente fragmento de esa misma unidad:

Y, si el supuesto virus no existe como tal, lo que se denomina covid-19, es simplemente la reacción adversa a la vacuna antigripal, que es en sí, un efecto intencionalmente diseñado por medio de la ingeniería farmacéutica y genética (U-12).

A través del verbo “diseñado”, se le atribuye la responsabilidad del virus a un grupo poderoso, en este caso, la “ingeniería farmacéutica”. Esto, a su vez, lleva implícito un juicio de sanción social hacia dicha industria; pero también una sanción evocada hacia “toda la ciencia del mundo”, que no le planta cara y sigue operando a partir de suposiciones. Para darle fuerza a este argumento, vemos que la voz hablante emplea algunos elementos que evocan al subsistema de la gradación, como por ejemplo el adjetivo “adversa” y el adverbio “intencionalmente.” Las valoraciones que hacen quienes emiten los textos analizados sobre el origen del virus también se apoyan en la heteroglosia expansiva, como puede verse en el siguiente fragmento:

Prestigioso diario estadounidense confirma origen del paciente cero del coronavirus: era un empleado del famoso laboratorio de virología de la ciudad china de Wuhan. El coronavirus COVID-19 se originó en el laboratorio del Instituto de Virología de Wuhan (U 15).

En este caso, la voz autoral construye su argumento sobre la inclusión de una voz legitimada –prestigioso diario– con la particularidad de que no se dice su nombre, pero sí su localidad “estadounidense”. Por tanto, una vez más se emplea el topos de lugar para darle fuerza argumentativa a lo expuesto. También puede verse que se emplea nuevamente el adjetivo “famoso” a la hora de describir al laboratorio, lo cual opera como una marca de juicio sobre dicha entidad. Con respecto a este tema, también fue posible detectar textos que

Culpables, conjuros, remedios y amenazas

evidenciaban una valoración de compromiso desde la monoglosia. Tal es el caso del siguiente ejemplo:

Desde el punto de vista científico, creemos no solo el Dr. Augusto Vega sino un poco más de 100.000 médicos a nivel mundial que nos han engañado con respecto a la enfermedad por COVID-19. Hoy en día hay una pandemia, pero no es con respecto a una infección. Es con respecto al Estado de crisis económica, social, psicológica que ha ocasionado esa mediatez (sic) de estos medios mal llamados grandes.

Como puede verse, el texto construye su argumento a partir de una sola voz: la de la comunidad médica representada por el Dr. Augusto Vega. Si bien se incluye el elemento de intensificación –mediante la cifra de 100 000 personas médicas que validan la postura de la voz hablante–, es monoglosia porque se establece como cláusula que solo ese colectivo conoce la verdad sobre el origen de la pandemia. De esta forma se establece una polarización entre el nosotros (nos han engañado) y los otros evocados, es decir, los medios que han creado la pandemia cuyo origen sería, a juicio y apreciación de la voz hablante, social y no viral. Es decir, los culpables serían las instituciones como el Estado o los medios y no el “supuesto” virus.

Advertencias y amenazas

Dentro de esta categoría fueron agrupados aquellos textos cuya temática iba en la línea de advertir sobre potenciales amenazas relacionadas con los siguientes subtemas: medidas sanitarias (restrictivas), pruebas diagnósticas de COVID-19 (peligros e ineficacias) y efectos nocivos de las vacunas (parálisis, daño genético irreversible, ineficacia). En vista de que todos esos subtemas aluden a procesos y objetos, el subdominio predominante en esta categoría temática fue el subdominio de la ACTITUD.

En el caso concreto de los textos analizados para esta categoría, la valoración de la actitud se expresó a través de la región semántica de la apreciación, la cual alude a la evaluación de cosas concretas o abstractas.

Así, por ejemplo, las pruebas diagnósticas fueron evaluadas con una carga negativa, como puede verse en los siguientes ejemplos:

El lugar donde están obteniendo las muestras para detectar el coronavirus se llama barrera sangre – cerebral, es una sola capa de células que protege el cerebro de metales pesados (...) si de alguna manera su barrera hematoencefálica llega a quedar comprometida, se convertiría en una “barrera hematoencefálica en fuga” que es un cerebro inflamado el cual quedaría expuesto a bacterias (...) lo que puede llevar a la inflamación y a veces a la muerte (U 20).

A partir de lo anterior, puede verse que la apreciación que se hace de la prueba es negativa, en tanto que se informa de un potencial peligro mortal, al tiempo que se omite señalar su capacidad diagnóstica. A través de una situación o supuesto estado futuro no realizado o *irrealis*, expresado por la posibilidad infundada de quedar con una “barrera en fuga” por hacerse la prueba, el texto construye sentimientos evocados de angustia y temor como reacción a un “gatillador emocional” (Oteíza y Pinuer, 2019), que en este caso sería la posible ruptura de la barrera hematoencefálica como consecuencia de hacerse la prueba. La valoración de este tipo de sentimientos junto con la apreciación del objeto (la prueba) evidencian una construcción discursiva que combina elementos de las regiones semánticas del afecto y de la apreciación para articular una advertencia ante una potencial amenaza (*irrealis*).

Al igual que como ocurrió en otros casos ya analizados, se emplea el recurso de la heteroglosia, propio del subdominio del COMPROMISO, para alertar sobre los supuestos peligros de los termómetros infrarrojos o de las vacunas:

No deje que le tomen la temperatura en la cabeza URGENTE. Tenga cuidado con los supermercados que utilizan termómetros infrarrojos. El doctor Patrick Rhodes, médico especialista en virología, advirtió la semana pasada que estos termómetros matan alrededor de mil neuronas en cada toma de temperatura causando alteraciones en el sistema nervioso (U18).

Culpables, conjuros, remedios y amenazas

La construcción discursiva recurre a la heteroglosia porque se incluye la voz de un supuesto experto para darle validez a la advertencia. A través de estrategias nominativas y referencias, como la inclusión del título de doctor, el nombre propio y la especialidad, se le otorga una valoración de prestigio social al supuesto doctor y, por añadidura, quien lo emite legitima su argumento. El subdominio de la GRADACIÓN, expresada a través de adjetivos como *mil* para describir neuronas y *alteraciones* dotan de una mayor fuerza y peligrosidad al argumento. Algo similar ocurre en el siguiente ejemplo:

Mensaje de Robert F. Kennedy, Jr. Para todos mis pacientes: Me gustaría llamar su atención con urgencia sobre cuestiones importantes relacionadas con la próxima vacunación contra el COVID-19. (las) llamadas vacunas de ARNm de última generación intervienen directamente en el material genético del paciente y, por lo tanto cambian el material genético individual que representa la manipulación genética, algo que ha sido prohibido y hasta ahora considerado criminal. Incluso si los medios y los políticos actualmente trivalizan el problema e incluso claman sin pensar un nuevo tipo de vacuna para volver a la normalidad esta vacunación es problemática en términos de salud, moral y de dado genético (...) que ahora será irreversible e irreparable (U25).

En este caso también se apela a la figura de un doctor y se utiliza falsamente el nombre de un político estadounidense para construir la advertencia sobre la amenaza que representaría la vacuna para el ADN humano. Por tanto, este texto también se vale de la heteroglosia para imprimirle una supuesta veracidad y legitimidad al mensaje. La última frase subrayada refleja también una valoración de la apreciación al describir un sentimiento inscrito de alarma expresado por un futuro no realizado; pero, en ciernes, en el cual algo, que hasta ahora estaba prohibido por ser considerado criminal, será una práctica médica validada con el propósito de “volver a la normalidad”. Por tanto, se hace una valoración por la vía de la *desinclinación* (temor) hacia el futuro y la vacuna. La frase “hasta ahora criminal” implica también una valoración negativa y una

sanción social evocada de las élites (medios y políticos), que van a permitir algo que, hasta ahora, es ilegal.

La valoración de actitud, expresada por la región semántica del juicio, se expresa en una sanción social hacia ciertas instituciones y se hace explícita a través del verbo “trivializan”, usado en este caso para describir la actitud de los medios y la clase política ante la vacuna. Asimismo, el uso de dos términos semánticamente similares para describir el tipo de daño que causaría la vacuna –irreversible e irreparable– indica un modo de instanciación de GRADACIÓN. Mediante el uso de dos conceptos similares se le da fuerza al argumento, lo cual acaba intensificando el peligro asociado por el emisor con la vacuna. Finalmente, a través de la frase “es problemática” se evalúa, mediante la región semántica de la apreciación, el proceso general de vacunación.

Discusión

Los textos estudiados se construyen como actos de habla a partir de la combinación de ideas prototípicas de las teorías de la conspiración: *anunciar* la existencia de una trama diseñada por grupos humanos como el gobierno, la medicina tradicional o las farmacéuticas; *denunciar* la inminente pérdida de la libertad y de la autonomía individual como consecuencia de las medidas sanitarias, y *transmitir* una visión del mundo maniqueísta, en función de la cual “el pueblo” está a merced de un grupo de personas poderosas que operan secretamente con el fin de dominarles (Thallman, 2019, p.2). Precisamente, los textos de la temática “advertencias y amenazas” se construyen a partir de la premisa semántica de que “nada es lo que parece” con el fin de *anunciar* que la voz autoral conoce *algo* que los demás ignoran porque el *status quo* lo oculta. Esa línea argumentativa se puede ver ejemplificada en los textos sobre la inexistencia del virus, el efecto dañino de las vacunas o las negociaciones “secretas” entre el gobierno del PAC y las autoridades de Nicaragua para dar asistencia sanitaria a las personas de ese país. Igualmente, los textos de la temática de “culpables” exponen que “nada pasa por casualidad” y, en función de ello, buscan *denunciar* que el virus fue creado en un laboratorio de

Culpables, conjuros, remedios y amenazas

Wuhan, China, que la pandemia es responsabilidad de las farmacéuticas o que el aumento de contagios es consecuencia de la política fronteriza del PAC.

Por otra parte, los textos de la temática sobre “culpables” evidencian una yuxtaposición de los dos elementos semánticos tradicionalmente asociados con las teorías de la conspiración: los *otros* extranjeros y las instituciones políticas tradicionales. Esto es particularmente evidente en los textos sobre la inmigración de personas nicaragüenses, en los cuales no solo se les responsabiliza de una potencial propagación del virus, sino que también se argumenta que el ingreso de estas personas ocurre con el beneplácito y la complicidad del gobierno. El neologismo “PACdemia” condensa semánticamente esta creencia, al tiempo que transmite una visión populista del “gobierno” vs. “el pueblo”.

Las marcas de la intersubjetividad, identificadas a través de las categorías que ofrece el sistema de la valoración, sugieren un predominio del subsistema de la ACTITUD, en función del cual se hacen evaluaciones de la pandemia desde lo afectivo. Esto es particularmente claro en los contenidos desinformativos sobre “conjuros” y “remedios”, en los que se apela al uso de curas no tradicionales por ser más “seguras”, “sencillas” y “naturales”. A partir de esa lógica argumentativa, las voces del discurso analizado realizan una valoración evocada de los medicamentos tradicionales en el sentido de que se asume que, a diferencia de los remedios naturales, tienen más efectos secundarios y existe una agenda oculta detrás de las farmacéuticas para incentivar su consumo.

En las construcciones discursivas relacionadas con el tema de “advertencias y amenazas”, predominan las evaluaciones desde el subsistema de COMPROMISO. En estos textos se detectó un uso recurrente de frases hechas, como “expertos”, “el doctor”, “el instituto de virología”, para introducir un argumento. Podría suponerse que este es un recurso de la voz hablante para dotar de validez a su mensaje, apelando a la heteroglosia dialógica expansiva. Sin embargo, al ser voces expertas ficticias, el mensaje se construye sobre la base de una falacia argumentativa de autoridad (*ad verecundiam*), según la cual quien emite el discurso presupone que incluir una fuente (supuestamente) especializada lo legitima. En este tipo de textos, la nacionalidad de los “expertos” referenciada mediante frases como “autoridades holandesas”, “universidad médica de Taiwán” o “investigadores estadounidenses” – se emplea como un *topos* de lugar

que apela a la creencia compartida de que lo proveniente del norte global es mejor que lo local. Sobre este punto cabe señalar que no deja de llamar la atención que el discurso conspirativo se construye apelando a figuras (ficticias) de la misma autoridad epistémica que se desdeña.

También pudo verse que quienes emiten el discurso realizan una valoración de su propio discurso, a través del uso de ciertas palabras que otorgan fuerza y foco a la calidad de sus argumentos. Frases como “serio y excelente consejo”, “esta información podría ayudar a salvar vidas” o “urgente” constituyen marcas de gradación que evidencian la metaevaluación positiva que se hace de los contenidos.

La importancia que las propias personas autoras les otorgan a sus mensajes se corresponde con una intención persuasiva expresada explícitamente en los textos analizados, especialmente en los tienen que ver con conjuros, remedios y amenazas. Frases como “urgente no deje que le tomen la temperatura en la cabeza”, “me gustaría llamar su atención con urgencia”, “no se pongan la vacuna”, “pídale a todos sus conocidos que hagan lo mismo” o “comparta y difunda esta información” operan como cláusulas perlocutivas que la voz autoral emplea con el objetivo de persuadir a sus interlocutores para que realicen una determinada acción.

Un elemento para destacar es que algunos de estos mensajes son difundidos por personas con formación en medicina, como es el caso del médico costarricense Augusto Vega Chavarría⁵, lo cual evidencia que las teorías de la conspiración también pueden ser difundidas por miembros del *establishment* político, intelectual y espiritual de la época (Thalman, 2019).

Conclusiones

Las valoraciones que se transmiten a través del discurso legitiman o deslegitiman posturas sociales, por tanto, su estudio permite explorar cómo se construyen las narrativas que entran en disputa por el control del sentido y la

⁵ En junio de 2021, el Colegio de Médicos de Costa Rica inhabilitó durante 260 días al Dr. Augusto Vega Chavarría por difundir contenidos falsos sobre el virus en sus redes sociales y por ejercicio ilegal de la profesión

Culpables, conjuros, remedios y amenazas

construcción de la verdad sobre la pandemia en Costa Rica. Los resultados del análisis discursivo de las teorías de la conspiración que circulan en el país reflejan de forma local una tendencia global, según la cual la construcción discursiva de las teorías de la conspiración ya no requiere de argumentos complejos o de narrativas elaboradas, pues con solo evocar *topoi* o ideas conspirativas ya es suficiente (Thalmann, 2019).

Ante estos hallazgos, cabe preguntarse si las teorías de la conspiración, dado su alto grado de intertextualidad y de la comunidad semántica que comparten entre sí, podrían conceptualizarse como un género del discurso. Ahora bien, aunque los textos analizados evidencian una serie de estructuras semánticas y retóricas que los harían formar parte del género discursivo conspirativo en su sentido más amplio, también fue posible identificar una serie de contenidos semánticos que reflejan su carácter local al abordar temas y problemáticas de la realidad nacional. Es decir, existe una sintaxis conspirativa global (anunciar, denunciar y transmitir lo ominoso), cuya realización semántica es local.

Por ejemplo, para el caso costarricense y en función del corpus analizado, es posible concluir que las narrativas conspirativas se construyen a partir de la premisa de la existencia de una serie de bandos y de contiendas: el gobierno *contra* el pueblo, medios de comunicación *contra* médicos independientes, farmacéuticas *contra* las personas, nicaragüenses *contra* costarricenses. La realización discursiva de estos temas sugiere que quienes emiten el discurso analizado valoran de forma positiva a los grupos sociales (el pueblo, los costarricenses, los médicos por la verdad), mientras que ejercen una sanción social negativa sobre la institucionalidad (la medicina alópata, la clase política responsable de la “PACdemia”) y lo extranjero (las personas nicaragüenses).

Probablemente algunos de los textos analizados tengan una motivación política, como, por ejemplo, vilipendiar al partido gobernante, pero también cabe preguntarse sobre las necesidades afectivas que son satisfechas a través de textos desinformativos que prometen curas rápidas, baratas y efectivas ante la amenaza de un virus y ante la incertidumbre que generan los efectos sociales y culturales de una pandemia

En relación con lo anterior, es posible concluir que, para efectos del corpus analizado, las teorías de la conspiración suplen una serie de necesidades

socioafectivas al desempeñar una función cultural *apelativa*, *afectiva* y *denunciadora* (Zwierlein, 2015). El estudio a través del modelo de la valoración permitió identificar que la función *apelativa* se realiza discursivamente, mediante frases perlocutivas que exhortan al pueblo a unirse ante la amenaza del otro –nicaragüense– y de la institucionalidad, que en lugar de proteger al pueblo le perjudica. La *función afectiva* se realiza mediante aquellas construcciones discursiva que ofrecen remedios y conjuros, apelando así a lo emocional en la medida que transmiten cierto sentido de seguridad y control sobre una enfermedad de la que aún se sabe poco y sobre la que hay evidencia científica cambiante e incluso contradictoria. Aunado a esto, las valoraciones negativas que se hacen de la institucionalidad médica y política operan como una *denuncia* que se expresa en frases como “nos han engañado”. De esta forma, la teoría de la conspiración ofrece una narrativa, una versión del presente que opera como un motor cultural, que busca crear un (falso) sentido de comunidad ante una amenaza percibida.

Desde el punto de vista de la función ideativa del discurso, este tipo de enfrentamientos simbólicos difunden y consolidan la representación de una esfera pública en conflicto. La función interpersonal del discurso refuerza esa representación porque las narrativas conspirativas se articulan a partir de un enfrentamiento constante entre víctimas (la sociedad) y victimarios (la institucionalidad). Por tanto, es posible concluir que la forma en la que los temas y actores sociales son reseñados en el discurso de las teorías de la conspiración y la desinformación refleja y refuerza la fragmentación y la polarización social que experimenta la sociedad costarricense.

La fragmentación y la polarización social no solo favorecen el auge de tendencias populistas y extremistas, también dificultan la construcción social de una (posible) verdad colectiva, que logre articular las necesidades e intereses de los distintos grupos sociales. A nivel de salud pública, la falta de confianza de las personas por la institucionalidad médica y por las regulaciones políticas que, en principio, buscan su bienestar, pueden motivar prácticas de autocuidado perjudiciales que, a la larga, pueden también poner en riesgo la salud colectiva. Asimismo, los significados utilizados para construir las narrativas conspirativas

Culpables, conjuros, remedios y amenazas

demuestran que esta situación sanitaria atiza representaciones xenofóbicas de muy larga data en el imaginario costarricense (Sandoval, 2008; Campos y Tristán, 2009).

El análisis del discurso permitió obtener algunos indicios sobre cuáles son las creencias intersubjetivas que articulan semánticamente las teorías conspirativas estudiadas en este capítulo. Sin embargo, los datos encuentran su límite cuando se trata de entender por qué algunas personas tienen más confianza en el uso del dióxido de cloro que en una vacuna de ARN mensajero (ARNm) e incluso que las hace aceptar o rechazar la vacunación. Las preguntas que surgen a partir de los resultados del análisis discursivo evidencian que es necesario explorar cuáles son los elementos cognitivos y afectivos que favorecen la adhesión hacia ciertas teorías de la conspiración, así como los efectos que ello puede llegar a tener sobre las prácticas de salud y el ejercicio de la ciudadanía.

Referencias bibliográficas

Arendt, Hanna. 1967-68. *Verdad y Mentira en la Política*. Página Indómita.

Barkun, Michael. 2006. *A Culture of Conspiracy: Apocalyptic Visions in Contemporary America*. Berkeley: University of California Press.

Brennen, Bonnie. 2013. *Qualitative Research Methods for Media Studies*. Routledge.

Bratich, Jack Z. 2008. *Conspiracy Panics: Political Rationality and Popular Culture*. SUNY Press.

Campos, Anyelick & Larissa Tristán. 2009. *Nicaragüenses en la noticias: textos, contextos y audiencia*. Editorial Universidad de Costa Rica.

Douglas, Karen, Robbie M. Sutton & Aleksandra Chichocka. 2017. "The Psychological of Conspiracy Theories." *Current Directions in Psychological Science* 26, no. 6: 528-542.

Fairclough, Norman & Roth Wodak. 1997. "Critical discourse analysis." En *Discourse as Social Interaction*, editado por T. van Dijk, 258-284. Sage.

Foucault, Michel. 2007. *El nacimiento de la biopolítica*. Fondo de cultura económica.

Goertzel, Ted. 2010. "Conspiracy theories in science." *EMBO Reports*.
<https://doi.org/10.1038/embor.2010.84>

Harambam Jaron. 2020. *Contemporary Conspiracy Culture: Truth and Knowledge in an Era of Epistemic Instability*. Routledge.

Harambam, Jaron. 2021. "CONSPIRACY THEORIES. Misinformed publics or wittingly believing false information?" En *The Routledge companion to media disinformation and populism*, editado por Tumber, H. & Waisbor, S. Routledge.

Hofstadter, Richard. 2008. "*The Paranoid Style in American Politics.*" *The Paranoid Style in American Politics and Other Essays*. Vintage.

Ibarra, Daniela. 2018. "Topoi como recurso argumentativo en comentarios de blogs de tema político en ciberperiódicos chilenos." *RALED* 18, no. 2.

Martin, J.R. & P. R. R. White. 2005. *The Language of Evaluation. Appraisal in English*. Palgrave Macmillan.

Oteíza, Teresa & Claudio Pinuer. 2019. "El Sistema de valoración como herramienta teórico-metodológica para el estudio social e ideológico del discurso." *Logos: Revista de Lingüística, Filosofía y Literatura* 29, no. 2: 207-229. DOI: 10.15443/RL2918.

Sandoval, Carlos. 2018. *Otros amenazantes: los nicaragüenses y la formación de identidades nacionales en Costa Rica*. Editorial UCR.

Culpables, conjuros, remedios y amenazas

Thalman, Katharina. 2019. *The Stigmatization of Conspiracy Theory since the 1950s. A Plot to Make us Look Foolish*. Routledge.

Uscinski, Joseph E., Karen Douglas & Stephan Lewandowsky. 2017. "Climate Change Conspiracy Theories." *Oxford Research Encyclopedia of Climate Science*. <https://oxfordre.com/climatescience/view/10.1093/acrefore/9780190228620.001.0001/acrefore-9780190228620-e-328>.

Waisbord, Silvio. 2018. "Truth is What Happens to News." *Journalism Studies*, DOI: 10.1080/1461670X.2018.1492881

White, Peter & Robert Rupert. 2000. *Un recorrido por la teoría de la valoración*. Universidad de Birmingham.

Zwierlein, Cornel. 2015. "Security Politics and Conspiracy Theories in the Emerging European State System (15th/16th c.)." *Historical Social Research* 38, no. 1: 65-95. <https://www.jstor.org/stable/23644491>

Cuadro 8.2 Conjuros

No.	Fecha	Tema	Texto	Formato / Desmentido
1	9/03/2020	Conjuro Subtema Autoexamen para determinar contagio de COVID-19	"Hola, mi madre me pasó esto por whatsapp. El nuevo coronavirus puede no mostrar signos de infección por 14 días. ¿Cómo podemos saber si estamos infectados? Cuando ya se tiene fiebre y/o tos y van al hospital, los pulmones ya tienen el 50% de fibrosis y puede ser demasiado tarde. Los expertos nos aconsejan un simple auto examen que nosotros podemos hacernos cada mañana. Inhala profundamente y sostén la respiración por más de 10 segundos. Si puedes hacerlo sin toser, sin incomodidad la ventilación indica que no hay fibrosis en los pulmones, básicamente indicando que no hay infección. En épocas críticas por favor chequeate en un ambiente con aire puro o limpio. SERIO Y EXCELENTE CONSEJO por doctores que han tratado COVID-19. Cada uno debe asegurar que su boca y garganta esté húmeda, NUNCA SECA. Tome unos cuantos sorbos de agua cada 15 minutos al menos POR QUÉ? Aun si el virus entra en tu boca, tomando agua u otros líquidos lavará o llevará a través del esófago al estómago. Una vez dentro de tu estómago el ácido matará el virus. Si no tomas suficiente agua más regularmente, el virus puede entrar a tu tráquea y dentro de los pulmones. Eso es muy peligroso. Por favor en envía y comparte con tu familia, amigos y todos acerca de esto. Cada uno se debe cuidar pues el corona virus puede cubrir el mundo pronto.	Cadena de WhatsApp desmentida por No Coma Cuento
2	11/04/202	Conjuro Subtema Uso del cloruro de sodio como método de protección contra el COVID-19	¡Protéjase del COVID-19 con el cloruro de sodio! En su casa hay cloruro de sodio, que es sal que le echamos a la comida. Disuelva una puntita de sal en una cuchara en medio vaso de agua y haga gárgaras cuatro veces al día. ¿Cómo funciona? Comprobación científica hecha en Europa ha demostrado que este coronavirus se aloja en la garganta, en la boca y en la laringe. El virus se ubica en esos lugares en una semana y luego baja a los pulmones, y ahí es donde se desata la enfermedad.	Cadena de WhatsApp desmentida por Doble Check

Culpables, conjuros, remedios y amenazas

No.	Fecha	Tema	Texto	Formato / Desmentido
3	11/04/202	Conjuro Subtema Fortalecer sistema inmune	<p>La Nueva Sepa</p> <p>*SEPA* que su cuerpo es una máquina perfecta que tiene la capacidad de regenerarse, desinflamarse, desintoxicarse, repararse y Sanar.</p> <p>*SEPA* que tenemos más bacterias y virus que células humanas. Y que ambos son vitales para nuestra existencia y salud.</p> <p>*SEPA* que toda enfermedad comienza en el intestino. Y que en su intestino se encuentra más del 70% de sus Sistema de Defensas.</p> <p>*SEPA* que el ayuno es la Terapia Magna. Ayuno de 16/18/24horas ayuda a que su cuerpo se enfoque en sus células inmunes, recibiéndolas y deshaciéndose de las dañadas.</p> <p>*SEPA* que su alimentación es su primer y mejor medicina. Y una suplementación adecuada. Ayudarán a suplir deficiencias y a potenciar su sistema inmune.</p> <p>*SEPA* que todo lo que come vibra y esa sintonía afecta su frecuencia energética de la misma manera que sus pensamientos y emociones lo hacen.</p> <p>*SEPA* que el miedo debilita su sistema inmune y es el principal promotor de la enfermedad junto con el stress crónico.</p> <p>*SEPA* que los abrazos fortalecen su sistema inmune y suben sus defensas hasta el punto que puede protegerlo de los virus e infecciones.</p> <p>*SEPA* que el respirar oxígeno estimula también su sistema inmunológico, reduciendo la posibilidad de padecer trastornos alérgicos, afecciones respiratorias y asma, favorece la oxigenación celular eliminando las toxinas del organismo y células muertas.</p> <p>*SEPA* el sol es Salud! aumenta el número de glóbulos blancos que conforman el primer escuadrón de defensa del organismo y son los encargados de protegernos en primer lugar contra una infección.</p> <p>*SEPA* que caminar descalzo en la naturaleza (earthing) hace que el sistema inmune desintoxique su cuerpo a través de carga de electrones de la tierra lo que genera anticuerpos para combatir resfrios y alergias, además de disminuir el riesgo de que el cuerpo desarrolle inflamación prolongada.</p> <p>*SEPA* que la práctica diaria de meditación, quieta y clarifica la mente, proporciona relajación profunda y bienestar en general.</p> <p>*SEPA* que hacer ejercicio físico, descarga tensión física y emocional y genera endorfinas.</p>	NA Mensaje de grupo público "Médicos por la Verdad" en Telegram

Cuadro 8.3 Remedios

No.	Fecha	Tema	Texto	Formato / Desmentido
4	16/03/2022	Remedios Subtema Antivirales naturales a base de hierbas	<p>En Italia y Francia han descubierto que personas que han fallecido por Covid-19 han tomado ibuprofeno y ocasiona que el virus se potencie 5 o más veces. Favor evitar la automedicación, divulgar esto y a cuidarnos. Señores cualquiera que tenga Síntomas tomar única y exclusivamente</p> <p>*PARACETAMOL* (salvo, claro está, prescripción médica) y beber mucha agua y muy a menudo (si es posible sorbos cada 15 minutos). También tenemos antivirales naturales como el Ajo, Gengibre, Propóleo, y casi todas las plantas Aromáticas (Menta, Melisa (Toronjil), Romero...), Canela, Curcuma, Frutas con Vitamina C... en Infusión preferiblemente...</p> <p>¡¡POR FAVOR QUE RUEDE!!</p> <p>¡¡SE SOLIDARIO!!</p> <p>¡¡ESTA INFORMACIÓN PODRÍA AYUDAR A SALVAR VIDAS!!</p> <p>INCLUIDA LA TUYA, LA DE ALGÚN FAMILIAR CUALQUIER VECINO O AMIGO!</p> <p>¡¡¡COMPARTELO, Atte ML</p>	<p>Cadena de WhatsApp desmentida por</p> <p>No Coma Cuento</p>
5	04/05/2022	Remedio Subtema Alimentos para combatir la COVID-19	<p>Centro de virología de Moscú, Rusia: que asegura que «el COVID-19 es inmune a los organismos con un PH mayor de 5.5 y que por tanto hay que consumir alimentos alcalinos que nos ayuden a combatir el pH para contrarrestar el virus. En la cadena se dan algunos ejemplos como el limón, el aguacate, la piña o el mango.</p>	<p>Post del Dr. Diego Armando Morejón según datos del Centro de Virología de Moscú, Rusia desmentido por</p> <p>No Coma Cuento</p>
6	21/07/2022	Remedio / prevención Subtema Químicos para evitar la propagación de la COVID-19	<p>Agregue 1 cucharada de cloro a cada desague de sus inodoros, lavabos, bañeras, duchas, lavavajillas, etc. Las autoridades holandesas han descubierto que el virus está creciendo y multiplicándose en el sistema de aguas residuales. Descubrieron que incluso las personas que estaban confinadas en sus hogares contrajeron el virus y decidieron analizar el agua en el sistema de aguas residuales y encontraron el virus Covid-19 activo en las alcantarillas.</p> <p>Pídale a todos sus conocidos que hagan lo mismo. Todos los desinfectantes fuertes y corrosivos pueden jugar el mismo papel, pero el blanqueado concentrado es la mejor opción. ¡Extiéndelo!</p>	<p>Cadena de WhatsApp desmentida por</p> <p>No coma cuento</p>

Culpables, conjuros, remedios y amenazas

No.	Fecha	Tema	Texto	Formato / Desmentido
7	29/07/2020	Remedio Subtemas Fármacos contra la COVID-19	<p>TOMEN NOTA RECOMENDACIONES DE LA DOCTORA BARRIENTOS:</p> <p>1. SI USTED ES SANO (SIN ENFERMEDADES PREEXISTENTES) INICIE EL TRATAMIENTO AL EMPEZAR SINTOMAS (ENTRE DÍA 1-3 DE SINTOMAS):</p> <p>1 antigrípil de calidad 3 veces al día por 7 días</p> <p>1 Ibuprofeno 400 mg 3 veces al día por 10 días para hombres / 8 días para mujeres</p> <p>1 Cardioaspirina/Aspirina de niño diaria (Si es Aspirina de 325 mg tomar la mitad)</p>	<p>Post que circula por WhatsApp y Facebook desmentida por No Coma Cuento</p>
8	04/12/2020	Remedio / prevención Subtema Químicos para evitar la propagación de la COVID-19	<p>¡SENTIDO COMÚN! Si el DIÓXIDO DE CLORO es tóxico y mortal y lo están tomando miles de personas ¿porqué no están abarrotadas las salas de emergencia de intoxicados por ésta "peligrosa substancia"? ¡PORQUE NO ES TÓXICA! ¡No inventen!</p>	<p>Cadena de WhatsApp desmentida por No Coma Cuento, Doble Check y CCSS</p>
9	26/03/2020	Remedio Subtema Alimentos para combatir la COVID-19	<p>El ácido tánico que se encuentra en las uvas y el vino inhibe dos enzimas clave en el coronavirus. Al entrar en contacto, este último ya no puede penetrar en las células humanas. A finales de año, investigadores estadounidenses demostraron in vitro que los polifenoles presentes en las uvas y el vino alteran la forma en que el virus Sars-Cov2 que causa el Covid-19 se replica y se propaga. La Universidad Médica de Taiwán ha descubierto que los taninos del vino inhiben eficazmente la actividad de dos enzimas clave del virus, que luego ya no pueden entrar en el tejido celular. "De todos los compuestos naturales que probamos en el laboratorio, el ácido tánico es el más efectivo", dijo a TVBS Mien-Chie Hung, biólogo molecular y presidente de la universidad. También recordó los buenos resultados obtenidos con los tratamientos experimentales con ácido tánico en 2003 durante la pandemia del SARS. El investigador tiene la esperanza de que pronto se desarrolle un tratamiento farmacéutico. Mientras tanto, recomienda que los ciudadanos consuman alimentos y bebidas ricos en taninos para reforzar su inmunidad. «Este es el caso de las uvas, el vino, los plátanos, el té y las verduras».</p>	<p>Post compartido en Facebook, WhatsApp y YouTube desmentido por No Coma Cuento</p>

Cuadro 8.4 Culpables

Verdad en extinción

No.	Fecha	Tema	Texto	Formato / Desmentido
10	10/03/202	Inmigración	En Peñas Blancas miles de extranjeros varios enfermos son expulsados en Nicaragua pero cruzan a Costa Rica ya que la política de fronteras abiertas impulsada por Epsy Campbell y Carlos Alvarado lo permite.	Publicación en el perfil de Facebook de Liberales de Costa Rica desmentida por Doble Check
11	13/03/202	Gobierno Subtema Inmigración	Carlos Alvarado mediante video llamada se compromete a ayudar a Daniel Ortega con Nicaragüenses que deseen venir al país a recibir tratamiento por coronavirus. Mediante una alianza pedirán junto a demás presidentes centroamericanos un préstamo de \$ 4.500 millones en eurobonos que terminarían pagando los costarricenses.	Publicación en el perfil de Facebook de Liberales de Costa Rica desmentida por Doble Check
12	03/09/202	Origen del virus Subtema Vacuna antigripal	"Más del 90% de los ingresos hospitalarios en todo el mundo de casos respiratorios agudos (incluyendo todos los catalogados como covid-19), corresponden a personas que se habían administrado la vacuna antigripal en los meses previos. Esto incluye a los decesos producidos en los hogares de ancianos. El denominado virus sars-cov-2 aún no ha sido aislado y secuenciado en ningún laboratorio del mundo, de acuerdo al único procedimiento científico utilizado y autorizado para ello; a saber, el "Protocolo de Koch": Ni siquiera ha sido aislado y secuenciado en el famoso laboratorio de Wuhan, China. Todo lo que maneja la ciencia del mundo en torno a este patógeno, es una "suposición de virus", ya que su existencia no ha sido comprobada hasta el día de hoy (28 de Julio de 2020). Si existe un virus capaz de producir la patología denominada "covid-10", la evidencia científica abrumadora (más del 90% de los casos registrados y de los decesos producidos) indica, sin lugar a dudas, que ese supuesto virus ha sido inoculado a través de la vacuna antigripal. Y, si el supuesto virus no existe como tal, lo que se denomina covid-19, es simplemente la reacción adversa a la vacuna antigripal, que es, en sí, un efecto intencionalmente diseñado por medio de la Ingeniería farmacéutica y genética. "En las personas que ingresan a los hospitales y que se determina que tienen covid, el cuadro es causado por covid y usualmente no hay un antecedente de que se acaben de poner la vacuna de la gripe."	Cadena de WhatsApp desmentida por No Coma Cuento

Culpables, conjuros, remedios y amenazas

No.	Fecha	Tema	Texto	Formato / Desmentido
13	24/05/2020	<p>Inmigración</p> <p>Subtema Uso de servicios de salud nacionales</p>	<p>Decenas mueren a diario en Managua, Chinandega, Masaya, y Rivas; escasean las camas; los ventiladores e insumos primarios y hay más personal médico contagiado por COVID-19. Nicas están organizados y realizan caravanas para llegar al lado tico.</p>	<p>Publicación del perfil de Facebook de Liberales de Costa Rica desmentida por Doble Check</p>
14	8/06/2020	<p>Inmigración</p> <p>Subtema Gobierno Servicios de salud</p>	<p>Vecinos del pueblo de Upala de la zona fronteriza reporta una situación muy grave el Ejército de Nicaragua pasan nicaragüenses enfermos hacia Costa Rica el gobierno de Nicaragua les da un bono para que vaya a Costa Rica para que se ayuden la Policía en ocasiones fueron amenazados por el Ejército Nica, los Policías Reporta la Situación y Gobierno no toma medidas estricta sobre el tema.Costa Rica ocupa leyes migratoria rigurosas,cuerpos Policiales Fronterizo capacitados para todo tipo de situaciones y si es un necesario un muro por la Seguridad Nacional. ¿el Gobierno ha estado ocultando esto.?</p>	<p>Publicación del perfil de Facebook de Tiquicia Noticias desmentida por No coma cuento</p>
15	16/09/2020	<p>Culpables</p> <p>Subtema Origen del virus</p>	<p>Prestigioso diario estadounidense confirma origen del paciente cero del coronavirus: era empleado del famoso laboratorio de virología de la ciudad china de Wuhan. El coronavirus COVID-19 se originó en el laboratorio del Instituto de Virología de Wuhan, NO de un murciélago comido en un "mercado húmedo" de animales de Wuhan. "El paciente cero" trabajó en el laboratorio, luego ingresó a la población de Wuhan, donde comenzó el brote. Así lo advierte un nuevo reporte explosivo de un prestigioso periodista de investigación.</p>	<p>Publicación del perfil de Facebook de Tiquicia Noticias desmentida por Doble Check</p>
16	16/09/2020	<p>Gobierno</p> <p>Subtema Gobierno Servicios de salud</p>	<p>Alerta, Emergencia soberana nacional. DIFUNDA Costarricenses tenemos un problema serio. Hace pocas horas se votó en la Asamblea Legislativa para ayudar a personas contagiadas de COVID-19 que vienen de Nicaragua. Nuestro sistema de la Caja está a punto de colapsar. Carlos Alvarado tiene la intención de gastar al máximo para estrangular la CCSB convirtiéndola en una entidad privada. Están jugando con nuestra soberanía. Estas son negociaciones que la república costarricense que ha hecho con Nicaragua. La Asamblea no está protegiendo al país ni su soberanía.</p>	<p>Publicación del perfil de Facebook de Tiquicia Noticias desmentida por Doble Check</p>

Cuadro 8.5 Advertencias y amenazas

No.	Fecha	Tema	Texto	Formato / Desmentido
17	25/04/2020	Medidas sanitarias restrictivas Subtema Represión policial	Señal de peligro #URGENTE Señal de peligro Ciudadano que buscaba medicinas y medicamentos es vapuleado por esbirro de la dictadura de #CostaRica que cumple órdenes de .@CarlosAlvQ de recetar palo al Pueblo, así se respetan los derechos humanos en tiempos de #COVID19 con la complicidad de .@Almagro_OEA2015	Publicación de la cuenta Tropa Digital Pablo Ubeda en Twitter desmentida por Doble Check (montaje fotográfico)
18	14/07/2020		El ministro de Salud es epidemiólogo..., pero de la Escuela Veterinaria. El ministro Daniel Salas es graduado en Epidemiología de la Escuela Veterinaria, según la Universidad Nacional. "Daniel Salas actual ministro de Salud es orgulloosamente uno de los muchos graduados de la Maestría en Epidemiología Aplicada a los Sistemas de Salud, que imparte el Posgrado Regional en Ciencias Veterinarias Tropicales de la UNA", dice un comunicado. Levantan como salvador de la salud de los costarricenses a un graduado de esa escuela, pero viene de una escuela de salud animal.	Publicación del perfil de Facebook de Los Ignorantes desmentida por Doble Check
19	04/07/2020	Pruebas diagnósticas de COVID-19 Subtema Efectos nocivos (muerte de neuronas)	No deje que le tomen la temperatura en la cabeza URGENTE. Tenga cuidado con los supermercados que utilizan termómetros infrarrojos o láser. El doctor Patrick Rhodes, médico especialista en virología, advirtió la semana pasada que estos termómetros matan alrededor de mil neuronas en cada toma de temperatura, causando alteraciones en el sistema nervioso. Si se usa de forma prolongada, puede causar daños en la vista. Si usted se ve obligado a que le realicen una toma de temperatura, pida que se la hagan en el brazo. No se exponga.	Cadena de WhatsApp desmentida por Doble Check
20	22/07/2020	Pruebas diagnósticas de COVID-19 Subtema Efectos nocivos de la prueba (infección y muerte)	El lugar de donde están obteniendo las muestras para detectar el coronavirus se llama: barrera sangre – cerebral, es una sola capa de células que protege el cerebro de metales pesados, plaguicidas y otras sustancias tóxicas que siempre se mantienen fuera. Así es como los nutrientes vitales como el oxígeno alcanzan el cerebro. Si de alguna manera su barrera hematoencefálica llega a quedar comprometida, se convertiría en una "barrera hematoencefálica con fuga" que es un cerebro inflamado el cual quedaría expuesto a que bacterias y otras toxinas entren en su cerebro e infecten el tejido cerebral; lo que puede llevar a la inflamación y a veces a la muerte.	Texto e imagen que circula en redes sociales desmentidos por No Coma Cuento

Culpables, conjuros, remedios y amenazas

No.	Fecha	Tema	Texto	Formato / Desmentido
21	13/08/2022	Pruebas / criterios diagnósticos de COVID-19 Subtema Fiabilidad de la prueba PCR	"La fiabilidad de los tests, es nula, se están dando positivos que no son ciertos. Los "asintomáticos" no existen, solo es una palabra inventada para justificar TEST que dan positivos, sin  tomas."	Imagen compartida en WhatsApp (texto lo acompaña la foto de Kary Mullis, quien descubrió la reacción en cadena de la polimerasa) desmentida por No Coma Cuento
22	25/03/2022	Medidas sanitarias	Municipalidad de San José ordena fosas comunes. Al superar los 20.000 casos confirmados en Costa Rica la Municipalidad de San José determinó abrir fosas comunes para víctimas de la pandemia COVID-19. El municipio anunció sobre la medida y se dispuso que, en el cementerio Calvo -conocido como el cementerio de los indigentes- se perforen 200 tumbas comunes "ante una desafortunada pérdida". "Nos hemos preparado en caso de que sea necesario. Inicialmente 200 espacios", le manifestó el alcalde Araya a la corresponsalia de NCR Noticias Costa Rica y Multimedia.	Post en el perfil de Facebook de Ticonoticias en línea desmentida por Doble Check
23	11/09/2022	Origen del virus Subtema El virus del SARS-CoV-2 no causa la COVID-19	"Desde el punto de vista científico creemos, no solo el Dr. Augusto Vega sino un poco más de 100.000 médicos a nivel mundial que nos han engañado con respecto a la enfermedad del COVID-19. (...) Hoy en día hay una pandemia, pero no es con respecto a una infección. Es con respecto al Estado de crisis económica, social, psicológica, emocional que ha ocasionado esa "medietez" (sic) estos medios mal llamados grandes. Es por ello que vamos a hablar de qué es (...). El virus no cumple con los postulados de Koch. Para que ustedes comprendan todo médico sabe que para darle validez a la existencia de una infección tenemos que agarrar y aislar al virus (...) tenemos que aislarlo para poder decir si efectivamente aquí tenemos al virus y esta es su cadena genética. En este momento desde la publicación en el New England Journal (sic) en el año 2019, en diciembre 2019 donde los chinos publican acerca de la alarma que produce la enfermedad del COVID-19, ellos mismos dicen que no cumple con los postulados de Koch, o sea, no se aisló el virus. No se ha aislado nunca, entonces qué es lo que pasa, eso le quita credibilidad a la existencia del SARS 0.2 (sic)."	Transcripción de un fragmento de la entrevista a Augusto Vega, publicada en el perfil de Facebook de Allan Jara Noticias
24	11/02/2022	Efectos nocivos de la vacuna Subtema Parálisis facial		No Coma Cuento Audiovisual compartido por WhatsApp en el que habla una farmacéutica

No.	Fecha	Tema	Formato / Desmentido
25	20/08/2022	Efectos nocivos de la vacuna Subtema Daño genético	<p>Mensaje de Robert F. Kennedy, Jr. "Para todos mis pacientes: Me gustaría llamar su atención con urgencia sobre cuestiones importantes relacionadas con la próxima vacunación contra el Covid-19. Por primera vez en a historia de la vacunación, las llamadas vacunas de ARNm de última generación intervienen directamente en el material genético del paciente y, por lo tanto, cambian el material genético individual, que representa la manipulación genética, algo que ha sido prohibido y hasta ahora considerado criminal. Esta intervención se puede comparar con la de los alimentos manipulados genéticamente, lo cual también es muy controvertido. Incluso si los medios y los políticos actualmente trivializan el problema e incluso claman sin pensar un nuevo tipo de vacuna para volver a la normalidad, esta vacunación es problemática en términos de salud, moral y ética y también en términos de daño genético que, a diferencia del daño causado por las vacunas anteriores, ahora será irreversible e irreparable. Estimados pacientes, después de una vacuna ARNm sin precedentes, ya no podrán tratar los síntomas de la vacuna de forma complementaria. Tendrán que vivir con las consecuencias, porque ya no se pueden curar simplemente eliminando toxinas del cuerpo humano, así como no puedes curar a una persona con un defecto genético como el síndrome de Down, el síndrome de Klinefelter, el síndrome de Turner, la enfermedad cardíaca genética, hemoftalia, fibrosis quística, síndrome de Rett, etc), porque el defecto genético es para siempre! Claramente, esto significa si un síntoma de vacunación se desarrolla después de una vacunación de ARNm, ni yo ni ningún otro terapeuta pueden ayudarte, porque el daño causado por la vacunación será genéticamente irreversible. En mi opinión, estas nuevas vacunas representan un crimen contra la humanidad que nunca se ha cometido en una forma tan grande en la historia. Como dijo el Dr. Wolfgang Wodarg, un médico experimentado en realidad, esta vacuna prometedora para la gran mayoría de las personas en realidad está prohibida porque es manipulación genética!". La vacuna, desarrollada y respaldada por Anthony Fauci y financiada por B Gates, utilizó tecnología experimental de ARNm. Tres de los 15 con los de indias humanos 20% experimentaron un evento adverso grave Nota: El ARNm mensajero o ARNm es el ácido ribonucleico que transfiere el código genético procedente del ADN del núcleo celular a un ribosoma en el citoplasma, es decir, el que determina el orden en que se unirán los aminoácidos de una proteína y actúa como plantilla o patrón para la síntesis de dicha proteína.</p>

Culpables, conjuros, remedios y amenazas

No.	Fecha	Tema	Texto	Formato / Desmentido
26	16/02/2022	Efectos nocivos de la vacuna Subtema Ineficacia	No se pongan la vacuna hasta que Carlos Alvarado Quesada, Daniel Salas Peraza y Román Macaya se la pongan primero, se metan los tres en una sala de pacientes infectados de covid-19, sin mascarilla ni protección alguna, y así corroboramos que la vacuna sirve y funciona. Por qué razón estos individuos no se pusieron la vacuna primero, siendo los tres primeros costarricenses en dar el ejemplo y tanto que, según ellos, se han rasgado las vestiduras por la salud de los costarricenses. La razón es muy sencilla: ellos saben muy bien que esta vacuna tiene efectos dañinos sobre el ser humano o porque no se la han puesto? Sean más maliciosos. Es el colmo el nivel de idiotización en que ha caído un porcentaje de la población que no exigen que la vacuna se la pongan ellos primero.	Publicación de Facebook de PhD Allan Arburola Valverde desmentida por Doble Check
27	03/03/2022	Efectos nocivos de la vacuna Subtema Victimas mortales	Han muerto 47 personas en Costa Rica días después de la aplicación de la vacuna, por ese motivo el personal de la CCSS no quiere vacunarse en más del 95% y ahora los quieren obligar	
28		Efectos nocivos de la vacuna	Los rusos lograron desconectar el chip de la vacuna pfizer.	Publicación de Facebook de Augusto Vega Chavarría
29	06/05/2022	Medidas sanitarias peligrosas / restrictivas Subtema Uso de mascarilla en niños	 No mascarillas en niños. Es abuso de menores. Más niños se han suicidado por las medidas del gobierno, de lo que han fallecido por Covid	Chat de Telegram de Médicos por la Verdad en Costa Rica
30	11/05/2022	Origen del virus Subtema Virus artificial	El virus SARS COV 2 es un virus quimera artificial, su origen es un laboratorio debido a que en biología existe la barrera especie y ésta solo se puede traspasar mediante cultivos de virus en células animales, hecho que sólo puede ocurrir en condiciones controladas y jamás en la naturaleza.	Mensaje de Biólogos por la Verdad difundido en chat de Telegram Médicos por la Verdad en Costa Rica

9 Los discursos de fraude electoral en Costa Rica: hipótesis para su comprensión

Gustavo Román Jacobo

Introducción

La salud de las democracias, cualesquiera que sean su tipo y su grado, depende de un mísero detalle técnico: el procedimiento electoral. Todo lo demás es secundario. Si el régimen de comicios es acertado, si se ajusta a la realidad, todo va bien (...). Sin el apoyo de auténtico sufragio, las instituciones democráticas están en el aire. (Ortega y Gasset, 2008, pp. 313-314)

La afirmación de Ortega y Gasset tiene una sólida base teórica. Nuestras democracias se fundamentan sobre una creencia ilustrada: la soberanía popular, es decir, que la fuente legítima del poder político es el pueblo¹. Como no puede ejercerlo por su propia mano, debe hacerlo a través de representantes. Y la mejor forma de la que disponemos, a la fecha, para seleccionarlos son las elecciones con sufragio universal².

¹ Complemento de esa creencia es otra: la de la igualdad política, que reconoce en cada persona ciudadana, parte de ese pueblo, capacidad de agencia para intervenir en la definición de los asuntos comunes.

² Consenso combatido por autores como Van Reybrouck (Contra las elecciones, 2016), que postula la recuperación del mecanismo del sorteo frente al de las elecciones.

Los discursos de fraude electoral en Costa Rica

Esa es, en apretadísima síntesis³, la razón de ser de los procesos electorales. Producir, mediante un mecanismo de agregación de voluntades individuales, una decisión colectiva, un gobierno legítimo, del que emanen leyes legítimas, y jueces con legitimidad que, basándose en ellas, juzguen, así como policías que, a su amparo, ejerzan la violencia legítima del Estado. La elección es, así, la interfaz entre la creencia socialmente compartida en la soberanía popular y la materialidad efectiva, cotidiana, del poder político y coercitivo que rige la vida de la *polis*. Y, por eso, calificar de fraudulenta una elección afecta la legitimidad, no de un evento puntual, sino del orden político en general.

Esa calificación puede ser correcta, es decir, corresponderse con la realidad. Conforme la democracia se consolidó ideológicamente en el mundo como el mejor sistema de organización de la vida en sociedad, las personas gobernantes no dispuestas a someterse a sus condicionamientos, pero necesitadas de su halo legitimador, han desarrollado técnicas para controlar la incertidumbre e imprevisibilidad política que entraña. Una de ellas es el fraude electoral. Así, para Schedler (2016), fraude electoral es la “reversión” del sentido de la voluntad popular, para que el resultado real de la elección no sea decisivo. Es, dentro de la “caja de herramientas de violaciones” de los “régimenes electorales autoritarios”, un “remedio correctivo” que consiste en “ajustar los resultados oficiales de las elecciones” (pp. 132, 153-155).

Esta precisión es importante. Fraude electoral es la acción que impide la expresión de la voluntad popular en el proceso dispuesto para que esta se concrete y determine el reparto del poder político: las elecciones. Impidiéndole votar a la ciudadanía, cambiando el sentido de su voto, tornándolo ineficaz o reduciendo decisivamente su peso en el resultado final mediante la fabricación de votos. No se trata de irregularidades aisladas (previstas y sancionadas en las legislaciones de todas las democracias), se trata de la alteración del resultado

³ Sin entrar en las discusiones de quienes señalan (con razón), que el objetivo original del diseño de la elección de representantes era, más bien, limitar la participación popular en la conducción de los asuntos públicos, o de quienes argumentan (también con razón) que la representación, más que un mal necesario, es la condición necesaria para que en las democracias las diferencias se procesen mediante el diálogo político.

del ejercicio comicial, de modo que, al concluir este, la voluntad mayoritaria no prevalece y es sustituida por otra, democráticamente espuria⁴.

¿Cómo se conjura? Con el adecuado diseño y pulcra aplicación del “miserio detalle técnico” al que aludía Ortega y Gasset. Es, precisamente, lo que ha hecho Costa Rica, parte de un reducido grupo de países del mundo que suprimió el fraude electoral de sus comicios⁵. No gracias a una mayor virtud cívica de la población costarricense, sino a mecanismos diseñados para que la pureza del sufragio no dependa de la conducta moral de nadie en particular, ni siquiera de las autoridades electorales superiores, quienes, aunque quisieran, no podrían torcer el resultado de las urnas.

Lo que se le escapa a Ortega y Gasset, cuando afirma que, si “el régimen de comicios es acertado, si se ajusta a la realidad, todo va bien”, es que, aparte del fraude electoral⁶, existe también el discurso de fraude electoral, a consecuencia del cual es posible que, a pesar de que la elección sea limpia según homologados estándares internacionales, “no todo vaya bien”. En la medida en que denunciar un fraude no requiere que este en realidad haya ocurrido, y dado que esa falsa alarma carece de sanción, no es de extrañar que se emplee. El problema no es su enunciación en sí; el problema es cuando un sector de la población da crédito a ese relato (como recientemente ocurrió

⁴Curiosamente, ni la palabra “fraude” ni el sintagma “fraude electoral” aparecen en la Constitución Política ni en el Código Electoral ni en la Ley de Regulación del Referéndum costarricenses. En el voluminoso tomo Derecho Electoral Latinoamericano. Un enfoque comparativo (2019), por poner como ejemplo un manual de referencia en la materia, no hay ningún capítulo así titulado. Así, una expresión de abundante e intenso uso en el habla en torno a las elecciones no tiene una correspondiente presencia en la legislación ni en la doctrina del Derecho Electoral. En lo que sí son prolijas la legislación, la doctrina y la jurisprudencia electoral es en la descripción de delitos electorales y causales de nulidad del voto o de resultados electorales.

⁵ Lo acreditan múltiples evaluaciones independientes, como el Índice de Integridad Electoral: <https://www.electoralintegrityproject.com/>

⁶ Con discurso me refiero a la práctica social que se articula a partir del uso lingüístico contextualizado (oral o escrito, pero coherente e intencionado, con fines), básica en la construcción y reproducción de representaciones mentales socialmente compartidas.

Los discursos de fraude electoral en Costa Rica

en EE.UU.⁷), porque el efecto deslegitimador que tiene sobre el sistema político en su conjunto es significativo.

Ese es el objeto de este capítulo: no el fraude electoral, sino el discurso de fraude. Más específicamente, el discurso de fraude cuando no ha habido fraude. Discrepo de Schedler (2009) en cuanto a que, para él, a nivel discursivo, uno y otro no pueden distinguirse:

Desgraciadamente, los buenos y los malos perdedores son equivalentes en términos discursivos. Lo que escuchamos de ambos lados es indistinto. En general, los dos rechazan los resultados electorales en nombre de la democracia procedimental. Los dos denuncian instituciones y prácticas autoritarias y se describen como luchadores por elecciones democráticas. (...) ¿cómo podemos distinguir entre demócratas genuinos que rehúsan aceptar el fraude y demócratas aparentes que rehúsan aceptar la derrota? (...) ¿Cómo sabemos si nos encontramos ante un escenario donde se quebraron las instituciones democráticas a raíz del fraude, o ante otro muy diferente donde se quebraron las normas de competencia democrática a raíz de las frustraciones mal contenidas de un candidato perdedor? (p. 42).

Con análisis crítico del discurso, respondo yo. Para Schedler, siendo discursivamente iguales, la única forma de distinguirlos sería por medios forenses, probatorios, históricos. Y sí, son claves. Esa es la razón por la que, en este capítulo, no me limitaré a considerar discursos, sino que también los confrontaré con la realidad a la que aluden. Pero pretendo formular, desde la perspectiva teórica de los estudios críticos del discurso de Teun Van Dijk⁸, hipótesis sobre las posibles características y propósitos de este discurso cuando se emplea contra elecciones limpias. Entiendo por ello no unas en las que no

⁷ El 6 de enero de 2021, simpatizantes del presidente Trump asaltaron el Capitolio tras una manifestación contra un supuesto fraude electoral denunciado sin pruebas por el propio Trump.

⁸ Entre la bibliografía del autor, que no se incluye en las referencias de este capítulo porque no la citaré, destaco, para el abordaje de esta cuestión, sus obras *Ideología* (1999), *Sociedad y discurso* (2011), *Discurso y contexto* (2012), y *Discurso y conocimiento* (2016).

ocurran ilicitudes y comportamientos antiéticos de sus actores (que solo existen como ideal), sino las realizadas bajo estándares homologados de regularidad democrática. Hipótesis formuladas a partir de un primer acercamiento exploratorio a ese discurso y a partir de factores contextuales, principalmente institucionales, y de los acontecimientos concretos en los que ha aparecido.

Para la constatación de estas hipótesis sería necesario, para empezar, la definición de un *corpus* y de una matriz de análisis, lo que excede las posibilidades de este capítulo. Para formular esas hipótesis con rigor, en cambio, procederé a desarrollar una tipología de discursos de fraude (esa es ya la primera hipótesis: pueden distinguirse especies del género), a partir de una revisión histórica, sobre la base de los siguientes parámetros delimitadores.

Incluyo solamente los expresados en procesos electorales nacionales, electivos o consultivos, pero no partidarios ni locales. Solo posteriores a 1958, porque es tras la invasión de 1955 por Calderón y sus aliados centroamericanos y con el triunfo electoral de Echandi en 1958, quien reincorpora al calderonismo a la vida política, que se crea un consenso entre las élites políticas nacionales de dirimir su pulso por el poder mediante el mecanismo electoral. Además, solo por o en defensa de candidaturas principales –por su posicionamiento en las encuestas o por la votación recibida. Así restringido, identifiqué discursos de fraude en los procesos electorales de 1966, 1998, 2006, 2007 y 2018.

Tipología

Discurso de fraude electoral clásico

En las elecciones de 2006, al calor de unos resultados estrechos (1.1 % de diferencia), que tornaron trascendental el siempre verificado – pero normalmente irrelevante– recuento general en la sede del TSE, empezó a decirse que había habido fraude. Mientras autoridades del Partido Acción Ciudadana (PAC) acusaban graves irregularidades y demandaban que, más allá del escrutinio, que incluía el recuento, el TSE desarrollara una especie de

Los discursos de fraude electoral en Costa Rica

auditoría de las mesas, vocerías más marginales explicitaban la acusación de fraude y que la institución estaba involucrada en este.

El PAC formuló 696 demandas de nulidad (el 11 % de las mesas). Las principales inconsistencias fueron los faltantes de papeletas no utilizadas, de padrones-registro y de las certificaciones del resultado de las elecciones. En última instancia, lo que exigía el partido al TSE era la anulación de las Juntas Receptoras de Votos (JRV) cuestionadas. El estribillo, años después repetido por simpatizantes del PAC, líderes sindicales y en la academia, es que “hubo 700 mesas con inconsistencias sobre las que nunca se pronunció el TSE”⁹.

Lo cierto es que, dentro del plazo de ley, se resolvieron en sentencias fundamentadas hasta la última de las demandas de nulidad formuladas. Adicionalmente, en el XIII Informe del Estado de la Nación, una investigación detallada sobre esas incidencias concluye que no fueron 700 las mesas con algún tipo de inconsistencia, sino 416 (de 6163 en total) y, de estas, solo 233 relacionadas con la elección presidencial. Dado que “la mayor parte de las inconsistencias se relaciona con material electoral que no se usó en el proceso –conocido como sobrante–, su no aparición no constituye un grave peligro en términos de limpieza y transparencia” (Alfaro, 2007, p. 12). El “95 % de las juntas identificadas con inconsistencias (233) se agrupa en las categorías de menor riesgo¹⁰ (...). Nuevamente, las mesas con inconsistencias se concentran mayoritariamente en dos de las cuatro categorías empleadas: riesgo bajo o inexistente” (Alfaro, 2007, p. 13). Y un dato que muchas personas desconocen: “en las juntas con alto y medio riesgo, el PAC presidía más mesas que el resto de las agrupaciones” (Alfaro, 2007, p. 15).

⁹ Véase, por ejemplo, el artículo de César Parral del 10-6-2009, “Oposición política juega de casita” en el Semanario Universidad.

¹⁰ Las personas investigadoras crearon la categoría “riesgo electoral”, que “dimensiona el efecto que produce la desaparición de material electoral en una junta, y que eventualmente impediría contrastar la información que reportan los miembros de mesa con los datos que arroja el escrutinio (...) cuatro grandes categorías de riesgo electoral: ningún riesgo, riesgo bajo, medio o alto. El criterio básico que diferencia estas categorías es la disponibilidad o no de material electoral que permita corroborar los datos de una JRV” (Alfaro, 2007, p. 3).

No hay un patrón geográfico en las mesas cuestionadas ni en su integración partidaria¹¹, como tampoco en el resultado de la votación en cada una de ellas, que inclinara la balanza a favor de un partido¹². Tampoco lo hay en la cifra de votos nulos: “la cantidad de votos nulos en las juntas con inconsistencias en las elecciones presidenciales del 2006 fue de 6, ligeramente mayor que el promedio nacional, que se ubicó en 5 votos nulos por junta. Con estos datos se descarta” (p. 14) la utilización del mecanismo de anulación de votos válidos para disminuir el caudal electoral de una candidatura rival.

Aun cuando se hubiese adoptado “una medida extrema, como anular todas las mesas con inconsistencias, el efecto en el resultado final de la votación habría sido nulo, pues se habrían anulado 24 176 votos del PAC y 25 277 del PLN (...) la diferencia entre ambas agrupaciones se habría reducido tan solo 1101 sufragios” (Alfaro, 2007, p. 14), sin ningún efecto relevante, pues la diferencia entre Arias y Solís fue 18 veces esa cantidad. La anulación de esas mesas, además, habría violentado el artículo 142 del Código Electoral¹³ y derechos fundamentales de miles de electores, de diferentes partidos, que votaron en esas juntas.

El antecedente en el país de semejante acusación fue la del Partido Liberación Nacional (PLN) en las elecciones de 1966, igualmente a raíz

¹¹“De las 416 juntas estudiadas, en 413 la cantidad de miembros de mesa del PAC y el PLN era exactamente la misma” (Alfaro, 2007, p. 5).

¹² “Interesa examinar si en las JRV con errores en la elección presidencial, al combinar las variables “partido ganador” y “consecuencia de la inconsistencia”, se detecta un patrón en los resultados que favoreciera a una agrupación en particular. La evidencia descarta la posibilidad de que las mesas con inconsistencias hayan sido ganadas mayoritariamente por un partido político. Por el contrario, en ellas el triunfo se distribuyó de manera relativamente equitativa” (Alfaro, 2007, pp. 12-13).

¹³ Según el cual, para declarar la nulidad, es menester que, en lo que interesa, “padrón-Registro, acta, documento, inscripción, escrutinio o cómputo (...) resultare de modo evidente no ser expresión fiel de la verdad” (Código Electoral de 1953, derogado en 2009, artículo 142, inciso b, el destacado no es del original).

Los discursos de fraude electoral en Costa Rica

de resultados estrechos (0.9 % de diferencia). El PLN acusó a la Coalición Unificación (CU) de haber hecho un fraude en las mesas, entregándole doble papeleta presidencial a quienes eran opositoristas y doble papeleta de diputación o municipal a quienes eran liberacionistas¹⁴. Las 524 demandas de nulidad (un 17 % de las mesas) apuntan a la falta de concordancia entre los votos emitidos y el número de votantes, así como entre las cifras de las tres elecciones.

Todavía en su autobiografía de 2006, Alberto Cañas (también protagonista del discurso de fraude de 2006), recordando su experiencia como jefe de propaganda de Oduber, afirma que la CU se robó las elecciones con la referida treta en las mesas de votación. La tensión escaló a niveles muy superiores a los de 2006. Luis Manuel Chacón¹⁵, del comando de campaña de Trejos, en su autobiografía de 2009, dice que, al día siguiente de las elecciones, convencidos del fraude, Figueres (“con su cachucha puesta”, rememora el expresidente Trejos) y Oduber se aprestaban a dar un golpe. Declinaron la acción armada por la firme oposición del Presidente Orlich y de su ministro de la presidencia, Mario Quirós, así como por la promesa de que Paco Calderón no sería designado Ministro de Seguridad y no se perseguiría a Figueres por sus créditos bancarios¹⁶. En sus memorias, Trejos también narra estos delicados momentos, incluida la solicitud de Figueres al TSE, para que, contraviniendo

¹⁴“La maniobra se habría facilitado (según el relato liberacionista) porque, en esa elección, excepcionalmente, en lugar de utilizar tres urnas distintas (una para cada tipo de cargo a elegir) se utilizó una (Cañas, 2006, p. 362; Fernández, 1997, p. 134). Ciertamente, por ley adoptada en octubre de 1965 (la cual Cañas y Fernández incluyen dentro de la estrategia del fraude, y de la que el segundo señala como responsable al director general del Registro Civil, Nelson Chacón), se dispuso utilizar para las elecciones de 1966 “una sola urna electoral”, pero el artículo 33 del Código Electoral de 1953 originalmente establecía (y así se mantuvo hasta 1965) que se debían utilizar “dos urnas de madera” (no tres), una misma para la nómina presidencial y la lista de diputaciones. De modo que la afirmación de ambos autores de que el sistema anterior a la reforma de 1965, el “tradicional”, el de “siempre”, era de tres urnas distintas, es falsa. En 1969 se reformó el Código Electoral y se dispuso la actual diversidad de colores de las papeletas y la utilización de urnas distintas para cada tipo de elección.

¹⁵ Hijo de Nelson Chacón, referido en la nota anterior, y padre de la vicepresidenta 2014-2018, Ana Helena Chacón.

¹⁶ Aunque lo narrado por Chacón y Trejos es escalofriante, es consistente con lo publicado por el partido en el periódico La República del 10 de febrero de 1966: el PLN “tampoco puede quedarse con los brazos cruzados mientras se inicia en Costa Rica, una vez más, la ejecución de delitos

el secreto del sufragio constitucionalmente protegido, se aplicaran pruebas dactiloscópicas a las papeletas (Trejos, 1999, p. 205). El TSE no cedió y declaró a Trejos presidente¹⁷.

Salvo mejor evidencia en contrario, mi criterio es que no hubo fraude electoral. Para que ocurriera tal cual se dice, hubiera sido necesaria una inverosímil pasividad de los miembros de mesa y fiscales del PLN, cuya estructura territorial era robustísima y, además, era gobierno. Pasividad, también, de las personas electoras. Además, no hay coherencia entre el mecanismo que se acusa que se usó y el hallazgo que, supuestamente, lo evidencia; es decir, no hay coherencia entre la acusación de que se distribuyeron los tipos de papeletas entre electores para que los números cerraran y el argumento de que la prueba de ello es que algunas mesas no cerraron. Eso, aparte de que, como demuestro en la nota XIV, el relato liberacionista –en un punto relevante– es objetivamente falso.

Es muy llamativo constatar al menos siete similitudes entre los casos de 1966 y 2006. Las candidaturas triunfadoras fueron combatidas como ilegítimas desde el principio¹⁸. Los candidatos enfrentados tenían una previa relación personal¹⁹. Hubo dificultades para integrar las JRV (Alfaro, 2007). Los resultados

electorales similares a los que llevaron a las jornadas trágicas de los años 40 (...) el PLN, esta vez como en otras ocasiones, espera pacientemente que el TSE aplique (...) todos los medios a su alcance para realizar la investigación que solicitamos. De lo contrario tendríamos que llegar a la conclusión de que el partido debe empezar a prepararse para luchar otra vez, en otros campos, con quienes creen en el fraude electoral para llegar al poder” (el destacado no es del original) (Alfaro, 2007, p. 23).

¹⁷ La resolución del TSE n.º 28 del 24 de febrero de 1966, que declara sin lugar las demandas de nulidad formuladas por Figueres Ferrer, no solo está sólidamente fundamentada, sino que se sustenta en los mismos principios de derecho electoral que 40 años después utilizará el mismo TSE (desde luego con otra integración) para reconocer la victoria del mismo partido al que en 1966 rechazó sus reclamos.

¹⁸ Liberación objetó ante el TSE la inscripción de la coalición opositora, fruto, decían, del “Pacto de la Vergüenza” (Oconitrillo, 2004, p. 172). Era de esperar porque, aunque en 1958 Calderón había apoyado a Echarri, Trejos era el primer candidato ganador postulado por una coalición en la que participaban los enemigos de los liberacionistas en la guerra. Respecto de la candidatura de Arias, se la acusaba de “ilegítima y espuria” por las circunstancias en las que fue rehabilitada la reelección presidencial en el ordenamiento jurídico costarricense (Monge, 2003).

¹⁹ Trejos era primo segundo de Oduer y Solís había iniciado su carrera política en la primera administración Arias, al frente del ministerio en el que el propio Arias había iniciado la suya en los gobiernos de Figueres y Oduer.

Los discursos de fraude electoral en Costa Rica

fueron estrechos. Se exigieron más medios de verificación de lo realmente votado en cada JRV, que los que disponía la legislación²⁰. Se construyeron “leyendas urbanas” sobre la vulnerabilidad del mecanismo de votación²¹. Ambos candidatos derrotados combinaron contradictoriamente los llamados a la calma y al respeto de los resultados, con la afirmación (explícita en el caso de Oduber²², metafórica en el de Solís²³) de que les habían robado la elección.

²⁰ El PLN y Figueres, en particular, exigieron una investigación dactiloscópica (Alfaro, 2007). En cadena de televisión, el 21 de febrero a las 8 p. m., Solís pidió que se volvieran a revisar 712 juntas ya escrutadas. Ambos demandaron que se anularan la totalidad de los votos de las mesas que cuestionaban.

²¹ La ya mencionada del paso de tres urnas a una en 1966. Y el cambio del voto con huella dactilar al voto con X “para facilitar el chorro” (como si alguna vez la validez del voto hubiera dependido de la identificación del elector). Alberto Cañas fue un promotor de ambas falsedades (a la segunda la llamó “el lapicero”, en *Chisporroteos de La República del 22-2-2006*). Este bulo luego evolucionó a aquel según el cual se pasó del voto con lapicero al voto con crayón para poder, tras borrar la X marcada, cambiar el sentido del voto.

²² En su discurso del 14 de febrero de 1966, Oduber (1967) afirma que seis partidos, entre ellos el comunista, unieron su “falta de escrúpulos” para derrotarlo. Que aun así no les bastó, porque él recibió “el voto mayoritario”, lo cual se podría acreditar “si los votos se cuentan honestamente”. De modo que los trejistas “son ilegítimamente vencedores” (pp. 350-357). El 1 de marzo, ante el rechazo del TSE de sus impugnaciones, añadió que, convencido de que “con irregularidades notorias, cambiaron el resultado electoral”, “el único camino que queda a mi Partido sería el desconocimiento de ese fallo y hacer frente a las consecuencias de este acto, en el terreno de los hechos y llevar así a Costa Rica a una guerra civil permanente”, lo que descarta gracias a su “diálogo íntimo consigo mismo”, que lo lleva a aceptar el fallo, ponerse a las órdenes del gobierno de Trejos para “defender su investidura” y dedicarse, en adelante, a “la reconquista de la pureza electoral” (pp. 365-379).

²³ Aparte de la metáfora de Salomón y el niño, que acuñó en febrero 2006, en la que se describe a sí mismo como la madre legítima que prefiere entregar a su hijo a la impostora antes de que lo partan por la mitad (González, 2006), en 2012, tras unas declaraciones de Fernando Berrocal (“yo sostuve la tesis, que fue la que ganó, de que había que pedirle al Tribunal que parara el conteo y que, simplemente, contáramos todos los votos, uno por uno”) reaccionó con un artículo en *La Nación* (Solís, 2012) en el que, tras mentir (“Nunca he cuestionado los resultados de esa elección”), hace un doble juego de distancia y crédito a la versión de Berrocal, para acabar emplazando a los magistrados del TSE. Lo absurdo de la cuestión, es que el propio dicho de Berrocal carecía de sentido: primero, porque el “conteo” no se paró (terminó, como terminan siempre los sistemas de transmisión de resultados provisionales, sin procesar el 100 % de las mesas, entre otras razones, porque repele las que transmiten resultados inconsistentes) y, segundo, porque el recuento “voto por voto” se debía hacer, como siempre se había hecho, porque así lo

Discurso de fraude electoral mediático

En el año 2007, con ocasión del referéndum del TLC, se adjetivó el sustantivo fraude con “mediático”. Ejemplo de ello es el documental Santo Fraude (2010), que, al fundamentar su acusación, no señala maniobras dirigidas a alterar la documentación electoral²⁴, sino la voluntad de las personas electoras para que votaran “Sí”. Los supuestos mecanismos de alteración de esa voluntad habrían sido la actividad proselitista del presidente y sus ministros (presentada como una anomalía, aunque estaba permitida por la legislación y es lo usual en el derecho comparado en este tipo de ejercicios de democracia directa²⁵), el uso de recursos públicos con fines proselitistas (bien calificado como ilegalidad cuando se denuncia que lo hizo el gobierno, pero presentado como discrecionalidad amparada por la autonomía universitaria cuando sus responsables son académicos y autoridades universitarias), así como las exageraciones y mentiras, la apelación al miedo, la intervención de figuras religiosas y la injerencia de políticos estadounidenses (omitiendo que todo ello, sin excepción, ocurrió también en las filas del “No”²⁶).

disponía la legislación entonces vigente. Una detallada relación de lo acontecido esa noche y de la verdadera solicitud que planteó el PLN (y que fue denegada por el TSE), puede verse en Bou (2008) y en Zamora (2012).

²⁴ Esperable, considerando que, en palabras de Raventós (2008, p. 23), el “No” desplegó la “organización de un programa nacional de reclutamiento y capacitación de fiscales, de tal forma que la mayor parte de las mesas electorales estuvo vigilada por al menos un fiscal del NO. En el Área Metropolitana la mayor parte de las juntas receptoras tuvo dos o tres fiscales.”

²⁵ Raventós (2008), que es ejemplo de las críticas que el TSE recibió desde la academia sin la más elemental ponderación de los aspectos jurídicos básicos para la comprensión de sus decisiones, interpreta que el TSE podía, por reenvío, aplicar la limitación de un derecho fundamental (el de participación política) de un cuerpo normativo a otro. Ello no solo riñe con la doctrina de los derechos humanos, sino que, además, a la luz de las actas legislativas, es evidente que el legislador que aprobó la Ley de Regulación del Referéndum (José Miguel Corrales entre ellos) no quiso vedar la participación de presidente y ministros en las campañas de los referendos (véase la resolución n.º 1119-E-2007 del TSE). Más recientemente, Amador (2018, p. 14), sin una sola línea de análisis jurisprudencial, afirma que esta decisión del TSE es “evidencia de una clara “inclinación”

²⁶ Por solo referir dos ejemplos: El 23 de setiembre el PAC trajo al país al Congresista Michael Michaud y al Senador Bernie Sanders, quienes aseguraron que los beneficios de la Cuenca del Caribe no se eliminarían de no aprobarse el TLC. El 26 de setiembre 94 sacerdotes católicos hicieron un llamado vehemente a votar por el “No”.

Los discursos de fraude electoral en Costa Rica

Particularmente relevante, en la misma línea, son las denuncias sobre la pronunciada diferencia entre la publicidad que pautaron una y otra facción en los medios de comunicación –la legislación no prevé financiamiento estatal para estos procesos²⁷–, el sesgo periodístico de algunos medios a favor del “Sí” y, sobre todo, una entrevista de CNN al economista Ricardo Ernst sobre la situación de Costa Rica en caso de triunfar el “No”, reproducida por telenoticieros nacionales la víspera y el día de la votación. Asombrosamente, las distintas personas académicas que en el documental de cita y en otros artículos tipifican esto como una “violación de la tregua” (Garita, 2007; Cortés, 2008; Raventós, 2008; Amador, 2018), y con base en esa calificación (que es jurídica) fundamentan la acusación de que habría ocurrido un “fraude mediático”, omiten por completo referirse a los pronunciamientos en los que el TSE fundamentó su proceder al respecto²⁸.

Tres fueron las razones del TSE: primero, que, como es propio en una democracia, carecía de potestades para ejercer censura previa de la publicidad sobre el TLC que se difundía durante el periodo de campaña habilitado para ello o para adoptar medidas que obligaran a las empresas de medios a orientar con neutralidad sus enfoques periodísticos. Segundo, que la veda lo era –como lo venía siendo desde hacía medio siglo– para pauta publicitaria, no para la cobertura periodística, amparada por la libertad de prensa. Tercero, que la libertad de prensa quedaría vaciada de sentido si el Estado (en este caso el TSE) pudiera, como exigía la academia –respecto de lo de *CNN*, no del producto periodístico

²⁷ Raventós (2008) nuevamente critica al TSE por no aplicar en este aspecto el Código Electoral de forma supletoria. Con ello pareciera ignorar las significativas diferencias entre un proceso electivo y uno consultivo: la inexistencia de los recursos para financiar ese financiamiento público pues, al amparo del 196 constitucional, el TSE lo reserva por lo menos un año antes de las elecciones y exclusivamente para gasto de los partidos. O la ausencia de organizaciones legítimamente autorizadas para representar a las opciones en contienda y tomar decisiones en nombre de la multiplicidad de sectores detrás de cada una, responsables y con estructura suficiente para recibir recursos públicos y justificar sus gastos. Un problema del que, en otra parte de su artículo, es evidente que la autora es consciente: “Esta diversidad generó conflictos y dificultades operativas en el plano de la coordinación nacional y en su participación como parte en la organización central. Esto se expresó con claridad en tareas en que “el NO” tenía que presentarse como un actor unitario cuando en la realidad se trataba de muchos actores muy diversos entre sí” (p. 23).

²⁸ Véase, por ejemplo, la resolución n.º 2628-E-2007, del 27 de setiembre, y la n.º 2766-E-2007, del 7 de octubre, o los acuerdos adoptados en sesiones extraordinarias n.º 95-2007, del 6 de octubre, y n.º 106-2007, del 26 de octubre.

de los medios universitarios, claro–, dictaminar cuándo una pieza es “realmente” periodística o cuándo la anima una intención propagandística²⁹.

Al igual que sobre la supuesta ruptura de la veda, en general, sobre las demás “irregularidades” denunciadas, los textos repiten que el TSE “guardó silencio”. Eso es una falsedad. El TSE se pronunció sobre cada una de estas cuestiones. Seguramente no en los términos que quisieran quienes reprodujeron este discurso de fraude mediático, pero no es honesto intelectualmente referir como inexistente (silencio) una respuesta porque no se coincide con ella. La omisión de información –recurrente en los artículos académicos referidos³⁰– es una táctica discursiva de manipulación, según la teoría crítica del discurso de Van Dijk.

El Estado de la Nación, en su XIV Informe, dedicó dos apartados al análisis del referéndum. Uno de ellos³¹, específicamente, a los vacíos (aspectos que el legislador omitió regular por no preverlos) y debilidades (aspectos que el legislador sí consideró, pero prefirió expresamente no regular o que reguló de tal forma que generaron polémica) de la legislación. Esa categorización es importante, porque todos los aspectos relevantes para los alegatos de fraude mediático en 2007 (ausencia de financiamiento público; restricción minimalista a la incidencia del gobierno en las campañas, prohibiéndole, solamente, presupuestar recursos para publicidad en medios; regulación del financiamiento privado que solo le fija un tope y hace muy limitadas en la práctica las posibilidades de fiscalización

²⁹ A esa carcunda iliberal, Raventós (2008, p. 26) la llama “una tarea impostergable para el Tribunal”.

³⁰ También en el documental Santo Fraude. Ejemplo de ello son los testimonios de personas que reclaman que no se le acreditaron algunos fiscales al “No”, sin que a los documentalistas les interese indagar en la razón o en si acaso tal cosa ocurrió. Asimismo, incluye parte de una nota de Telenoticias relativa al rechazo de acreditación a una organización denominada Plataforma Interamericana de Derechos Humanos, Democracia y Desarrollo, que pretendía sumarse a la observación internacional, y ahí, en la sola mención, cortan la noticia (para las sólidas razones de la no acreditación de esa organización véase la resolución n°2764-E-2007). Esa edición efectista, que sustenta la narrativa de arbitrariedad y parcialidad del TSE, es incompatible con la ética periodística exigible a un documental que no quiera reducirse a producto propagandístico desinformador.

³¹ XIV Informe del Estado de la Nación. (2008). Aporte especial: Controversias sobre el marco jurídico del referéndum.

Los discursos de fraude electoral en Costa Rica

del TSE; impedimento de participación a los extranjeros solamente en la organización material de la consulta, y replicación de la normativa que regula la tregua electoral en los mismos términos que en los procesos electivos) son calificados por las personas investigadoras como debilidades de la legislación, decididas conscientemente por el legislador, respecto de las cuales el TSE no podía disponer otra cosa sin transgredir el principio de reserva de ley.

El antecedente de este tipo de discurso fue el de José Miguel Corrales tras las elecciones de 1998. Atribuyó su derrota, no a la alteración de la documentación electoral –como la que sí hubo, en altísima proporción, en la única elección que ganó en su carrera política, la convención liberacionista de 1997–, sino a hechos que habrían incidido en la voluntad del electorado: la no celebración de un debate televisivo y la difusión de una encuesta el día de la elección. La dirigencia liberacionista lo acuerpó³².

Tres años después, el argumento lo perfiló el ya para ese momento expresidente del TSE, Rafael Villegas (2001), “por supuesto, no hubo fraude en la mecánica electoral, no lo hubo en la organización electoral del Tribunal” (p. 12 A), pero lo hubo y lo perpetraron, continúa, la Sala Constitucional y *Telenoticias* de Canal 7. La primera, por exigirles a los medios privados invitar a todos los candidatos al debate final, provocando que este no se realizara. El segundo, por difundir ilegalmente³³ el resultado de una encuesta que, dice, disuadió a votantes liberacionistas de ir a votar al final de la jornada, justo cuando empezaban a hacerlo en masa. Villegas hace, así, gala de la debilísima desmesura conjetural del discurso de fraude mediático: tan imposible es que sepa que Corrales habría ganado el debate cancelado y que ello habría volcado las intenciones de voto a su favor, como que supiera que la encuesta salió justo cuando los liberacionistas “se habían decidido salir a votar” y que esta tuvo el

³² Rolando Araya, Rolando González y Moisés Fachler, en un comunicado de prensa, manifestaron: “Costa Rica queda notificada del discutible medio usado para ganar y beneficiarse del mandato presidencial que se iniciará el próximo 8 de mayo, bajo el signo del cuestionamiento y la duda popular, puesto que estos actos en que concurren CID-Gallup, Telenoticias y el candidato del PUSC, fueron determinantes en el resultado final de las elecciones nacionales, dada la estrechísima diferencia de votos entre los partidos mayoritarios” (Mora, 1998).

³³ El 3 de febrero, en sesión 11325, el TSE acordó enviar el caso ante el Ministerio Público por presunta violación del artículo 85 del Código Electoral.

efecto disuasorio que le atribuye; pero afirma ambas elucubraciones como si de hechos ciertos se trataran.

Desde entonces, Corrales ha repetido que hubo fraude en 1998. Aunque nunca demostró –porque no hay base empírica para atribuir esos efectos ni a debates ni a encuestas– que esos dos hechos determinaran el resultado, posicionó la idea de un tipo de fraude que, sin adulterar papeletas, se gesta desde los medios³⁴. Villegas abre su artículo citando la conceptualización que de “fraude” hacía el Diccionario Electoral del Centro de Asesoría y Promoción Electoral (CAPEL), y, como en ella no cabe lo que, según él, pasó en 1998, cierra el texto diciendo que “el diccionario de CAPEL está incompleto”. Así, aunque la doctrina del Derecho Electoral que él manejaba no lo respaldara, ni mucho menos la legislación que como juez electoral, en su momento, debió aplicar, se permite titular su artículo “Hubo fraude en las elecciones pasadas”. Una tozudez argumental que, a diferencia de la de quienes en 2007 afirmaron que se violó la veda electoral, confiesa honestamente su desamparo normativo.

Discurso de fraude electoral en la era de la posverdad

Las elecciones de 2018 aportaron una nueva especie de discurso de fraude. El discurso de fraude electoral en la era de la posverdad. El discurso de fraude vaticinado, anunciado por Juan Diego Castro, “la mayor conspiración de fraude electoral jamás planeada en Costa Rica” (Quirós, 2017; Madrigal, 2018), en la cual el magistrado Sobrado haría presidente a Antonio Álvarez a cambio de beneficiarse de una ley por aprobar, que concedería a las personas magistradas del TSE una pensión como las de sus homólogos del Poder Judicial, que es mejor. Luego de que *La Nación* demostrara que ningún miembro del TSE cumplía los requisitos que la ley, de llegarse a aprobar, exigiría para acceder a ese derecho (Chinchilla y Oviedo, 2018) y luego de que el PLN ni siquiera avanzara a segunda ronda, Castro no se disculpó, pero afirmó que el fraude que anunció se lo había hecho su propio partido, boicoteando su candidatura (Ruiz, 2018).

³⁴ No es casual que, también en 2007, Corrales fuera de los principales voceros que denunciaran la perpetración de un “fraude mediático”.

Los discursos de fraude electoral en Costa Rica

En ese mismo proceso electoral, pero tras la derrota en segunda ronda de Fabricio Alvarado, se acusó, de forma difusa e imprecisa, que había habido fraude. Aunque antes de la segunda ronda el candidato sugirió muy claramente que el TSE favorecía al partido oficialista y denunció un “contubernio” entre el gobierno y la Corte Interamericana de Derechos Humanos (Agencia EFE, 2018; Martínez, 2018; Pérez, 2018), el señalamiento de fraude lo hicieron simpatizantes sin una clara vinculación con el partido (que prácticamente no presentó demandas de nulidad contra los resultados).

Perfiles de Facebook como “Patricio Villeda” o “Eres un PACloversillo” son ejemplos de las cajas de resonancia desde las que, en redes sociales digitales, se difunde este discurso. Sus narrativas y argumentarios son absurdos, incluso como falsedad: se argumentó que los resultados estuvieron muy rápido (en el mundo las sospechas suelen surgir más bien cuando los resultados se demoran), que los muertos votaron o que lo harán en 2022 gracias a la prórroga de validez de la cédula dispuesta por el TSE en atención a la pandemia (desconociendo tanto los controles en la conformación del padrón electoral como los mecanismos de identificación del votante en las JRV), que las encuestas anticipaban otro resultado (como si esa disparidad no ocurriera con frecuencia), que aparecieron boletas olvidadas en un centro de votación (omitiendo que todos eran votos a favor del ganador), que los números de empadronados en una circunscripción y la suma de votos emitidos en ella no cerraban (confundiéndolo con administrativos) y, en general, que el TSE es parte de una conspiración mundial en la que están involucrados desde Bill Gates hasta Nicolás Maduro, pasando por la OMS y, a nivel local, judicatura, medios de comunicación y universidades públicas.

Hay notables características distintivas en este nuevo discurso de fraude: no surge y se disuelve conforme el evento electoral queda en el pasado. Tiene una gravitación permanente o no estacionalidad. No se formaliza en pronunciamientos oficiales ni desemboca en gestiones ante la justicia electoral. Se difunde originalmente en redes sociales, no en medios tradicionales con filtro periodístico (solo posteriormente los reportan sin llegar a tener acceso, en

³⁵ Si bien el discurso de fraude entre simpatizantes de Alvarado surgió hasta después de las elecciones y no antes, como el de Castro, desde entonces no han dejado de anticipar que volverá a haber fraude en las próximas elecciones.

muchos casos, a sus autores). No refiere solo al pasado, sino que lo anuncian a futuro³⁵ y carece de ilación lógica alguna. Son narrativas con una fuerte carga emotiva, pero muy escaso desarrollo del supuesto *modus operandi* del fraude. Así, el discurso de fraude pasa de ser la denuncia de algo que supuestamente ocurrió –y que por esa referencia factual puede desmentirse–, para convertirse en una convicción sobre lo que, no importa cómo, pasará.

Comparación general

Si bien la lectura de los tres acápite anteriores muestra claramente que se trata de discursos de fraude distintos, quiero subrayar la que, para mí, es la diferencia más relevante entre los tres: el factor vulnerable, corruptible o corrupto, que, según cada discurso, permitiría a quienes perpetran el supuesto fraude llevarlo a cabo.

El primer tipo de discurso insiste en la vulnerabilidad del sistema electoral, del mecanismo de recepción y conteo del voto, para ser más precisos. Por eso exige medios extralegales de verificación de la voluntad de la persona electora. Se parte de la sospecha de que ocurrió un fraude, pero, como no se tienen pruebas que lo acrediten y el resultado obtenido bajo las reglas de verificación del sistema no es el pretendido, se demanda la práctica de otras pericias adicionales.

Lo cierto es que los seres humanos, en cada cultura, atribuimos a distintos signos validez para acreditar distintos hechos como ciertos. Pruebas que merecen nuestra confianza. Es la base semiótica de la historiografía. Con esos signos se reconstruye lo que ya no está ante nosotros, pero aconteció. Eso, en materia electoral (los signos y los parámetros que evidencian, a la hora del escrutinio, la voluntad de electores ausentes y anónimos), está positivado en la legislación y detalladamente desarrollado en la jurisprudencia y la doctrina³⁶. Es decir, está

³⁶ Cómo se acredita la voluntad de la persona electora y el resultado de una mesa, cuáles actos son impugnables, qué opciones procesales de impugnación existen, los medios de prueba permitidos, los parámetros para valorarla y las consecuencias de las nulidades, entre otros, son todos aspectos que las legislaciones electorales no dejan al azar; están definidos antes de iniciar el proceso electoral, en algunos casos, como el costarricense, con décadas de aplicación consistente. Para una visión comparada, véase Orozco (2019).

Los discursos de fraude electoral en Costa Rica

previamente reglado bajo qué criterios y de acuerdo con qué parámetros se van a examinar unos documentos para establecer, sobre la base de ese análisis (el escrutinio no es solo conteo, es también calificación) qué quiso el Soberano. De hecho, cuando el Programa Estado de la Nación calibra el nivel de riesgo de las inconsistencias de una mesa de votación como mayor o menor, los dos atributos utilizados son: certeza y respaldo documental. La cuestión de fondo es la posibilidad de conocer el resultado final de una mesa, ya sea porque la documentación electoral está completa o porque la que se tiene así lo permite.

Dos cosas—que obvian los propaladores de este discurso—son elementales aquí: el compromiso con esas reglas, que implica asumir las limitaciones que tienen para darnos certeza, y la necesaria credibilidad en la autoridad electoral. Schedler (2009) lo llama “el problema estructural de credibilidad que se deriva de las limitaciones estructurales a la transparencia que existen en todo proceso electoral” (pp. 43-44). Si mediante un panóptico electoral dotáramos a la ciudadanía de la capacidad de estar en todas partes y verlo todo, la necesidad de confiar en las autoridades desaparecería —al igual que la libertad del sufragio, que depende de su secrecía. Pero las elecciones nunca pueden ser enteramente transparentes. Siempre habrá hechos y decisiones que no podamos observar. Por más abiertos a la veeduría partidaria, ciudadana e internacional que sean unos comicios, desde la perspectiva de los actores individuales siempre serán una gran caja negra. Para aceptar sus resultados, habrá que dar fe a la palabra de otras personas.

El segundo tipo de discurso apunta a la fragilidad cognitiva de las personas electoras. Es la creencia de fondo que sostiene todo el discurso pero que, hábilmente, se oculta. Bajo la crítica a los medios y a las acciones de manipulación a través de ellos —que es lo que se explicita—, subyace la presuposición de una persona ciudadana a la que se le niega “capacidad de agencia”. Como ejemplo, de entre todas las maniobras acusadas (debates no realizados, encuestas, intervención de líderes religiosos o de extranjeros, periodismo sesgado, etc.), me voy a referir solo a la de la “violación de la tregua”, porque la construcción discursiva que distintas personas académicas han hecho de ella es ilustrativa.

A lo ya apuntado, de que a pesar de ser la veda electoral un instituto jurídico, omiten el análisis jurídico de lo ocurrido la víspera del referéndum – ni siquiera para combatirlos citan los pronunciamientos del TSE al respecto–, agrego que presentan lo de *CNN* como los conductistas de los años 40 interpretaban la emisión radiofónica de Orson Welles de La Guerra de los Mundos: ese esquema simple de estímulo-respuesta inmediato de unos medios poderosos sobre una ciudadanía pasiva y atomizada, que hoy suele llamarse teoría de la aguja hipodérmica, pero que ya en los años 50 los padres fundadores de la *mass communication research*, como Lazarsfeld, desacreditaron por ingenua y simplista.

Si jurídico no tiene ninguno –porque la veda es solamente de pauta publicitaria–, ¿qué sustento empírico tiene la afirmación del fraude mediático? En Santo Fraude la apariencia de demostración se construye con una entrevista al investigador Marco Vinicio Fournier, quien muestra a la cámara una pantalla de computadora con gráficos, que, en rigor, no dicen nada, porque el espectador no puede verificarlos –si acaso leerlos–; pero que semióticamente logra la *mise-en-scène* de legitimidad científica de lo que el hablante está diciendo: que esa “ruptura de la tregua” causó el “vuelco” en la decisión de las personas electoras.

Cortés (2008, p. 41), coautor del referido estudio, dice:

(...) la encuesta post-referendo realizada por la Escuela de Ciencias Política de la UCR (Cortés y Fournier, 2008) indica que un 23,6% de la población entrevistada vio la entrevista *CNN* durante la tregua y los cruces de diversas variables sugieren que el clima de miedo generado en esos últimos tres días, pudo haber modificado la trayectoria de votación y, por tanto, el resultado final del referendo (...) esta hipótesis parece ser reforzada por los sondeos de opinión que realizaron Rodríguez, Chacón y Gómez, que indican que el No estuvo arriba del Sí hasta tres días antes del referendo.

Aunque nada puedo decir sobre la rigurosidad metodológica de esos cruces de variables ni de las conclusiones que de los datos resultantes derivan

Los discursos de fraude electoral en Costa Rica

Cortés y Fournier –porque, asombrosamente, aunque varios autores refieren este estudio, no lo he encontrado publicado en ningún sitio–, sí cuestiono la relación que Cortés establece con el estudio de Rodríguez et al. (2008) para sustentar su tesis: no, no es que llegados a la veda electoral hubiera una mayoría estable dispuesta a votar “No”, que se volcara por la emisión de *CNN*. En lugar de un “vuelco”, Rodríguez et al. (2008, pp. 55-58) apuntan a una volatilidad general que, así como provocó un crecimiento final del “Sí”, inmediatamente antes había provocado uno acelerado del “No” y una caída del “Sí”. Además, el estudio dice que dicha volatilidad se veía afectada por acciones efectistas de ambos bandos, incluida la entrevista de *CNN*, sí, pero también el pronunciamiento de los sacerdotes contra el TLC, el del expresidente Monge (ya durante la veda) igualmente contra el Tratado e, incluso, una que salió mal: la conferencia de prensa de la fracción del PAC en la que llamaron por teléfono a Linda Sánchez, congresista demócrata, pero les dijo justo lo contrario de lo que esperaban sobre las posibilidades de renegociación.

Con los años, los atenuadores empleados por Cortés (2008, pp. 41), “requiere más estudio”, “sugiere”, “parece”, fueron desapareciendo de este discurso y se afirmó categóricamente que había ocurrido un “fraude mediático”, presuponiendo la –objetivamente falsa– violación de la veda y el –aún no probado, si es que tal cosa pudiera probarse– efecto definitorio de la emisión de *CNN*. No es de extrañar que, como señalan Díaz y Mora (2018) en relación con esos sucesos: “Si bien no se puede indicar con precisión si afectaron el resultado, así como en qué grado lo hicieron, sí se ha podido constatar (...) que a diez años del referendo estas críticas al proceso aún siguen vigentes en la opinión pública costarricense” (pp. 42).

Como bien dice Molina (2014), este discurso sobre el referéndum, dirigido a “desacreditar” al TSE, a “promover desconfianza con base en el fantasma del fraude electoral”, es “irresponsable –por su efecto corrosivo sobre las instituciones democráticas”. Después, como ha ocurrido desde 2018, cuando son otras tendencias las que cosechan los frutos maduros de una tierra abonada de veneno, puede ser tarde para lamentar haber serruchado la rama sobre la que se estaba sentado.

Ciertamente, quienes difundieron este discurso tienen un punto. Es cierto que la equidad en la competencia, incluido el acceso a los medios, es un componente de una elección democrática. Y sí, el voto informado y razonado, sereno y autodeterminado es una valiosa aspiración cívica, en favor de la cual la legislación establece regulaciones y el TSE trabaja, con sus programas Votante Informado y Ciudadanía Digital Responsable. Sin embargo, ese ideal deviene en perverso argumento antidemocrático cuando, sobre esa base, se descalifica la decisión electoral de las personas, que son naturalmente influenciables, expuestas al bombardeo de mensajes –no siempre veraces– propios de una campaña política, que deciden su voto también emotivamente, bajo el peso de sus afectos y prejuicios, y con los sesgos cognitivos que nos son propios a los seres humanos.

La supresión del chantaje realmente efectivo, gracias a la garantía del secreto del voto, eficazmente resguardado por un proceso electoral de alto estándar como el costarricense, es la mayor protección a la autodeterminación del votante que puede asegurar una autoridad electoral. Las excesivas ambiciones en este terreno pueden acabar justificando, con la mejor de las intenciones, no solo medidas inconstitucionales de protección de la libertad del sufragio y de tutela del derecho a la información de las personas electoras (censura previa o restricciones a la libertad de expresión y a la libertad de prensa), sino, peor, propuestas regresivas como la de Jason Brennan en *Contra la democracia*, de 2016, que postula la instauración de una “epistocracia”, en la que la universalidad del sufragio da paso a la puntuación del valor del voto de acuerdo con el grado de conocimiento sobre los asuntos públicos de cada elector.

El tercer tipo de discurso presupone *la perversión del “sistema” como un todo*. Un todo que se cree coordinado y del que forman parte el sistema electoral, el judicial, el de medios, el financiero, y, en casos extremos, el sistema educativo y los sistemas de producción de conocimiento, incluidas las universidades y la comunidad científica, así como la institucionalidad internacional (ONU, OMS, FMI, etc.). Si no se formalizan recursos ante la autoridad electoral, es porque no se espera ninguna actuación imparcial de esta. Ni de esta ni de ninguna otra.

Parafraseando a Chesterton, Rodolfo Cerdas solía decir que cuando la gente ya no cree en nadie está dispuesta a creer en cualquier cosa. Así, oscilando

Los discursos de fraude electoral en Costa Rica

entre, por un lado, el escepticismo, convencido de que todo lo evidente es solo aparente, no más que un trampantojo, y, por el otro, el fanatismo religioso, que tiende a aceptar como verdades irrefutables narraciones que confieran un sentido coherente a todo cuanto ocurre, aparecen las teorías de la conspiración. Un dogmatismo blindado frente a la evidencia en contra, que se disfraza, discursivamente, de agresiva perspicacia.

Lo que Chesterton entiende como resultado de la pérdida de fe en Dios –de su “muerte”, advirtió, antes, Nietzsche–, Popper lo ve como resultante de la secularización de las supersticiones religiosas: a los dioses del Olimpo los suceden otros actores en las sombras que mueven los hilos. Y aquí, claro, hay una enorme carga emotiva implicada. Las desagradables sensaciones de incertidumbre y desasosiego frente a la complejidad creciente de la vida, la desazón, fruto del desencantamiento del mundo –que advirtió Weber– y la impotencia ante la mecanización de la vida –también señalada por Weber–, junto a la creencia en la maldad intrínseca de las autoridades –alimentada por décadas de negativismo antipolítico periodístico– hacen que todo lo “oficial” sea sospechoso y toda autoridad, en sentido amplio, incluida la de un medio de referencia o la de un centro de investigación científica de prestigio, se interprete como pretenciosa.

Así, bajo la ilusión de la desintermediación y la espontaneidad –que no son tales, porque hay “ingenieros del caos”³⁷ alimentando estas narrativas–, se construyen, a partir de experiencias desarticuladas, unos relatos en los que no existen las coincidencias, sino los patrones, rastros de un grupo oculto con un plan perverso. El hecho de que varios sufrimientos se interpreten como efectos de los actos atribuidos a ese grupo explica la importancia de la sensación de impotencia que Jolley y Douglas (2014) han identificado entre las personas con disposición a creer estos discursos, lo que podría relacionarse con que se dirijan, preferentemente, a sectores de bajos ingresos, menor nivel educativo y de regiones económicamente deprimidas.

Mi hipótesis es que el discurso de fraude electoral en la era de la posverdad es una especie del género “teoría de la conspiración”. Es cierto que los

³⁷ La expresión es de la obra homónima de Giuliano da Empoli, de 2019.

otros dos discursos de fraude comparten en alguna medida estas características –lo que justifica que los categorice a su vez como parte del género “discurso de fraude electoral”– pero hay diferencias notables. Una es que “el grupo” tras bambalinas es mucho más amplio. No son trejistas o aristas, ni la oligarquía política y empresarial solamente. Es “el sistema” mismo. A la popularización *mainstream* de la sospecha posmoderna (apreciable en películas de finales de siglo como *The Truman Show* o *Matrix*), siguió su derechización política, que se expresa en las expresiones conservadoras de la posverdad.

La otra diferencia notable es la progresividad en el nivel de abstracción o la falta de concreción a la hora de señalar los mecanismos utilizados para torcer la voluntad popular. Véase cómo se pasa de lo concreto a lo impreciso: de la referencia, en el primer discurso, a la adulteración de unos documentos claramente identificables (unas papeletas o unas certificaciones específicas, de unas mesas específicas), al señalamiento, en el segundo, de unos efectos provocados por varios estímulos comunicacionales en la conciencia de las personas electoras, y, de ahí, en el tercero, a la casi total indefinición de los medios a través de los cuales supuestamente se gesta el fraude. Sí, el discurso de fraude clásico no resiste la verificación probatoria y el de fraude mediático apunta a unos efectos de los medios imposibles de delimitar (y sobre la base de teorías superadas hace 90 años), pero, en el de la era de la posverdad la imprecisión y absurdidad es muy superior.

Considérese, por ejemplo, lo de la pensión al magistrado Sobrado que anuncia Castro. Ello sería, en todo caso, una motivación del magistrado para procurar el fraude, no un mecanismo para hacerlo³⁸. Otro tanto de lo mismo podría decirse del discurso que acusa fraude contra Fabricio Alvarado en la segunda ronda de 2018: muchas publicaciones refieren a una votación masiva de suplantadores de electores fallecidos. Sin embargo, la falta de precisión sobre las acciones que serían necesarias para llevar a cabo esa maniobra (alteración

³⁸ Lo de los “bolis inyectados de guaro”, dada su inadecuación como medio para el fin propuesto, parece más guasa que indicación de un mecanismo. De hecho, según reportó La Nación (Chinchilla, 2018), la reacción de sus seguidores a la afirmación de Castro fue de risa.

Los discursos de fraude electoral en Costa Rica

de cédulas, engaño a miembros de mesa, imitación de firmas y alteración de las listas de electores, entre otros) sigue siendo mucho más alta que en los otros dos tipos de discurso.

Hipótesis

A continuación, esbozo las hipótesis que podrían orientar un futuro trabajo de análisis crítico de estos discursos.

Superestructura discursiva

El primer tipo de estos discursos tiene una recepción mayor entre menor sea el conocimiento técnico de las personas sobre el proceso electoral³⁹. El segundo tipo es expresado desde tendencias con escasa incidencia sobre el sistema de medios y respecto de temas sobre los que este muestra poca pluralidad. El tercer tipo es una especie del género “teoría de la conspiración”. En general, el presidencialismo, como forma de gobierno que incentiva el personalismo de las campañas electorales, facilita la aparición del discurso de fraude.

Macroestructura semántica

En el primer tipo de discurso, el tema dominante es el de la adulteración documental. En el segundo, el de la manipulación de las conciencias. En el tercero, el de la corrupción del sistema como un todo, no solo del electoral. En general, las autorepresentaciones oscilan entre el victimismo y narcisismo. Argumentalmente, invocan como bandera la defensa de la democracia, pero, para que se restituya la pureza del sufragio, según ellos mancillada, exigen medidas que violentarían importantes principios democráticos. Aunque en diferentes

³⁹ Cuando se indagó quiénes son los que más cuestionan la limpieza y los resultados de las elecciones de 2006, el resultado fue: “las personas más críticas tienen un nivel educativo más bajo, están menos informadas, se abstuvieron de participar en los comicios y su nivel de apoyo al sistema democrático es menor que el resto.” Dato contrario al de otro estudio del Instituto de Investigaciones Sociales de la UCR que, sin embargo, formuló la pregunta en términos de si “no hubo ninguna posibilidad de fraude” (Alfaro, 2007, pp. 17).

grados según el tipo de discurso –más en el tercero que en el primero–, puede identificarse una debilidad lógica o argumental en la coherencia local del texto y en el binomio afirmación-fundamentación de lo afirmado. Lo mismo ocurre con la imprecisión en la identificación de las fuentes.

Microestructura

Algunos elementos que presumiblemente se hallarán en los tres tipos de discurso son los que se describen a continuación. Una selección sesgada de “hechos-evidencia” (*cherry picking*) y su articulación sintáctica con intencionalidad persuasiva. Además, omisión de información, manejo polarizado de los pronombres “nosotros” y “ellos”, estrategias de generalización (construcción de tipos a partir de casos e interpretación de casos a la luz de tipos) y definición de certezas, expresadas con alto nivel de abstracción, a partir de la descripción detallada de dudas. Otros elementos, aunque aparezcan en los tres tipos de discurso, es de esperar que en cada uno adquieran rasgos distintivos: intensificadores, hipérbolos, metáforas y uso de la voz pasiva, para conciliar la enunciación de la denuncia con la imprecisión de las fuentes.

Propósitos

El propósito es un criterio de relevancia de los modelos de contexto, según la teoría crítica del discurso de Van Dijk. Mi hipótesis es que los discursos de fraude electoral tienen, alternativamente, los siguientes:

Legitimar la adopción de leyes que restrinjan el derecho al sufragio de las minorías. Es el propósito usual en EE.UU., pero no lo ha sido en Costa Rica, porque no ha habido impulsos normativos en esa dirección.

Legitimar alzamientos contra el resultado de las elecciones. Tampoco parece haber sido la motivación, porque sus actores ni han adoptado acciones en esa dirección ni las han incentivado (salvo, según el relato de Luis Manuel Chacón, tentativamente el PLN en 1966).

Los discursos de fraude electoral en Costa Rica

Presionar por la anulación de los resultados de las elecciones. Fue el propósito, mayormente implícito, pero evidente, por parte del PLN y del PAC en 1966 y 2006.

Proteger el capital político, autoestima o imagen pública, de quien pierde. Es el caso de Corrales en 1998 y de Castro en 2018, considerando sus subsiguientes postulaciones e intervenciones en la esfera pública, en las que no han verbalizado que sometieron su nombre al electorado y este, simplemente, no los eligió.

Deslegitimar el resultado de la votación para legitimar la oposición futura a un programa político. Es el propósito aparente en las vocerías del “No” en 2007 y entre simpatizantes de Fabricio Alvarado en 2018, apreciable en la intensidad discursiva, que apela a valores, y el activismo político desplegados contra la agenda de implementación del TLC y contra la administración de Carlos Alvarado, la entrada en vigencia del matrimonio igualitario, entre otros.

Deslegitimar el sistema político como un todo. Es el propósito en el caso de Castro y de simpatizantes de Fabricio Alvarado en 2018, apreciable en los modelos de acontecimiento, generalizaciones, metáforas empleadas, entre otros.

Consideraciones finales

Estas hipótesis, súper, macro, microestructurales y contextuales requieren verificación empírica. Son solo un borrador de trabajo. Espero que este primer aporte contribuya, estableciendo las bases para ello, a una mejor comprensión de estos discursos, que son una forma de desinformación que aparece en esos delicados momentos de la vida de toda sociedad democrática en los que debe escoger a las personas que ejercerán el gobierno. Mi aspiración es que el análisis crítico de estos discursos desinformativos permita identificar lo que de abuso de poder, manipulación y vocación antidemocrática hay en ellos. Eso será fundamental para contrarrestarlos en el debate público y neutralizar su potencialidad desestabilizadora de las democracias.

Referencias bibliográficas

Agencia EFE. 2018. “Evangélico critica al TSE y el oficialista el uso de la religión en la campaña en Costa Rica.” *Agencia EFE*, 26 de marzo. <https://www.efe.com/efe/america/politica/evangelico-critica-al-tse-y-el-oficialista-uso-de-la-religion-en-campana-costa-rica/20000035-3564728>

Alfaro, Ronald. 2007. “De elecciones y cuestionamientos a los resultados: el caso de los comicios costarricenses de 2006.” *XIII Informe sobre el Estado de la Nación en Desarrollo Sostenible*. CONARE/Defensoría de los Habitantes.

Amador, Marvin. 2018. Referéndum del TLC en retrospectiva: Miedo, exclusión y ocultamiento desde los medios en el contexto neoliberal. *Revista Rupturas*, no. 8: 1-32. Universidad Estatal a Distancia. <https://doi.org/10.22458/rr.v8i0.2183>

Bou, Zetty. 2008. “Resultados electorales ajustados: el caso de Costa Rica, elecciones presidenciales del 5 de febrero de 2006”. Resultados electorales ajustados. Experiencias y lecciones aprendidas. *Cuadernos del CAPEL 52*. Instituto Interamericano de Derechos Humanos. <https://archivos.juridicas.unam.mx/www/bjv/libros/11/5008/5.pdf>

Cañas, Alberto. 2006. *80 años no es nada*. (1° ed.). Editorial UCR.

Chacón, Luis Manuel. 2009. *Un largo camino*. Progreso Editorial.

Chinchilla, Sofía. 2018. “Juan Diego Castro dice que el PLN cambiará votos por ‘bolis inyectados con tapis’, crack y marihuana.” *La Nación*, 28 de enero. <https://www.nacion.com/el-pais/politica/sin-pruebas-juan-diego-castro-dice-que-el-pln/QJO32XSA7JGVDFRF3CNG5JWWSA/story/>

Los discursos de fraude electoral en Costa Rica

Chinchilla, Sofía & Esteban Oviedo. 2018. “#NoComaCuento: Juan Diego Castro cuestionó al presidente del TSE con base en una premisa falsa.” *La Nación*, 5 de enero. <https://www.nacion.com/el-pais/politica/juan-diego-castro-cuestiono-al-presidente-del-tse/2N6V5M3WDZEAZFGZYBWP2M/story/>

Cortés, Alberto. 2008. “Los límites del referendo sobre el TLC como instrumento de participación política en Costa Rica.” *Revista de Ciencias Sociales III*, no. 121: 31-47. Universidad de Costa Rica. <https://revistas.ucr.ac.cr/index.php/sociales/article/view/10497/9878>

Díaz, Jose Andrés & Sindy Mora. 2018. “Percepciones de la población costarricense sobre el referéndum y la implementación del TLC a diez años de su aprobación.” *Revista Rupturas*, no. 8: 33-60. Universidad Estatal a Distancia. <https://doi.org/10.22458/rr.v8i0.2184>

Fernández, Joaquín. 1997. *Oduber*. Editorial UNED.

Garita, Nora. 2007. “Fraude mediático en Costa Rica.” *Le Monde Diplomatique*, diciembre. <https://mondiplo.com/fraude-mediatico-en-costa-rica>

González, A. 2006. “Confusión salomónica.” *La Nación*, 13 de marzo. <https://www.nacion.com/opinion/confusion-salomonica/TQ76HKACN5A3RGYS3PL7BCISUA/story/>

Hernández, Oscar, Garro, Francisco, Rodríguez, María Elena. 2009. *Elecciones presidenciales. Inconsistencias, anomalías y otros temas*. Editorial UCR.

Jolley, Daniel & Karen Douglas. 2014. “The social consequences of conspiracism: Exposure to conspiracy theories decreases intentions to engage in politics and to reduce one’s carbon footprint.” *British Journal of*

Psychology, no. 105: 35-56. The British Psychological Society. <https://doi.org/10.1111/bjop.12018>

Madrigal, Rebeca. 2018. “Lo que molestó a Juan Diego Castro: Advirtió al presidente del TSE que lo estaba observando.” *La Nación*, 16 de enero. <https://www.nacion.com/el-pais/politica/lo-que-molesto-a-juan-diego-castro-advirtio-al/KMXDOXWRC5HRLGUK4OGM3ABTKU/story/>

Martínez, Andrés. 2018. “Fabricio Alvarado criticó al TSE actuar durante proceso electoral.” *Teletica.com*, 26 de marzo. https://www.teletica.com/politica/fabricio-alvarado-critico-al-tse-actuar-durante-proceso-electoral_189741

Molina, I. 2014. “El fantasma del fraude electoral en Costa Rica.” *La Nación*, 2 de febrero. <https://www.nacion.com/viva/cultura/el-fantasma-del-fraude-electoral-en-costa-rica/W3SIZBMQG5EMPJVYW7JVFKJA6Q/story/>

Monge, L. 2003. “Contra el ‘bazucazo’ judicial. *La Nación*, 12 de abril. <https://www.nacion.com/opinion/contra-el-bazucazo-judicial/J4H5GAHLL5DO3DEMTZ3CYWUKP4/story/>

Mora, Esteban. 1998. “TSE envía a Fiscalía caso de encuestas”. *La Nación*, 4 de febrero. <https://www.nacion.com/el-pais/tse-envia-a-fiscalia-caso-de-en-cuestas/3VDDVZIXRFBPNK6WOCNLAD322M/story/>

Oconitrillo, Eduardo. 2004. *Cien años de política costarricense. 1902-2002*. Editorial UNED.

Oduber, Daniel. 1967. *Una campaña*. Editorial Eloy Morúa Carrillo.

Los discursos de fraude electoral en Costa Rica

Orozco, Jesús. 2019. “El contencioso electoral / La calificación electoral.” En *Derecho Electoral Latinoamericano. Un enfoque comparativo.*, editado por En D, Nohlen., L, Valdés., D, Zovatto. Fondo de Cultura Económica.

Ortega y Gasset, José. 2008. *La rebelión de las masas*. (2° ed.). Tecnos.

Pérez, Karla. 2018. “Fabricio Alvarado: Criticar al TSE no es atentar contra la democracia.” *El Mundo CR*, 26 de marzo. <https://www.elmundo.cr/costa-rica/fabricio-alvarado-criticar-al-tse-no-atentar-la-democracia/>

Quirós, José. 2017. “Presidente del TSE ‘permite el fraude electoral’, asegura Juan Diego Castro.” *El Mundo CR*, 27 de noviembre. <https://www.elmundo.cr/costa-rica/presidente-del-tse-permite-fraude-electoral-asegura-juan-diego-castro/>

Raventós, Ciska. 2008. “Balance del referendo sobre el TLC en Costa Rica a la luz de la teoría de la democracia.” *Revista de Ciencias Sociales* 121, no. 3: 13-29. Universidad de Costa Rica. <https://www.revistas.ucr.ac.cr/index.php/sociales/article/view/10496/9877>

Rodríguez, Florisabel, Miguel Gómez, Wendy Chacón. 2008. “El referéndum del TLC en Costa Rica: seguimiento de la opinión pública.” *Revista de Ciencias Sociales* 121, no. 3: 49-69. Universidad de Costa Rica. <https://revistas.ucr.ac.cr/index.php/sociales/article/view/10498/9879>

Rojas, Alexander & Pablo Cárdenas (Directores). 2010. *Santo Fraude*. [Documental].

Ruiz, Gerardo. 2018. “Juan Diego Castro: ‘El fraude del que habíamos hablado fue en nuestro partido’.” *La Nación*, 7 de febrero. <https://www.nacion.com/el-pais/politica/juan-diego-castro-el-fraude-del-que-habiamos/47SHWNITVZBFNCQYSKHPD4JHM/story/>

Schedler, Andreas. 2009. "Inconsistencias contaminantes: gobernación electoral y conflicto poselectoral en las elecciones presidenciales del 2006 en México." *Revista América Latina Hoy*, no. 51: 41-59. Ediciones Universidad de Salamanca. <https://doi.org/10.14201/alh.6933>

Schedler, Andreas. 2016. "La política de la incertidumbre en los regímenes electorales autoritarios." *Fondo de Cultura Económica*. <https://doi.org/10.15446/cp.v13n26.73729>

Solís, O. 2012. La valiente denuncia de don Fernando Berrocal. *La Nación*, 7 de noviembre. <https://www.nacion.com/archivo/la-valiente-denunciade-don-fernando-berrocal/XJ3ZOF3KGREGBCPVBGVFWEMEQQ/story/>

Trejos, José Joaquín. 1999. *Por esfuerzo propio*. Trejos Hermanos Sucesores. S.A.

Villegas, R. 2001. "Hubo fraude en las pasadas elecciones." *La República*, 21 de diciembre.

Zamora, Eugenia. 2012. "La verdad es el escudo de credibilidad del TSE." *La Nación*, 9 de noviembre.

10 Troleando en la plaza: antagonismo, prensa y discurso público

Jorge Zeledón Pérez

El trol, aquella persona usuaria cuyos comportamientos y discursos se constituyen desde el antagonismo y la confrontación en espacios de comunicación en línea, se ha constituido, con el tiempo, en una figura emblemática en la construcción del discurso público. Surge siempre que se conjure; sin una voz que le invoque, le es difícil ejercer su función. Para que llegue a existir, debe darse un conjunto particular de comportamientos que son reconocidos y legitimados por un colectivo al desafiar sus normas y valores. Su existencia puede emanar de una satisfacción eminentemente personal o puede ser motivada por otros agentes como una estrategia de afirmación de poder. El trol, también, puede entenderse como una metáfora que nos permite analizar las interacciones mediadas y la construcción del discurso público.

Como fenómeno y como sujeto, el trol coexiste en los distintos resquicios de la ecología mediática contemporánea: desde la blogosfera hasta los sistemas de comentarios de sitios webs informativos; desde las plataformas de video hasta las plataformas de *streaming*, y, por supuesto, desde las distintas plataformas de redes sociales dominantes (Facebook, Twitter, WhatsApp, YouTube), en las cuales tienden a generar la mayor repercusión. Así, la evolución del trol y de sus comportamientos está directamente asociada a la realidad mediática de cada época. Desde las primeras décadas de Internet hasta ahora, ha sufrido una metamorfosis interesante que abordaremos en este capítulo; un cambio que implica un desplazamiento desde identidades grupales o comunitarias hacia

Troleando en la plaza

identidades políticas e ideológicas y, con ello, una participación cada vez más significativa en la construcción del discurso público.

En este sentido, estudiar un conjunto de figuras relacionadas con el trol es relevante desde al menos dos dimensiones. Desde una dimensión política, el trol como persona usuaria antagonista tiene implicaciones sustantivas en el modelo de desarrollo de los medios y tecnologías de la comunicación tanto a nivel de infraestructura y de regulación como de usos sociales posibles. Permite develar agentes y prácticas que ejercen presión para provocar conflicto, para establecer control, para desestabilizar las identidades (individuales, profesionales, grupales) y para poner en duda el sentido de pertenencia a un colectivo. Desde una dimensión comunicativa, las diversas conceptualizaciones y prácticas del trol representan tensiones conflictivas entre un mundo en línea que reifica la participación colectiva equitativa y los procesos de construcción de sentido desde los procesos dialógicos, imperfectos y asimétricos de su cotidianeidad.

El situar tales tensiones en las principales discusiones que permean el discurso público es interesante en la medida en que pone en evidencia los ciclos de conflicto y la inequidad de la participación simbólica en nuestro sistema democrático, así como las propiedades particulares de los tipos de participación condicionados por las plataformas y medios de comunicación en los cuales se generan.

En este capítulo se explora la transformación en los comportamientos del trol en línea, su relación con la prensa y su incidencia en la configuración del discurso público. Se propone observar la evolución de esa figura antagonista desde varias metáforas que coexisten para representar, por una parte, la amplitud de su ámbito de acción en espacios mediados y, por otra, un desplazamiento desde identidades grupales o comunitarias hacia identidades políticas e ideológicas. Con el fin de situar el fenómeno a nivel nacional, se analizan las miradas de periodistas y editores de medios de prensa costarricenses. Se concluye con una reflexión acerca del papel normativo del trol, de su relación con la desinformación y con las plataformas de redes sociales, así como de su relación con la vida democrática.

El trol y sus metáforas: una figura en evolución

Existe consenso en situar el origen de la noción de trol desde dos metáforas fundacionales: en la primera, el trol encarna el arquetipo del mal en la narrativa tradicional noruega. Virginie Amilien (1996) les describe como “criaturas sobrenaturales, grandes y feas, que funcionan como oponentes de los héroes humanos. Son considerados como símbolos no solamente del poder del mal sino también de la fuerza de la naturaleza” (p. 35-42). La segunda metáfora emerge de la práctica de la pesca y, particularmente, del verbo en inglés “trolling” como el tendido de líneas de carnada detrás de los barcos pesqueros. Ambas metáforas tienden a ser complementarias y dan cuenta de la ambivalencia del concepto que persiste hasta el día de hoy, la primera desde una dimensión normativa (el bien versus el mal) y la segunda desde una dimensión performativa (el acto de provocar).

La noción de trol hace prueba de una flexibilidad interpretativa (Pinch y Bijker, 1984) considerable, que parece expandirse no solo con el paso del tiempo sino con la multiplicación de espacios de mediación que filtran las conversaciones sociales. Como parte de la estabilización histórica del concepto, este capítulo sitúa la evolución del trol desde cuatro grandes metáforas: trol clásico, trol anónimo, trol no dialógico y trol político ideológico. Aunque han adquirido dimensiones distintas con el paso del tiempo, las cuatro metáforas coexisten, en distintos grados, hasta el día de hoy.

De lo clásico a lo anónimo

Aunque Phillips (2015) describe comportamientos equivalentes a los del trol desde los tiempos de Sócrates, varias personas autoras concuerdan en que el fenómeno del trol y las prácticas de troleo son propias de espacios mediáticos en los que la relación entre el mundo en línea y el mundo fuera de línea, la virtualidad y el anonimato generan incertidumbre con respecto a la construcción de relaciones humanas (Coleman, 2012; Bishop, 2014).

Troleando en la plaza

La primera definición formal del trol en espacios en línea surge a inicios de los años 90; se le atribuye su autoría a un popular grupo de noticias de Usenet¹ denominado alt.folklore.urban. Miembros establecidos del grupo publicaban contenidos incendiarios (“flaming²”), con el fin de provocar a personas usuarias recién llegadas y así detectarlas, burlarse de ellas y distanciarse. Inicia entonces como un fenómeno de exclusión y de construcción de sentido de pertenencia grupal.

Este tipo de trol, ilustrado inicialmente con las investigaciones de Donath (1999) y de Herring et al. (2002), se conoce como el trol clásico (Bishop, 2014). El trabajo de Donath (1999) sobre el engaño como forma de construcción identitaria en grupos de discusión en línea (newsgroups) describe troleo como un juego identitario en el cual “el trol trata de pasar por un participante legítimo, compartiendo los intereses comunes y preocupaciones del grupo” (Donath, 1999, p. 14).

Herring et al. (2002) describen la actividad de los troles e identifican varias fases. En un primer momento, el trol intenta ganar confianza en la comunidad recurriendo a “manifestaciones externas de sinceridad” (p. 375). En una segunda etapa, publica comentarios diseñados para atraer respuestas predecibles. En un tercer momento, el trol emplea estrategias retóricas de negación y distorsión, interpretaciones erróneas deliberadas y burlas en un intento por provocar argumentos fútiles.

La visión del trol clásico resalta el juego de identidad, es decir, el actuar desde una identidad complementaria (pseudoidentidad) y el engaño como motivación para la acción. Se trata, entonces, de comportamientos antagonistas que establecen las fronteras de lo permitido en un espacio social determinado con el fin de establecer sentidos de pertenencia o de exclusión.

El troleo como práctica abusiva en línea se hace popular a partir de una serie de casos de ataques a sitios web o perfiles de redes sociales, en los que se conmemoraba la muerte de seres queridos (Walter et al., 2011) en la segunda parte del actual milenio. El carácter transgresor de los casos y su consecuente cobertura mediática internacional hace del “RIP Trolling” uno de los emblemas

¹ Precursor de los grupos de discusión contemporáneos.

² “Flaming should be understood as a heated (over-)reaction to provocation. Though flaming is aggressive, and can be manipulative, it is not deceptive” (Hardaker, 2013, p.60).

de un fenómeno nuevo pero cada vez más común. La utilización popular de la noción de trol asociada al humor como mecanismo para abusar verbalmente de otras personas, con fines de entretenimiento personal, tiende a considerarse como el trol anónimo (Bishop, 2014a). Tal designación no corresponde exclusivamente al carácter anónimo de las personas usuarias, pues ello tiende a ser común en espacios en línea; corresponde, más bien al origen de sus prácticas, a los espacios de mediación en los que la noción de comunidad cambia, se hace más fluida y sus fronteras menos claras. El trol anónimo no tiene como objetivo primario atentar contra el sentido de pertenencia a un grupo; su ambición es más sencilla y es eminentemente individual.

De lo dialógico a lo no dialógico

Aunque el anonimato parece haber sido cómplice de la emergencia de la práctica del trol en espacios de conversación en línea; continúa, hasta el día de hoy, siendo objeto de discusión. Buena parte de los discursos contemporáneos, tanto por parte de la academia como por parte de productores de contenidos en los medios informativos de nuestro país, consideran el anonimato como un factor central para la proliferación de los troles. Desde la investigación en psicología, por ejemplo, tiende a considerarse el anonimato como promotor una desinhibición tóxica (Hardaker, 2013); esa reconfiguración de la relación entre el texto y el contexto de las interacciones comunicativas de la persona usuaria, la dilución de la conciencia de sí mismo y la potenciación de un sentido de impunidad. En ese sentido, la práctica ha sido descrita como ejercicio de provocación, como estatus y como desviación psicológica (Buckels et al., 2014).

Como se ha mencionado anteriormente, el trol requiere del otro para existir. Aunque como la mayoría de las investigaciones le atribuyen al trol características y consecuencias negativas, su emergencia y su legitimidad tiende a constituirse desde la interacción y el diálogo. Es decir, para que pueda existir, depende del reconocimiento explícito y material de otras personas (víctimas, participantes, miembros de una comunidad). Encuentra terreno fértil siempre y cuando reciba algún grado de reconocimiento individual o grupal.

Troleando en la plaza

El trol se ha pensado siempre desde el diálogo: la provocación, la agresión, la burla o el humor requieren de retroalimentación para subsistir. Sin embargo, ¿qué sucede si la retroalimentación es asincrónica, si existe la respuesta, pero en otros espacios y tiempo? ¿O si no se materializa del todo? Esa ruptura espacial o temporal implica una conceptualización distinta de la figura del trol y representa un fenómeno que parece adquirir dimensiones cada vez mayores en la comunicación en línea: el trol unilateral o no dialógico. Este tipo de trol diverge de los descritos en investigaciones anteriores dado que “a diferencia de las concepciones anteriores del troleo como prácticas confinadas a discusiones grupales, la conversación que es intervenida sucede entre personas que contribuyen a ese producto mediático, mientras que las víctimas representan a la audiencia de esa conversación, no a los compañeros en un diálogo” (Britt, 2019, p.3).

El trol no dialógico o monológico asume, entonces, un papel distinto al explorado hasta el momento. Su función parece trascender el momento de la conversación e, incluso, el espacio o el medio de comunicación en el que se realiza; sus ambiciones aparentan ser mucho más abarcadoras y significativas. Pretende así incidir en un espacio mucho más amplio, en el discurso colectivo, en la esfera pública. Es la diferencia entre una persona usuaria que desvirtúa una conversación con otras personas y una que actúa para engañar o confundir a una audiencia.

Ese tipo de trol parece adquirir un lugar cada vez más significativo en el discurso público y, particularmente, en la incidencia política y en el posicionamiento ideológico. La tendencia es preocupante en tanto es cada vez más común que algoritmos y robots sustenten datos, informaciones y discursos sin que las personas lo sepan. Si bien su capacidad de dialogar y de negociar significados sigue siendo limitada, su capacidad de segmentar y de distribuir es formidable. La normalización del trol no dialógico y no humano conlleva riesgos y desafíos considerables para la comunicación y la construcción de lo público.

El trol político-ideológico, la prensa y el discurso público

En los últimos años, la noción ha trascendido el mundo académico para convertirse en un designio popular utilizado de manera frecuente para caracterizar

una multiplicidad y diversidad de prácticas y de estrategias discursivas. En ese sentido, Phillips (2015) sitúa al trol como una figura ubicua e invisible que “permea el ecosistema en línea” (p. 2) y que se ve amplificada por la proyección que les proporcionan los medios de comunicación al ofrecerles una plataforma para validar sus comportamientos ante los colectivos.

Es así como, según Coleman (2012), la figura del trol puede ser importante para la construcción de lo público pues, al crear resistencia e incluso oposición, genera producción y negociación de sentido con adversarios políticos; promueve la pluralidad y la discusión. Otras personas autoras afirman que tales prácticas antagónicas pueden ser positivas en la medida en que fomentan la libertad de expresión, la apertura al debate y la experimentación social (Coleman, 2014; Phillips, 2015; Davisson y Makenzie, 2019)

Como hemos argumentado a través de las figuras del trol presentadas, “no todo troleo es igual” (Sanfilippo, Yang y Fichman, 2017), ya que se trata de prácticas situadas que dependen del medio de comunicación, la plataforma, la comunidad, las actividades, las experiencias y los intereses de quienes participan. Su accionar trasciende comportamientos inadecuados o características de personalidad “oscuras³” (Buckels et al., 2014) que generan un impacto social negativo y, en la última década, han proliferado investigaciones que asocian sus prácticas al entretenimiento, al humor o al posicionamiento ideológico (Phillips, 2015; Sanfilippo et al., 2017; Cruz et al., 2018; Davisson y Makenzie, 2019).

Sanfilippo, Yang y Fichman (2017) describen al trol político como personas usuarias que “expresan opiniones motivadas por factores políticos o ideológicos” (p. 1808) y les sitúan en un rango de prácticas que van, desde la provocación político partidista para generar discusiones con oponentes ideológicos en foros de discusión, sistemas de comentarios y plataformas de redes sociales, hasta esfuerzos coordinados para enviar spam o generar manifestaciones cívicas en línea. Buena parte de esas prácticas se sustentan en discursos de oposición relacionados con temas sensibles que atañen a las nacionalidades, raza, edad, género y diversidad sexual.

³ Las autoras identifican una serie de correlaciones entre el comportamiento común del trol y lo que en psicología denominan la tétada oscura de la personalidad: narcisismo, Maquiavelismo, psicopatía y sadismo.

Troleando en la plaza

El trol político ideológico puede ser comprendido como parte de lo que Chantal Mouffe (2005) denomina pluralismo agonístico, una forma de relación social que contrasta con el pluralismo dialógico, desde el cual se ha pensado tradicionalmente la esfera pública. Esa forma de pluralismo genera implicación social y estrategias de incidencia que pasan más por la expresión individual y el disenso que por la puesta en común y el acuerdo público.

Desde esta dimensión, Jennifer Forestal (2017) considera el accionar del trol como un tipo específico de actividad política marcado por el rechazo de participar en los intercambios productivos de ideas que marcan la política democrática. No son simples oponentes o críticos de una posición particular, operan en silencio y, al asumir una posición monológica, cierran la puerta a futuras acciones políticas en vez de abrirlas. Rechazan así principios básicos de reciprocidad, ajuste e inclusión que han sido considerados siempre como pilares de la vida democrática. Son parte de lo que Mark Davis (2020) ha tildado de antiesfera pública: “un momento post-normativo en la democracia tardía en que la proliferación del discurso anti-público ha contribuido a alterar supuestos y reglas lo que se considera como discurso público” (p. 4). Las prácticas asociadas a este tipo de trol difieren del pluralismo agonístico imaginado por Mouffe en tanto carecen de respeto por los demás y en tanto producen y replican discursos violentos, excluyentes, autoritarios y xenófobos. Ya no se trata de formas de antagonismo relacional, se trata de imponer discursos sin reconocer al otro, sin ofrecer la cortesía de una respuesta, de un disenso o una discusión.

El trol político-ideológico constituye una tendencia preocupante porque pasa de ser un agente individual a uno colectivo en tanto sus intenciones trascienden su identidad individual para procurar incidir en identidades colectivas o en identidades políticas (Cerna Aragón, 2019) y, especialmente, en tanto adquieren una dimensión estratégica y funcional en pro de intereses ideológicos. Es particularmente inquietante, en la medida en que esos agentes, ya sea de forma independiente o remunerada, operan de forma sistemática para disminuir lo público en pos de intereses privados.

Este tipo de prácticas parecen ser cada vez más comunes, especialmente en coyunturas político-electorales e introducen un nuevo agente para comprender la evolución del trol: el mercado. El trol como servicio remunerado es parte de

una tendencia que, aunque no es del todo reciente, parece amplificarse de forma considerable en tiempos recientes. A diferencia de las distintas figuras de trol descritas hasta ahora, este tipo de persona usuaria actúa desde la intermediación comercial, desde la oferta de un servicio que realiza para terceras personas. No se trata de intervenciones personales sino más bien de intervenciones desde máscaras impuestas intencionalmente por otros actores. Si bien puede existir coherencia entre las pretensiones de este tipo de troles y sus labores remuneradas de intervención en los discursos públicos, las acciones que realiza tienden a corresponder a las intenciones e intereses de una tercera persona.

Es así como han surgido metáforas reveladoras desde asociación a conflictos armados como tropas cibernéticas y ejércitos de troles o metáforas que evocan la industrialización como granjas o fábricas de troles. En ambos casos, se trata de intervenciones estratégicas que emplean grupos de personas que pretenden incidir en algún espacio de comunicación en línea.

En una investigación sobre las tropas cibernéticas o ejércitos de troles en territorio costarricense, Simone Bunse (2021) explica que, aunque aún no se trata de un fenómeno frecuente, existen indicios de esfuerzos coordinados para la consecución de objetivos político-partidistas en la campaña electoral del 2018. Identifica ese tipo de prácticas como iniciativas por parte de partidos políticos que implican la contratación de terceros –en general agencias de comunicación– que ofrecen servicios de “marketing político” (p. 167), como estrategias de oposición desde la desinformación y las noticias falsas.

A esas figuras grupales se le suman actores individuales el “usuario títere” (*sockpuppet*) (Kumar et al., 2017) o el *astrofurfer* (Durkee, 2017). En ambos casos se trata, en general, de personas usuarias individuales contratadas por terceras personas para hablar por y para ellas; una especie de ventriloquia remunerada. En el caso del títere, tiende a asociarse con prácticas de engaño que busca hacer creer a las y los miembros de un grupo lo real de su identidad falsa con el fin de incidir desde la legitimidad. El caso del *astroturfer* es distinto, pues esconde su identidad con la pretensión de ser algo más que una simple persona, se construye como representante de iniciativas populares o comunitarias. El trol se constituye, entonces, desde un flujo de comportamientos en línea que evidencian y esconden distintos rostros y motivaciones pero que,

Troleando en la plaza

en todos los casos, buscan incidir en la configuración de identidades y en el discurso público.

Metodología

Los datos que nutren el presente capítulo forman parte de una investigación más amplia que busca, por una parte, identificar las formas en las que se concibe el trol en Costa Rica y, por otra, caracterizar y comprender su práctica en el contexto del país. En este capítulo, se abordan las concepciones y prácticas de troleo desde la visión que construyen periodistas y editores de diversos medios nacionales, a partir de su quehacer periodístico cotidiano.

Como se puede observar en la sección anterior, la amplitud y fluidez con la que se define al trol deriva, en su mayoría, de investigaciones relacionadas con incidentes y comportamientos realizados por personas usuarias en distintos espacios en línea (Hardaker, 2013; Herring, 2002; Graham, 2019; Jenks, 2019). Pese a que la literatura refleja una amplia gama de comportamientos, desde el “hacking” hasta la ofensa gratuita, la riqueza de las conceptualizaciones realizadas corre el riesgo de ilustrar un panorama incompleto en tanto evidencian prácticas circunscritas a espacios de comunicación singulares y situados en otras geografías. No se han identificado investigaciones que permitan comprender el papel del trol a través de varios medios o plataformas de comunicación ni hemos encontrado evidencia científica de su existencia en Costa Rica o en la región centroamericana.

Por otra parte, existe relativamente poca investigación que sustente la forma en que periodistas, productores de contenidos y gestores de medios de comunicación comprenden y comparten sus actividades profesionales con este tipo de personas usuarias. En particular, si bien las diversas miradas y lecturas de lo que constituye o no un trol permiten dar cuenta de un fenómeno fluido y diverso, se requiere comprender su adaptación a la realidad nacional y, particularmente, a su papel en la producción de las noticias, de la esfera pública y de la generación de discursos e identidades políticas e ideológicas.

Verdad en extinción

El trabajo se desarrolla desde un enfoque cualitativo que busca comprender el fenómeno desde el punto de vista de las personas que lo viven cotidianamente. Este enfoque pone énfasis en las visiones subjetivas del fenómeno y permite entender el troleo como una práctica situada.

El *corpus* de la investigación consiste en una muestra de seis medios de comunicación noticiosos de Costa Rica con una distribución equitativa, según el tipo de medio, clasificado entre medios principalmente televisivos, de prensa escrita o radiofónicos. Aunque no constituye la única variable para evaluar la incidencia de un medio en la esfera pública, el principal criterio para la selección de medios de comunicación ha sido la cantidad de seguidores en sus respectivos perfiles de Facebook. Dado que las primeras entrevistas permitieron una relación importante entre el trol, la legitimidad y la desinformación, se incluyó en la muestra a *Doble Check*, un proyecto de verificación de noticias pionero en el país, desarrollado en la Universidad de Costa Rica.

Cuadro 10.1 Medios participantes y sus números de seguidores en Facebook (2021)

Tipo de medio	Medios	Número de seguidores en Facebook
Medios principalmente televisivos	Telenoticias	1 726 092
	Noticias Repretel	1 415 408
Medios principalmente de prensa escrita	CRHoy.com	1 317 366
	La Nación	868 310
Medios principalmente radiofónicos	AmeliaRueda.com	543 025
	Noticias Monumental	302 361

Fuente: Elaboración propia.

Troleando en la plaza

En total, se realizaron 7 entrevistas en profundidad con una duración de entre una hora y dos horas y media: una por medio de comunicación noticioso seleccionado y una adicional para *Doble Check*. Las personas entrevistadas son periodistas, editores o responsables de la producción de contenidos digitales de los medios de prensa considerados. Estas personas fueron las siguientes: Laura Iglesias, periodista y jefa de Departamento digital del grupo Repretel (*Noticias Repretel*); Andrés Martínez Calderón, periodista y jefe de información (*Telenoticias*); Erick Murillo, periodista y editor, (*CRHoy.com*); Kattia Bermúdez Mora, periodista y editora (*La Nación*); Gustavo Arias Retana, periodista y fundador del proyecto de verificación de noticias *No Coma Cuento (La Nación)*; Josué Alfaro Morera, periodista (*AmeliaRueda.com*), y David Bolaños Acuña, periodista (*Doble Check*).

Las entrevistas se realizaron por medio de la plataforma de Zoom durante el año 2021. Las conversaciones derivadas de las guías de entrevista fueron registradas en audio y video con el consentimiento de las personas profesionales de los medios de comunicación identificados y luego transcritas de forma integral para codificación y análisis.

En las entrevistas se abordaron cinco temas: (1) la definición del trol, (2) su *modus operandi*, (3) las experiencias profesionales o personales con troles, (4) los mecanismos utilizados por el medio de comunicación para gestionar este tipo de personas usuarias, y, finalmente, (5) los efectos del trol para los medios de prensa y para nuestra sociedad.

Para la codificación de los datos, se utilizó el acercamiento del análisis temático (Braun & Clarke, 2006). Este es un abordaje inductivo en el que la persona investigadora identifica temas tanto en términos de preponderancia y como de grados de significado. Ambas determinaciones se relacionan, no solamente con el abordaje de los temas comunes en términos cuantitativos, es decir la cantidad de ideas compartidas entre las personas entrevistadas, sino también en cuanto permiten ilustrar y comprender las principales dimensiones de lo que constituye el concepto y la práctica del trol en los medios de prensa que representa la muestra. Los resultados que presentamos, a continuación, muestran patrones comunes identificados mediante dicho análisis.

Resultados

A continuación, se discuten los principales hallazgos derivados de las entrevistas a partir de cinco ejes temáticos. El primer eje explora las visiones de trol desde las voces de las personas periodistas entrevistadas. El segundo, el modus operandi y sus territorios, describe las acciones y comportamientos de los troles, así como los medios y plataformas más significativos desde los que operan en el contexto nacional. En el tercero, se sitúan los retos y desafíos que las prácticas de troleo imponen a los medios de prensa y a la práctica periodística. El último eje aborda las implicaciones del fenómeno del trol para la comunicación y para el discurso público.

La anatomía del trol

En los siguientes párrafos presentamos las miradas compartidas acerca del trol de las personas periodistas entrevistadas. Los rasgos comunes que han identificado son su carácter anónimo, antagonista y, en términos generales, estratégico, así como la ambivalencia entre su dimensión individual y grupal.

Al igual que lo hace la literatura (Hardacker, 2010; Phillips, 2015; Graham, 2019), para Érick Murillo de *CRHoy*, el referente del trol debe buscarse antes del advenimiento del Internet y las redes sociales:

Los troles ahora están en el mundo digital, pero han existido en el mundo físico. Se trata de seres de la mitología nórdica [...] es un ser desagradable (como un gnomo), que cae mal. Eso era en el mundo físico. En el mundo digital aparecieron desde los inicios de Internet con el uso de los grupos de discusión en los foros. Lo que pasa es que ahora se ha modernizado (comunicación personal, 23 de febrero de 2021).

Si bien hay una relativa claridad en relación con los referentes históricos de los troles, las dificultades y los desafíos en la definición del concepto de

Troleando en la plaza

trol contemporáneo que se documentan en la literatura (Herring, 2002; Hardacker, 2010; Cruz et al., 2019), también quedaron en evidencia en las entrevistas a periodistas costarricenses.

Josué Alfaro de *AmeliaRueda.com* lo apuntó desde el inicio: “El trol es algo demasiado amplio; definirlo es complicado” (comunicación personal, 2 de marzo de 2021). No obstante, su descripción durante la entrevista aporta elementos claves, como el anonimato y el antagonismo que coinciden con lo que apuntan personas autoras en la literatura (Hardacker, 2013; Phillips, 2015; Davisson y Donovan, 2019) y con los conceptos esbozados por sus colegas periodistas participantes: “Es un actor en la web que aprovecha el anonimato que esta ofrece en muchas de sus plataformas (incluyendo redes sociales) para atacar desde un punto de vista político o por lo menos para lograr sus objetivos políticos o los objetivos de la persona que está detrás de anonimato” (Josué Alfaro, comunicación personal, 2 de marzo de 2021).

En concordancia con lo que plantean varios autores (Hardaker, 2013; Phillips, 2015; Jordan, 2019), David Bolaños de *Doble Check* también subraya como característica definitoria del trol el anonimato. Para él, “el trol opera desde perfiles anónimos, no vinculados a una persona visible públicamente, a través de los cuales ataca o mantiene una interacción constante con personas, grupos, perfiles, medios, organizaciones que de alguna manera adversan sus intereses” (comunicación personal, 2 de febrero de 2021).

No obstante, para algunas de las personas periodistas entrevistadas, el trol no siempre se esconde detrás de máscaras o pseudoidentidades. En ocasiones, personas usuarias deciden utilizar su verdadera identidad, pues, al hacerlo, extienden su margen de influencia y de incidencia política. Josué Alfaro de *AmeliaRueda.com* sostiene que, aunque no constituye una práctica común, existen algunas personas que prefieren utilizar sus cuentas personales “para atacar o incidir de cierta forma desde su propio perfil personal” (comunicación personal, 2 de marzo de 2021). Kattia Bermúdez de *La Nación* advierte que no todos los troles son anónimos. Para ella, hay figuras públicas que se comportan como troles:

tenemos diputados que se comportan como troles; tenemos presidentes que se comportan como troles. ¿Por qué? Porque difunden información falsa con toda intención; lo hacen desde una conferencia de prensa o desde su curul. Sobre todo, lo hacen con esta autoridad que les cobija y con toda la impunidad que tienen, entonces son más peligrosos que los anónimos mismos (Kattia Bermúdez, comunicación personal, 19 de marzo de 2021).

La consideración de actores políticos y de figuras públicas como troles es interesante y reveladora, porque pone en evidencia el carácter normativo que se les tiende a atribuir. Si esos actores realicen un ejercicio sistemático de oposición y de antagonismo, particularmente en relación con informaciones erróneas, posiciones político-ideológicas extremas o discursos dañinos y violentos, y con ello, vulneren grupos sociales y generen tensiones identitarias, la extensión del concepto no resulta tan desatinada.

Las personas periodistas entrevistadas coincidieron en señalar que los troles operan desde intereses u objetivos particulares. Si bien David Bolaños de *Doble Check* reconoce que hay troles que interactúan positivamente con perfiles (como los *bots* que interactúan con candidatos políticos, por ejemplo), lo usual es que mantengan relaciones que adversan, incluso que llegan al “insulto, descalificación o denigración” (comunicación personal, 2 de febrero de 2021). Para él, el fin principal de un trol es desinformar. Su postura, que fue respaldada por las otras personas entrevistadas, coincide con lo que plantean la mayor parte de personas autoras (Hardaker, 2013; Rone, 2019) cuando mencionan que una de las características de los troles es que se involucran en acciones intencionales, repetitivas y dañinas.

Todas las personas periodistas entrevistadas destacaron que los troles operan desde la negatividad. Palabras como “criticar”, “desinformar”, “desviar”, “desacreditar”, “desestabilizar” fueron la constante. Érick Murillo de *CRHoy.com* lo explica así:

Un trol es un personaje que está sembrando clavos, que está lanzando mensajes incendiarios, de eventos inoportunos para desviar la atención,

Troleando en la plaza

para poner a la gente a pelear. Está un tema de discusión, importante, un tema delicado, sensible, entonces siempre aparece un trol para tratar de desviar la atención por otro lado, para lanzar cortinas de humo. (...) Opera ya sea él o un grupo de troles o el mismo trol con diferentes identidades. Y él mismo opina con otro usuario y llama a otro y ahí se va haciendo una cadena hasta que, en un tema importante, la gente termina hablando de otra cosa que no tiene nada que ver y se disipó y eso se volvió etéreo en las redes. (comunicación personal, 23 de febrero de 2021).

Para Gustavo Arias de *La Nación*, el concepto de troles ha evolucionado en el tiempo de la mano de los cambios en las redes. Explica que la primera concepción de trol era de una persona usuaria que posteaba los mismos mensajes (de apoyo o de odio) en todas las publicaciones; pero, con el paso del tiempo, el trol se fue convirtiendo en una herramienta. Lo anterior, en el sentido de que ya no es un fin en sí mismo, sino que se puede entender como una herramienta para estrategias (de manipulación) digitales más amplias. La diferencia es que en la primera concepción se entendía el trol como a una persona que posteaba alrededor de temas de su interés, mientras que en la segunda concepción se habla de grupos de troles que funcionan coordinadamente en el marco de estrategias digitales (comunicación personal, 20 de enero de 2021). Esta transformación, que representa el desplazamiento establecido en la primera parte del texto entre el trol clásico y el anónimo hacia el trol estratégico y político es particularmente relevante y trascendente para comprender las constantes tensiones y la violencia cotidiana que refleja el discurso público.

Kattia Bermúdez se refirió a dos figuras, una humana y otra tecnológica, un robot. Además, aclaró que a veces es una persona muy consciente de lo que hace y para qué lo hace y otras se trata simplemente de una persona que actúa como un soldado (comunicación personal, 19 de marzo de 2021). En sus propias palabras: “Los troles saben que la información es poder, entonces se apropian de los canales para sembrar su discurso y ganar adeptos para fines políticos, fines políticos-religiosos, fines de crimen organizado”, asegura Kattia Bermúdez de *La Nación* (comunicación personal, 19 de marzo de 2021). En este sentido, si

bien la periodista reconoce la existencia de “troles individuales”, para ella, en la actualidad, la mayoría forman parte de estrategias más amplias para las cuales se les recluta: “se habla de granjas de troles, fábrica de troles, ejércitos de troles, ciber-ejércitos de troles...”, explica (Kattia Bermúdez, comunicación personal, 19 de marzo de 2021).

Al hablar de los intereses que motivan a los troles a operar, Josué Alfaro de *AmeliaRueda.com* subraya, sobre todo, “el interés ya sea de criticar un tema, a una persona o, en realidad, criticar cualquier cosa. También está el objetivo de difundir cualquier información que es necesaria para ese grupo de interés” (comunicación personal, 2 de marzo de 2021).

Las personas periodistas entrevistadas también incluyeron la relación entre tecnologías de la comunicación y las emociones como parte de la anatomía del trol. Kattia Bermúdez de *La Nación* se refiere al trol “robot, que es el que ha sido configurado por humanos”. La periodista define a los troles como “hábil actores digitales” que van a la par de la tendencia de la tecnología que se desarrolla para el bien: “ellos la aprovechan y la incorporan muy prontamente a sus fines políticos, ideológicos” (comunicación personal, 19 de marzo de 2021).

En el plano de las emociones, las personas entrevistadas señalaron que estas encuentran terreno fértil en las redes sociales, donde operan los troles. Así, David Bolaños de *Doble Check* explica que “hay un gran componente de desinformar por medio de las emociones fuertes que puede tener la gente en cuanto a cierto tema o cierta persona porque el fin último de los troles es desinformación y desinformación por medio de emociones como el principal canal para que la gente reaccione o no reaccione” (comunicación personal, 2 de febrero de 2021).

En resumen, para las personas entrevistadas 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. En un viraje que no deja de ser sugerente, inician con el concepto de trol como persona usuaria antagonista, pero terminan situándole, principalmente, desde la desinformación. El trol involucra, entonces, agentes humanos y no humanos para construir

Troleando en la plaza

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, resulta evidente que las personas trabajadoras en los medios de prensa nacionales establecen una interrelación importante entre trol y falsedad y manipulación en la constitución del discurso público.

El modus operandi del trol y sus territorios

Las personas periodistas consultadas explicaron que los algoritmos de redes sociales son los que han fortalecido las figuras de los troles para cualquier estrategia digital porque, en redes sociales, lo que prevalece es la interacción o “*engagement*” (los me gusta, los comentarios, los compartidos). Así, los troles “aprovechan la debilidad de los sistemas, en este caso, de las redes sociales, para manipular la conversación que se da en esas instancias” (Gustavo Arias, comunicación personal, 20 de enero de 2021). Cuando los troles intervienen en publicaciones precisamente potencian las interacciones y así se multiplica el alcance de esas publicaciones:

Por eso los troles se convierten también en una herramienta para posicionamiento, para llevarte más agenda, para hacer cosas más grandes de lo que realmente ya eran dentro de las redes sociales, para manipular ese algoritmo. O sea, los troles son muy importantes para esa manipulación del algoritmo en general porque lo que hacen es modificar las interacciones. Y las interacciones al final es lo que manda en cómo el algoritmo lee lo que está pasando en redes sociales. (Gustavo Arias, comunicación personal, 20 de enero de 2021).

Para Kattia Bermúdez de *La Nación* empiezan alimentando teorías conspirativas, aprovechándose de la población más vulnerable, con menos educación, así como de los nuevos formatos que precisamente implican un menor tiempo de atención del público, una mayor inmediatez, una mayor viralidad y un mayor desinterés en profundizar (Kattia Bermúdez, comunicación personal, 19 de marzo de 2021).

Para Érick Murillo, una situación interesante de los troles es que usualmente también califican como troles a los demás:

“Usted es un trol; no, el trol es usted”. Se hacen las víctimas: “el trol es usted, yo no, yo estoy diciendo la verdad. Yo lo vi, yo estuve ahí”. Su objetivo es poner a la gente a pelear, siguiendo el dicho: “divide y vencerás”. De esa división saldrá algo (Érick Murillo, comunicación personal, 23 de febrero de 2021).

Los troles tienen diferentes niveles de sofisticación en su comportamiento o manera de operar. Para Gustavo Arias de *La Nación*, en nuestro país, un ejemplo del tipo de operación de troles más rudimentario fue el que quedó en evidencia cuando el Partido Liberación Nacional convocó a seguidores a comer pizza y twittear sobre un debate presidencial en la campaña electoral de 2018 (ver Sequeira, 2017). Érick Murillo de *CRHoy* se refirió a este tipo de troles como “focas”, porque están siempre dispuestos a aplaudir; están completamente comprometidos a apoyar a un candidato, un político, un representante (...) Les digo focas porque a las focas las entrenan para aplaudir” (comunicación personal, 23 de febrero 2021). Desde esa perspectiva, Andrés Martínez de *Telenoticias* señala que el trol no opera solo, pues se constituye en un “representante” de intereses político-partidistas: “Al trol no lo veo como la persona principal que pretende imponer su criterio, sino más bien como un ejército, como los soldados del rey o la reina” (Andrés Martínez, comunicación personal, 16 de agosto de 2021).

Por otro lado, también está la operación de troles más coordinada en la que hay un “semiejército” de este tipo de personas usuarias reproduciendo informaciones a favor o en contra de algún tema o alguna causa, o desinformando sobre algo. Arias explica que cuando son más las personas usuarias (o troles) es más fácil manipular la discusión o hacer creer que esa discusión es lo que domina en las redes sociales. Asimismo, el periodista de *La Nación* explica que el discurso en redes sociales está relacionado con las identidades y, en Costa Rica, los temas más claros en los extremos de la discusión en redes sociales son la xenofobia y los ataques a la población LGBTIQ+: “para mí son los dos temas básicos o de entrada si vos querés trabajar la desinformación o

Troleando en la plaza

manipular las discusiones en Costa Rica y tener alcances altos” (Gustavo Arias, comunicación personal, 20 de enero de 2021). Agregó que otra gran área del accionar de los troles que, en su opinión, en nuestro país está muy politizado, es lo que gira en torno a ataques a los poderes ejecutivo y legislativo. Sobre todo, lo anterior, explica que

La polarización que sufrió el país durante la campaña [presidencial] de febrero 2018, se arrastró después de la elección 2018 y sigue definiendo las actitudes y las formas en las redes sociales costarricenses⁴. Esa conflictividad, ese tono tan fuerte y tan polarizado que tuvimos en la elección, marca completamente lo que viene después y ese accionar también se ve en los troles. (...) Hay un bando que ataca al PAC y al gobierno del PAC y otro bando que ataca al movimiento neopentecostal. Al final es como una guerra de troles para los dos lados, la conversación en las redes sociales está completamente tomada por esos bandos. (Gustavo Arias, comunicación personal, 20 de enero de 2021).

El periodista habla de tres tipos de motivaciones: las motivaciones individuales (se manifiestan posiblemente personas usuarias reales con posiciones extremas que funcionan como troles); las motivaciones colectivas (cuando las personas usuarias con las mismas motivaciones se encuentran y ven que coinciden) y las motivaciones políticas, que, para él, reúnen a personas que pueden no tener posiciones tan extremas pero que se dan cuenta que juntas tienen el poder de darle resonancia a un tema. Además, con esas intenciones políticas, acercar a grupos de personas.

Como se puede constatar en los ejemplos anteriores, el ámbito político partidista es considerado terreno fértil para el accionar del trol. Es aquí donde, como lo plantea Andrés Martínez de *Telenoticias*, se evidencia como un esfuerzo de estratégico de incidencia política:

⁴ La segunda ronda de las elecciones presidenciales del año 2018 enfrentaba a dos partidos políticos con posiciones antagónicas en varios temas de gran relevancia social, en particular aquellos que atañen a la sociedad de derecho y a los derechos humanos de las personas costarricenses. La confrontación discursiva resultó particularmente polarizada y violenta.

Cuando hablamos de política, con tal de sacar una ventaja para desacreditar al contrincante y todo lo que ello conlleva en una campaña abierta, los troles se han vuelto en los últimos años en una pieza importante de ataque para intentar minimizar al rival. Allí es donde entran los discursos de odio, los ataques personales, y la desinformación sobre lo que otras personas dicen. (comunicación personal, 16 de agosto de 2021).

Como se ha podido constatar, las personas entrevistadas sitúan los comportamientos del trol desde un amplio margen de incidencia, tanto en términos de identidades individuales como de identidades colectivas. Aunque los modos de operación del trol descritos son congruentes con los identificados en la literatura científica, expresan una propensión marcada hacia las metáforas no dialógicas y político-ideológicas, en tanto privilegian su función estratégica, de incidencia e impositiva.

A pesar de que la plaza pública se constituye de terrenos mediáticos diversos, variados e híbridos, las personas periodistas entrevistadas coinciden en que Facebook es un espacio muy importante para los troles por varias razones: por un lado, se pueden crear perfiles muy fácilmente y se pueden construir comunidades muy rápidamente, también permite una conversación masiva rápida. A esto se le suma que tiene controles identitarios débiles que le dan luz verde a los troles para actuar. Además, su algoritmo privilegia la interacción y el *engagement* y, como lo hemos observado en la primera parte, los troles buscan generar ambos, aunque no necesariamente siempre de forma sincrónica. Otras redes sociales que fueron mencionadas en las entrevistas fueron Twitter, YouTube, WhatsApp, Telegram y hasta Instagram.

Según Kattia Bermúdez de *La Nación*, ahora que están más organizados, los troles están en la mayoría de las plataformas. En el caso de YouTube, David Bolaños de *Doble Check* explica que esta red tiene un perfil distinto de desinformación puesto que los contenidos falsos o parcialmente falsos son publicados por quienes se hacen llamar *influencers*, personas de carne y hueso con identidad, que difunden desinformación (comunicación personal, 2 de febrero de 2021). Para Andrés Martínez, de *Telenoticias*, el terreno más propicio para que aparezca el trol es Twitter pues “el mensaje tan corto limita

Troleando en la plaza

la posibilidad de comunicación y es propicio para el ataque” (comunicación personal, 16 de agosto de 2021).

Sobre los formatos más utilizados por los troles, Gustavo Arias de *La Nación* (comunicación personal, 20 de enero de 2021) opina que lo más recurrente es el posteo tradicional con formato tipo meme o con video. Explica que esto se debe, precisamente, a que el algoritmo de Facebook le da prioridad a los videos y a las imágenes: “entonces los troles utilizan imágenes en los comentarios, por ejemplo, una imagen con un texto falso o una imagen con texto de un ataque en el comentario o en el posteo y, cuando ya se trata de troles más sofisticados, le apuestan mucho al video” (Gustavo Arias, comunicación personal, 20 de enero de 2021). Érick Murillo de *CRHoy.com* coincide y explica que los formatos a través de los cuales los troles postean en los perfiles de los medios se han ido modificando: “antes, la gente solo podía comentar, ahora pueden poner GIF, animaciones, pueden compartir videos; se aprovechan mucho para compartir enlaces a sitios maliciosos...” (comunicación personal, 23 de febrero 2021).

La utilización de recursos visuales o audiovisuales no se limita solamente a distorsionar o tergiversar noticias o contenidos, constituyen también una forma de agredir a quienes las producen. Para Andrés Martínez de *Telenoticias*: “lo que hacen es crear memes para tomar cosas que se dijeron o que no se dijeron para generar desinformación. Ataque a periodistas, es muy común ataque a la empresa, al medio de comunicación, a la empresa y el uso de lo que se informa e incluso de lo no sale dentro del noticiero para crear noticias falsas” (comunicación personal, 16 de agosto de 2021).

Sobre WhatsApp, David Bolaños de *Doble Check* opina que, si bien es una plataforma a través de la cual circula mucha desinformación, en esa red no se puede hablar de “troles”. En su opinión: “Hay personas que están creando contenido específicamente para desinformar por WhatsApp, pero a usted le llega el mensaje como un reenviado y le llega de personas que tienen su contacto, es decir, sus familiares o amigos, su compañero de trabajo, su grupo de compas” (David Bolaños, comunicación personal, 2 de febrero de 2021).

Como se ha podido observar, los territorios del trol son múltiples y diversos, pero su práctica es siempre situada (Sanfilippo, Yang y Fichman, 2017)

y depende de las condiciones espaciales y temporales que establecen los medios y plataformas de comunicación, de sus lógicas y de sus gramáticas mediáticas. Las plataformas de redes sociales constituyen espacios de construcción del sentido colectivo y de discurso público que es objeto de tensiones entre prácticas periodísticas con distintos niveles de rigor y producción de contenidos de origen dudoso y tendencioso.

Desafíos para la prensa: entre el combate y la convivencia

Las y los periodistas entrevistados apuntan a los distintos tipos de retos que los trolés significan para su gremio y para su profesión. David Bolaños de *Doble Check* subraya el dilema ético profesional de hacer el proceso de *fairness* con ese tipo de perfiles:

La intención de esas personas no es mantener un diálogo o argumentar una posición. Es más bien atacar las motivaciones o atacar a la persona que cuestiona. Entonces ¿es pertinente y necesario buscarlos en aras del equilibrio de las notas periodísticas? Siempre en periodismo, existe la necesidad y la obligación de contactar a las partes involucradas, pero en este caso la parte involucrada se está escondiendo (comunicación personal, 2 de febrero de 2021).

En este sentido, la posición de Josué Alfaro de *AmeliaRueda.com* es muy contundente: “si como medios intentamos responder a esas personas, lo que hacemos es validarlas, validar sus posiciones (...) y eso es muy peligroso” (comunicación personal, 19 de marzo de 2021). Para él, el recurso que queda es ignorar. Por su parte, otras personas consideran que el reto de los medios es de adaptarse a los cambios tecnológicos, algo que los trolés hacen con mucha rapidez y fluidez. Kattia Bermúdez de *La Nación* lo explica así: “cada vez surgen cosas más sofisticadas, y a veces los medios no tenemos los mismos recursos, entonces también sucumbimos ante eso o se sigue en la lucha intensa” (Kattia Bermúdez, comunicación personal, 19 de marzo de 2021).

Troleando en la plaza

A la pregunta sobre cuáles estrategias y protocolos siguen los periodistas y los medios para los cuales trabajan en relación con los troles, las respuestas fueron variadas. Una primera estrategia consiste en contactar y trabajar con empresas de tecnología para proteger al medio y sus canales de distribución. Para ello, monitorean los mensajes, bloquean cuentas que son creadas para ser usadas por troles y hacen reportes y denuncias de manera constante. Kattia Bermúdez de *La Nación* aconseja apegarse a las evidencias, documentar todo con capturas de pantalla, audios, videos, etc. y denunciar a la plataforma para que a nivel de algoritmo también funcione la denuncia o el bloqueo. La periodista es de la opinión de que es importante que dentro de las mismas salas de redacción y grupos de trabajo se comparta lo que a un periodista le puede estar pasando. Si a través de esta socialización de la problemática se detecta que hay una persona que es constante en sus ataques hacia ciertos periodistas o hacia ciertos contenidos, entonces se puede investigar si es un usuario real, si es un robot, si es un perfil falso y se pueden tomar medidas como suspender la cuenta o eliminar los comentarios, tratar de no hacer visible su mensaje.

Por otro lado, David Bolaños de *Doble Check* explicó que en el proyecto se ha generado un debate editorial sobre qué hacer en casos en los que la desinformación proviene de un perfil falso y anónimo. La pregunta es si se debe contactar al trol en las mismas condiciones que las que exigen las reglas del periodismo para el caso de una persona que participa en el discurso público mostrando su identidad o si debería ser hacerse una ponderación, tener un protocolo de un proceso periodístico distinto.

Sobre políticas y protocolos, el espectro parece ser amplio: se encontró desde medios que no los tienen: “nunca se me ha dicho que exista un protocolo y creo que no lo hay”, afirmó Josué Alfaro de *AmeliaRueda.com* (comunicación personal, 2 de marzo de 2021), hasta medios que los tienen muy claros y estrictos. Érick Murillo de *CRHoy.com* explicó que, en el caso del medio para el cual trabaja, se bloquea y se reporta a los usuarios que publiquen insultos: “una cosa es la crítica y otra cosa ya es el insulto”, aclaró (comunicación personal, 23 de febrero de 2021). No obstante, se lamenta que a veces eso sirve de poco porque los troles rápidamente hacen otro usuario o se conectan desde

otra dirección IP. Otros medios tienen protocolos más laxos: “en *Doble Check*, nosotros acordamos que debíamos ampliar un poco más ese rango, entonces, dejamos que nos apedreen bastante” (David Bolaños, comunicación personal, 2 de febrero 2021).

Otra discusión editorial importante que fue mencionada por los periodistas consultados está relacionada con la plataforma que los medios (o los servicios de verificación) le podrían estar dando a los troles. Por ejemplo, si se pone el enlace a la desinformación que se está verificando o desmintiendo, se le está dando más difusión a ese contenido falso. Entonces, como regla general, se evita darle lugar al sujeto que desinforma. No obstante, Bolaños de *Doble Check* también señala que no es tan sencillo como invisibilizar ese tipo de perfiles, ya que no debe perderse de vista que también son parte del discurso público. Por eso aclara:

La gente comparte y difunde esa información, validándolos y creyendo que son actores válidos del discurso público y que la información que están difundiendo es real o es pertinente para sus vidas o para las vidas de los demás. Entonces sí, definitivamente son parte del discurso público y les consideramos como tales. (comunicación personal, 2 de febrero 2021)

Kattia Bermúdez de *La Nación* coincide en que los periodistas y los medios se encuentran frente a un dilema y para ellos siempre persiste de la duda sobre qué hacer y si están haciendo lo correcto:

¿Cuál es la estrategia correcta? ¿Qué debo hacer? ¿Los ignoro? ¿Me peleo con ellos? ¿O los desmiento? Yo creo que con las tres les hago el favor, entonces a veces uno dice que más bien estoy trabajando para ellos. Porque si los ignoro estoy permitiendo que su mensaje se difunda en mis propios canales; si me peleo con ellos me estoy poniendo en su nivel, me bajo a la cancha de ellos y estoy metiendo en su discurso, o sea, caigo en su provocación, entonces logran el objetivo. Y si me pongo a desmentirlos, es una forma también de darles esa legitimidad y

Troleando en la plaza

de cierta forma también estoy difundiendo su mensaje (comunicación personal, 19 de marzo 2021).

En ese sentido, todas las personas entrevistadas externan una marcada preocupación por las implicaciones que genera el fenómeno del trol para su profesión, para los medios de prensa para los que laboran y para la sociedad costarricense. Si bien le atribuyen un valor considerable a la libertad de expresión y a la participación cívica como parte del debate público de ideas, su abordaje profesional y personal con la figura del trol denota una ambivalencia entre, por un lado, ignorarlo y considerarlo parte incómoda de la realidad noticiosa contemporánea y así no darle entidad y capacidad de agencia y, por otro, identificarlo y exponerlo como una medida de control y de protección al discurso público. Tanto en las prácticas identificadas en la literatura científica como en las entrevistas, la primera opción es dominante.

El dilema del discurso público: entre riesgos, libertades y derechos

Las personas periodistas participantes coinciden en que la agresividad de los troles se ha convertido en una verdadera y preocupante amenaza personal. Por un lado, mencionan una especie de “guerra psicológica” (Kattia Bermúdez, comunicación personal, 19 de marzo de 2021) que puede ir desde algo más “inofensivo” –pero que resulta agotador–, como reacciones constantes y siempre negativas, con insultos y descalificativos al contenido que el o la periodista está publicando, hasta prácticas más amenazantes como lo que describe Kattia Bermúdez de *La Nación*:

Toman tu foto de tu perfil de Facebook o toman fotos de tus hijos y las comienzan a difundir en las redes que ellos tienen diciendo cosas como “esa persona nos está ofendiendo”. Esto tiene el efecto de posicionarlo a uno [periodista] como un enemigo frente a los seguidores de estos troles que creen todos estos discursos. Este tipo de publicaciones refuerzan sus prejuicios, caen en la red de la mentira y pueden incluso atacar contra la vida de un periodista que se dedicó a informar, o a

desmentir una campaña de desinformación. (comunicación personal, 19 de marzo de 2021).

La experiencia de sufrir amenazas personales y directas, más allá del campo profesional, ha llevado a algunas personas a tomar algunas medidas extraordinarias que Gustavo Arias califica de “autocensura”: “En mis redes sociales quité las relaciones con mis hermanas y mis papás para no exponerlos. Eliminé completamente fotografías personales. A quienes entran a trabajar en *No Coma Cuento*, no es que los obligo, pero les recomiendo tener esa misma autocensura” (comunicación personal, 20 de enero 2021). A estas precauciones el periodista de *Doble Check*, David Bolaños, también agregó la de no contactar a troles desde cuentas o teléfonos personales por el riesgo que implica, sino únicamente desde canales oficiales del proyecto. La percepción de creciente inseguridad y de vulnerabilidad coincide con los desafíos y riesgos que implica el carácter público de las identidades sociales de las personas periodistas (Waisbord, 2020) y con la necesidad de establecer estrategias de separación entre la vida personal y profesional (Wolfgang, 2018).

Frente a la intensidad de los troles y sus efectos perjudiciales, Bolaños mencionó las etiquetas que alertan sobre contenido que desinforma o incita a la violencia (etiquetas del tipo: “Esta información ha sido identificada como falsa por distintos medios de comunicación, ver más”), que se han convertido en una de las respuestas de las redes sociales para combatir a los troles. Para el periodista, si bien esto significa que ahora hay un poco más de consecuencias, filtros y advertencias sobre contenido falso, se trata de las redes sociales “intentando apegarse a una definición de libertad de expresión en donde en su plataforma es posible decir esas cosas” (David Bolaños, comunicación personal, 2 de febrero de 2021), porque el contenido no es eliminado, sigue disponible, aunque tenga una advertencia.

Varias personas periodistas insisten en la necesidad de evidenciar este tipo de prácticas nocivas. En palabras de Kattia Bermúdez de *La Nación*: “en la medida en que se habla de ellos [troles], se les señala, se les identifica, se les pone un cierto rostro y a veces hasta un nombre propio. Esto contribuye” (comunicación personal, 19 de marzo de 2021). Otras personas abogan por la

Troleando en la plaza

alfabetización digital en todos los todos los ámbitos. Para Gustavo Arias, esto es de particular importancia en el caso de la educación cívica: “No tenemos la alfabetización digital para enfrentar el fenómeno pero, además, yo no estoy tan seguro que con solo alfabetización se pueda retomar una conversación porque está demasiado polarizado. Hay gente que saca beneficio de esa polarización y la discusión es muy virulenta” (Gustavo Arias, comunicación personal, 20 de enero 2021). Para el periodista, debemos cuestionarnos como sociedad por qué estamos dejando que las redes sociales nos monopolicen todo el debate y la conversación pública.

Las personas entrevistadas externan inquietudes relacionadas, por una parte, con su quehacer profesional. Parte de su responsabilidad en la construcción social de la noticia requiere de un respeto hacia el proceso, hacia las fuentes, hacia *el fairness* y hacia una relativa neutralidad. Esos valores asociados a la profesión son violentados de forma sistemática por figuras que asocian al trol desde la producción y circulación de noticias equivocadas o sesgadas. Por otra parte, develan una marcada preocupación por el papel del trol en la construcción de la plaza pública y el problema que implica la polarización de los discursos y la amplificación de los sesgos político ideológicos.

Finalmente, existe consenso entre las personas periodistas en que hay una responsabilidad de las personas usuarias de redes sociales para tener mayor conciencia, más cuidado y más atención en relación con los perfiles con los que se puede interactuar o reaccionar y la información que se puede compartir. Pero existe también consenso en que, si no se toman medidas colectivas que trasciendan la responsabilidad individual, los desafíos para la vida cívica, para el discurso público y para la sociedad de derecho pueden ser insuperables.

Consideraciones finales

El trol es una metáfora abarcadora a través de la cual los miembros de un grupo social intentan discernir el bien del mal en su búsqueda por definir y estabilizar su identidad colectiva. Para explicarlo, Graham (2019) concibe su función como la de mantenimiento de fronteras (*boundary maintenance*), que permite distinguir entre aquellas personas con sentido de pertenencia a una

comunidad en línea y aquellas que se pretende dejar fuera de sus fronteras. Desde ahí, el trol se constituye en una metáfora sugerente en la medida en que, pese a que su identificación es fluida y polisémica, se construye general y popularmente, como un arquetipo de oposición.

El trol existe, entonces, entre la esfera individual y la esfera colectiva, desde un amplio margen de intereses y de motivaciones; pero a los cuales las personas entrevistadas parecen recalcar su dimensión política, asociada a un ejercicio de poder discursivo con el fin de imponer sus opiniones, sus creencias y, finalmente, sus valores. Esas tentativas de dominación, provocadas, en parte por la lógica de públicos algorítmicos (Gillespie, 2014) inherente a las plataformas de redes sociales, configuran un espacio simbólico y un discurso público polarizado y violento en el que se confrontan identidades individuales y colectivas. El antagonismo, natural en el trol, se convierte en xenofobia, discriminación y menosprecio por la diferencia o, más bien, reificación de la diferencia. Su función trasciende comunidades de interés o de práctica, trasciende medios de prensa y es ejercida en la plaza pública.

Si bien el desplazamiento de la comprensión del fenómeno hacia el trol político-ideológico ha sido contundente para las personas periodistas entrevistadas, las variadas formas que asume coexisten. Uno de los aspectos más sugerentes de la figura del trol y de su papel en la construcción del discurso público es el dilema que enfrenta la prensa entre fomentar espacios de participación abiertos y plurales, y prevenirle, moderarle o controlarle. Desde esta perspectiva, una de las estrategias comunes de los medios de prensa consiste en *no alimentar al trol* (Clucas, 2020). Esta estrategia es utilizada con frecuencia por parte de miembros “legítimos” de grupos y comunidades en línea como forma de advertencia a sus pares, con el fin de no proveer al trol la atención que desea. El accionar del trol es entonces entendido como catalizador de conflictos desde el diálogo y la participación. Si se elimina el diálogo –en principio– se elimina el trol.

Aunque la solución parece razonable por parte de los medios de prensa, es problemática por dos razones. La primera es que supone que el trol depende siempre de la discusión con otras personas para existir; pero, como lo hemos señalado en páginas previas, el trol encarna muchas formas de actuar, muchas de ellas sin requerir el diálogo (Britt, 2019). La segunda es que no darle entidad

Troleando en la plaza

y legitimidad implica otorgarle una forma de agencia; darle vía libre para ejercer su papel. El medio de prensa se torna entonces, y sin quererlo, en cómplice de un discurso que se hace público en su propio espacio y que, de cierta manera, lo representa. La falta de moderación y de control parece promover la tolerancia a ese tipo de prácticas y esa tolerancia se fundamenta, generalmente, en un derecho que parece elevarse por encima de otros: la libertad de expresión. En general, el medio no advierte de la existencia de troles a sus personas usuarias y, con ello, participa del conflicto, de la controversia y de la polarización de discursos.

Las personas que ejercen el periodismo tienden a considerar su quehacer como un servicio público, como parte esencial del equilibrio de voces que requiere la vida democrática; constituye un componente esencial de su ideología ocupacional (Deuze, 2005). La decisión de no intervenir es entendida como una forma de sustentar un cierto grado de imparcialidad o de neutralidad –a fin de cuentas es parte de la deontología profesional periodística–, pero no deja de ser sorprendente en tanto distorsiona el discurso pretendido por el medio de prensa y, como ha sido documentado en varias investigaciones (Wolfgang, 2018; Hilvert-Bruce y Neill, 2020), normaliza un comportamiento tóxico que tiende a promover la violencia simbólica en línea.

Otra de las razones por las cuales prefieren no intervenir ni moderar los comportamientos del trol se relaciona con su seguridad personal (Waisbord, 2020). Aquí el equilibrio entre su identidad pública, relacionada con su profesión, y su identidad privada, relacionada con su vida personal y familiar, sugiere desafíos que sería necesario explorar con mayor atención. La falta de protocolos y de estrategias claras por parte de los medios de prensa para enfrentar el fenómeno del trol no tiene solamente implicaciones discursivas e ideológicas, también profesionales y personales (Gorman, 2019).

Finalmente, si bien un aspecto crucial de la discusión sobre el trol y sus comportamientos es su carácter situado y es necesario comprenderlo desde las particularidades de los espacios de mediación desde los que actúa, no deja de ser preocupante el que se perciba su antagonismo como un recurso estratégico para orientar las conversaciones, de acuerdo con los intereses de quien represente. Como ha sido establecido a lo largo del presente texto, el trol parece perder su agencia individual para representar intereses político-ideológicos por medio del

ruido y de la desinformación. El problema de comprender e interpretar al trol político ideológico desde la noticia falsa o la desinformación es que esconde las motivaciones individuales y colectivas que alimentan el tribalismo político y que parecen sustentar un discurso *anti-público* (Davis, 2020) dañino para la sociedad democrática. Ello es particularmente inquietante en tanto se torne un bien de mercado y un objeto de consumo que represente intereses de unos pocos.

Referencias bibliográficas

Amilien, Virgine. 1996. *Le troll et autres créatures surnaturelles dans les contes populaires norvégiens*. Berg International, Paris.

Bishop, Jonathan. 2014. “Representations of ‘trolls in mass media communication: a review of media-texts and moral panics relating to ‘internet trolling.’” *International Journal of Web Based Communities* 10, no. 1: 7. <https://doi.org/10.1504/IJWBC.2014.058384>

Braun, Virginia & Victoria Clarke. 2006. “Using thematic analysis in psychology.” *Qualitative Research in Psychology* 3, no. 2: 77–101.

Britt, Brian. 2019. “The use of nondialogic trolling to disrupt online communication.” *First Monday* 24, no. 10: 1–1. <https://doi.org/10.5210/fm.v24i10.10164>

Buckels, Erin, Paul Trapnell & Delroy Paulhus. 2014. “Trolls just want to have fun.” *Personality and Individual Differences*. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2014.01.016>

Bunse, Simone. 2021. “Las tropas cibernéticas y la manipulación política en línea en Costa Rica.” *Logos* 2, no. 1: 160–177.

Troleando en la plaza

Cerna Aragón, Diego. 2017. “¿Quién es el troll?: La construcción de identidades políticas en social media en el contexto peruano.” *Contratexto* 28, 71–92. <https://doi.org/10.26439/contratexto2017.n028.1551>

Clucas, Tom. 2020. “‘Don’t Feed the Trolls’. Social Media and the Limits of Free Speech.” En *Violence and Trolling on Social Media*, editado por En S. Polak y D. Trottier, 47-63. Amsterdam University Press.

Coleman, Gabriella. 2012. “Phreaks, Hackers, and Trolls.” En *The Social Media Reader*, 99–119. NYU Press. <http://www.jstor.org/stable/j.ctt16gzq5m.12>

Coleman, Gabriella. 2014. *Hacker, hoaxer, whistleblower, spy: The many faces of anonymous*. Brooklyn: Verso Books.

Cruz, Angela Gracia, Yuri Seo & Matthew Rex. 2018. “Trolling in Online Communities: A Practice-based Theoretical Perspective.” *The Information Society* 34, no. 1: 15-26. <https://doi.org/10.1080/01972243.2017.1391909>.

Davis, Mark. 2020. “The online anti-public sphere.” *European Journal of Cultural Studies*. <https://doi.org/10.1177/1367549420902799>

Davisson Amber & Mackenzie Donovan. 2019. “‘Breaking the news ... on a weekly basis’: trolling as rhetorical style on Last Week Tonight.” *Critical Studies in Media Communication*, DOI: 10.1080/15295036.2019.1649706

Deuze, Mark. 2005. “What is journalism? Professional identity and ideology of journalists reconsidered.” *Journalism* 6, no. 4: 442–464. <https://doi.org/10.1177/1464884905056815>

- Donath, Judith. 1999. "Identity and Deception in the Virtual Community." En *Communities in Cyberspace*, editado por Marc A. Smith y Peter Kollock, 29–59. London: Routledge.
- Durkee, Melissa. 2017. "Astroturf activism." *Stanford Law Review* 69, no. 1: 201.
- Forestal, Jennifer. 2017. "The Architecture of Political Spaces: Trolls, Digital Media, and Deweyan Democracy." *American Political Science Review* 111, no. 1: 149–161. <https://doi.org/10.1017/S0003055416000666>
- Gillespie, Tarleton. 2014. "The Relevance of Algorithms." En *Media Technologies: Essays on Communication, Materiality, and Society*, editado por Tarleton Gillespie, Pablo Boczkowski, and Kirsten Foot, 167-192. MIT Press.
- Gorman, Ginger. 2019. *Troll hunting : inside the world of online hate and its human fallout*. H. G. Books.
- Graham, Elyse. 2019. "Boundary maintenance and the origins of trolling." *New Media and Society*. <https://doi.org/10.1177/1461444819837561>
- Hardaker, Claire. 2013. "Uh. . . not to be nitpicky,,,,,but...the past tense of drag is dragged, not drug." *Journal of Language Aggression and Conflict* 1, no. 1: 58–86. <https://doi.org/10.1075/jlac.1.1.04har>
- Herring, Susan, Kirk Job-Sluder, Rebecca Scheckler & Sasha Barab. 2002. "Searching for safety online: Managing 'trolling' in a feminist forum." *The Information Society* 18, no. 5: 371–84
- Hilvert-Bruce, Zorah & James T. Neill. 2020. "I'm just trolling: The role of normative beliefs in aggressive behaviour in online gaming." *Computers in Human Behavior* 102, 303–311. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2019.09.003>

Troleando en la plaza

Jenks, Christopher. 2019. "Talking trolls into existence: On the floor management of trolling in online forums." *Journal of Pragmatics* 143, 54–64. <https://doi.org/10.1016/j.pragma.2019.02.006>

Jordan, Tim. 2019. "Does online anonymity undermine the sense of personal responsibility?" *Media, Culture and Society* 41, no. 4: 572–577. <https://doi.org/10.1177/0163443719842073>

Kumar, Srijan, Jure Leskovec, Justin Cheng & V. S. Subrahmanian. 2017. « An army of me: Sockpuppets in online discussion communities.» *26th International World Wide Web Conference, WWW 2017*, 857–866. <https://doi.org/10.1145/3038912.3052677>

Mouffe, Chantal. 2005. *On the Political*. London: Routledge.

Phillips, Whitney. 2015. *This Is Why We Can't Have Nice Things: Mapping the Relationship Between Online Trolling and Mainstream Culture*. Cambridge, MA: MIT Press.

Pinch, Trevor & Wiebe E. Bijker. 1984. "The Social Construction of Facts and Artefacts: Or How the Sociology of Science and the Sociology of Technology Might Benefit Each Other." *Social Studies of Science* 14, 399–441.

Rone, Julia. 2019. "Fake profiles, trolls, and digital paranoia: digital media practices in breaking the Indignados movement." *Social Movement Studies* 00, no. 00: 1–17. <https://doi.org/10.1080/14742837.2019.1679108>

Sanfilippo, Madelyn Rose, Shengnan Yang & Pnina Fichman. 2017. "Managing Online Trolling: From Deviant to Social and Political Trolls." *Proceedings of the 50th Hawaii International Conference on System Sciences*. <https://doi.org/10.24251/hicss.2017.219>

Sanfilippo, Madelyn, Shengnan Yang & Pnina Fichman. 2017. “Trolling here, there, and everywhere: perceptions of trolling behaviors in context.” *Journal of the Association for Science and Technology* 68, no. 10: 2313–2337. <https://doi.org/10.1002/asi.23902>

Sequeira, Aarón. 2017. PLN invitó a ‘operativo en redes sociales’ con pizza y refrescos durante comparecencia de Solís. *La Nación*, 4 de setiembre. <https://www.nacion.com/el-pais/pln-invito-a-operativo-en-redes-sociales-con-pizza-y-refrescos-durante-comparecencia-de-solis/OH7XAOIDHJBJRJC6BN3AFN54U/story/>

Waisbord, Silvio. 2020. “Trolling Journalists and the Risks of Digital Publicity.” *Journalism Practice* 0, no. 0: 1-17. <https://doi.org/10.1080/17512786.2020.1827450>

Walter, Tony, Rachid Hourizi, Wendy Moncur & Stacey Pitsillides. 2011. “Does the internet change how we die and mourn? an overview.” *Omega: Journal of Death & Dying* 64, no. 4: 12.

Wolfgang, J. David. 2018. “Taming the ‘Trolls’: How Journalists Negotiate the Boundaries of Journalism and Online Comments.” *Journalism* 22, no. 1: 139-156.

Epílogo

Sebastián Valenzuela

La desinformación está de moda. Periodistas, autoridades de gobierno, empresas de tecnología, educadores, usuarios de plataformas, científicos sociales y expertos en computación—muchos están preocupados por el fenómeno de las *fake news*. Desde que la campaña presidencial de Estados Unidos de 2016 puso el tema en la agenda global, se han vertido ríos de tinta (o, más bien, petabytes de información) comentando la importancia de la desinformación en la esfera pública.

Algunos dicen que vivimos en la era de la postverdad, y que las emociones y la desinformación influyen decisivamente en el comportamiento de las personas. Otros—los menos, pero no por eso menos influyentes—plantean que la preocupación por la desinformación, especialmente en las plataformas sociales, tiene un efecto mínimo o nulo. Otras patologías, como la comunicación populista, la polarización política y los discursos de odio, serían más influyentes en el bienestar de las personas y la calidad de la democracia.

El libro que tienen en sus manos supera con creces el simplismo de estas visiones pesimistas y optimistas sobre la desinformación. En un notable ejercicio de sutileza intelectual, nos muestra cuánto hemos avanzado en comprender los antecedentes y manifestaciones de la desinformación, pero también cuánto nos falta por explorar.

Desde una óptica de métodos mixtos, analiza el caso costarricense, que históricamente ha servido como ejemplo de democracia estable en el contexto latinoamericano, tal como lo era Chile hasta el estallido social de 2019 y como lo sigue siendo Uruguay. Es así como hemos aprendido las percepciones que tienen dos actores clave del sistema informativo sobre el asunto de las noticias falsas: periodistas, incluyendo quienes hacen periodismo de verificación o *fact-checking* (capítulos 2 y 3) y usuarios (capítulo 6).

Epílogo

Esto contrasta con el grueso de la literatura comparada, que se centra en el contenido de la desinformación y sus efectos en los conocimientos, creencias y conductas de las personas expuestas a ella. En este trabajo, en cambio, se observa un alto nivel de “agencia” por parte de periodistas y usuarios, que brinda esperanzas de cómo combatir el fenómeno. Esto es, que las personas no son víctimas pasivas de la desinformación.

En una investigación que da pistas sobre los antecedentes individuales del fenómeno, en el capítulo 5 se identifican variables psicológicas, sociales y demográficas que se correlacionan con la exposición y difusión de desinformación, así como de la autopercepción de cuán hábil se es para identificar cuándo una noticia es falsa. Queda claro que la desinformación no afecta a las personas de manera aleatoria. Autoritarismo, educación y estilos de procesamiento informativo, entre otros, pueden hacer una diferencia significativa al momento de entender exposición y difusión de noticias falsas.

Hay una serie de otros hallazgos novedosos que vale la pena destacar, tales como lo que puede aportar una mirada multimedia al fenómeno, sobre todo la comunicación visual (capítulo 7), la diferencia que pueden hacer contextos particulares como la pandemia del coronavirus (capítulo 8) y las elecciones (capítulo 9), así como la acción de los llamados *trolls* (capítulo 10).

Sin embargo, tal como solía decir Sherlock Holmes a su querido Watson, la partida recién ha comenzado. Esto es, queda demasiado por explorar en torno a la desinformación en contextos digitales. Como queda claro en las páginas previas, las noticias falsas son un blanco en movimiento; cualquier diagnóstico corre rápidamente el riesgo de quedar desactualizado.

Aun así, es importante delinear algunas de las preguntas de investigación que quedan por resolver y que, espero, futuros trabajos puedan resolver. A continuación planteo tres interrogantes que me parecen prioritarias.

1. ¿Qué efectos tiene la desinformación en las actitudes y conductas de los usuarios?

A la fecha, la mayoría de las investigaciones internacionales se ha centrado en cómo se propaga la información falsa y por qué algunas personas son propensas a desarrollar creencias erróneas. Sin embargo, los estudios sobre las consecuencias de la desinformación son sorprendentemente escasos. Aún sabemos poco sobre los efectos de la exposición a la desinformación sobre las actitudes y comportamientos. ¿Qué influencia tiene la desinformación en el voto? ¿Votan más o votan diferente las personas desinformadas? Más allá del voto, ¿qué efectos hay en las actitudes de las personas, tales como confianza en los medios y las instituciones políticas, satisfacción con la democracia, y preferencias de política pública? Ni siquiera en Estados Unidos, país que más ha investigado estas preguntas, hay respuestas claras al respecto.

Además, en la medida en que la desinformación es un problema en evolución, pocos estudios han analizado el fenómeno a lo largo del tiempo. La mayor parte de las investigaciones analiza eventos únicos, tales como una elección presidencial, una crisis sanitaria, y así. Finalmente, cuando se estudian los efectos de la desinformación, se tiende a postular relaciones lineales y unidireccionales, más que la posibilidad más probable de caminos de influencia recíprocos.

La pregunta sobre los efectos choca contra la popular narrativa de que vivimos en una era de desinformación endémica, y que las plataformas sociales—como llegó a decir *The Economist*—son una amenaza para la democracia porque corroen el juicio de los votantes con desinformación. Sin embargo, la evidencia disponible indica lo contrario. Varios de los estudios más citados en la literatura anglosajona muestran que la asociación entre el uso de las redes sociales y las percepciones políticas erróneas es débil o insignificante. La evidencia disponible en países latinoamericanos no resulta muy distinta. Por ejemplo, investigaciones en Chile y México con datos de encuestas tipo panel—esto es, donde una muestra es entrevistada en más de una ocasión para medir cambios y continuidades—revelan que la relación entre uso

Epílogo

de plataformas sociales y creer en noticias falsas es insignificante (Halpern et al., 2019; Valenzuela, Santos, & Muñiz, 2021).

Una brecha entre las opiniones populares y académicas sobre la magnitud de los efectos de los medios es una característica recurrente en las ciencias de la comunicación. Sin embargo, es preocupante si la brecha es un artefacto que resulta de diseños de investigación deficientes. Recordemos que la famosa acusación de Bartels (1993) del paradigma de efectos mínimos en la era de los medios de comunicación (esto es, que “el estado de la investigación sobre los efectos de los medios es una de las vergüenzas más notables de las ciencias sociales modernas”, p. 267), se justificaba en las debilidades metodológicas de estudios previos.

A futuro, entonces, es importante hacerse cargo de estas limitaciones y aumentar la cantidad de investigaciones dedicadas a cuantificar y describir el impacto persuasivo que tiene la exposición, credibilidad y difusión de las noticias falsas. Para ello, es imprescindible combinar técnicas de investigación cuantitativas y cualitativas, incluyendo experimentos de campo y análisis econométricos.

2. ¿Cuánto influye el contexto político, mediático, y cultural en la desinformación?

Quizás la razón por la cual estudios en Estados Unidos encuentran que la desinformación online tendría efectos mínimos en las conductas de la población es un ejemplo más del llamado excepcionalismo estadounidense. Es perfectamente posible que los antecedentes y consecuencias de la desinformación varíen de país en país según las características del sistema político y medial, los comportamientos de los usuarios, y otras dimensiones culturales.

Por ejemplo, un reciente estudio que comparó países de Europa y Norteamérica encontró que las percepciones de *exposición* a desinformación son significativamente más altas en países con un mayor uso de plataformas sociales, grandes mercados de medios digitales y poca confianza en los medios tradicionales (Humprecht et al., 2020). Quizás un patrón similar se aplique a la *credibilidad* de esa desinformación, aunque realmente no lo sabemos.

También la producción y comprensión de la desinformación varía entre países. Mientras que en las democracias avanzadas es común identificar la desinformación en medios digitales alternativos, en regiones como América Latina la desinformación también se distribuye frecuentemente por parte de gobiernos y medios tradicionales que amplifican los discursos de las elites políticas. Es más, Latinoamérica tiene un historial de campañas de desinformación bastante más antiguo y amplio que el de países del llamado norte global. Las dictaduras militares y gobiernos populistas que han azotado a muchos países de la región en los últimos 50 años recurrieron, con frecuencia, a campañas de desinformación y propaganda basada en fabricaciones y conspiraciones varias.

Además, los niveles de confianza ciudadana tanto en el estado como en los medios periodísticos son históricamente bajos en la región. En cambio, la confianza en los grupos de referencia más cercanos, como la familia y los amigos, suele ser bastante más alta que lo registrado en otras latitudes. Dadas estas características, ¿cuánto más puede calar la desinformación en Latinoamérica respecto de otras regiones? Es perfectamente posible que un contexto así, desinformación por plataformas dedicadas a la comunicación con grupos cercanos, como WhatsApp, sea persuasiva que en plataformas más públicas como Twitter.

Por lo tanto, es un imperativo realizar trabajos sobre desinformación de manera comparada, que vayan más allá del caso particular de una nación, y que tomen en cuenta los contextos (des)informativos específicos.

3. ¿Cómo varía la desinformación según la temática de estudio?

Como todo campo de la comunicación, los estudios sobre desinformación y medios tienden a hablar del fenómeno de manera generalista: estudiamos más las “noticias falsas” que “las noticias falsas en elecciones” o “noticias falsas en torno al COVID-19.” Esto es lógico. Cuando se masificó internet en los años 90, era común leer trabajos sobre el efecto de internet en el bienestar de las personas o la participación política. Dos décadas después, no tiene mucho sentido hablar de internet a secas. En cambio, estudiamos cómo el

Epílogo

tipo de uso de una plataforma de internet específica con una motivación igual de específica puede influir en sus usuarios. Así, leemos trabajos sobre cómo el uso de Facebook para informarse sobre la actualidad política influye en el estado anímico o en la intención de protestar.

Hasta ahora, la elección de temas sobre la desinformación ha estado más determinada por la contingencia (léase elecciones o pandemia) que por una discusión teórica sobre cómo ciertas temáticas se pueden prestar para dinámicas de desinformación particulares a esas temáticas.

Por ejemplo, en Chile hemos encontrado que las personas que están más desinformadas en asuntos políticos difieren bastante de aquellas más desinformadas en torno al COVID-19. Es así como durante el estallido social que se vivió en 2019, eran los más jóvenes los que más creyeron en conspiraciones y noticias falsas en torno a la ola de protestas que sacudió al país sudamericano. Al año siguiente, en cambio, eran los mayores de 45 años los más desinformados en torno a las vías de contagio y consecuencias del coronavirus.

Reconocer esta particularidad tiene consecuencias para desarrollar soluciones al problema de la desinformación. Para seguir con el caso de arriba, si se quiere desarrollar un programa de alfabetización medial para prevenir a la población de las noticias falsas o ayudarlas a identificarlas, ¿qué público debería ser prioritario, los jóvenes o los adultos mayores? Depende, obviamente, de la temática. Sin embargo, seguimos hablando de la desinformación sin apellido, o sea, sin especificar el ámbito.

Sin duda, hay muchas otras preguntas que podríamos plantear. Lo importante es que las investigaciones futuras se centren más en *cómo* y *cuándo* (o para *quiénes*) la desinformación puede hacer una diferencia en las creencias y conductas de las personas.

Está claro que la desinformación en el panorama mediático contemporáneo es un fenómeno multimodal y multidimensional. Por lo tanto, la academia debe apuntar a estudiar la ecología de la desinformación con una mirada más amplia y flexible, con metodologías innovadoras, y en contextos nuevos. Este libro es un gran punto de partida.

Referencias bibliográficas

Bartels, Larry M. 1993. "Messages received: The political impact of media exposure." *American Political Science Review* 87, no. 2:267-285. doi: 10.2307/2939040

Halpern, Daniel, Sebastián Valenzuela, James Katz, & Juan Pablo Miranda. 2019. "From belief in conspiracy theories to trust in others: Which factors influence exposure, believing and sharing fake news." En *Social Computing and Social Media. Design, Human Behavior and Analytics. HCII 2019*, editado por Gabriele Meiselwitz, 217-232. Springer. doi: 10.1007/978-3-030-21902-4_16

Humprecht, Edda, Frank Esser, & Peter Van Aelst. 2020. "Resilience to online disinformation: A framework for cross-national comparative research." *The International Journal of Press/Politics* 25, no. 3:493-516. doi: 10.1177/1940161219900126

Valenzuela, Sebastián, Marcelo Santos, & Carlos Muñoz. 2021. Social media and political misinformation in Mexico: A case of maximal panic, minimal effects? Estudio presentado en la *2021 International Journal of Press/Politics Virtual Conference*, 13-16 de septiembre de 2021.

Índice de figuras

Figura 1.1 Cantidad de publicaciones sobre noticias falsas en perfiles públicos de Costa Rica en Facebook (2016-2020)	24
Figura 1.2 Cantidad de interacciones generadas por publicaciones sobre noticias falsas en perfiles públicos de Costa Rica en Facebook	25
Figura 1.3 Publicación de <i>CRHoy.com</i> sobre vínculo entre personas diputadas y la circulación de noticias falsas	28
Figura 3.1 Representación gráfica de los periodos de estudio	80
Figura 3.2 Cantidad de publicaciones en Facebook identificadas como “desmentidos”, publicadas por los sitios de verificación <i>No Coma Cuento</i> (enero 2018-diciembre 2020) y <i>Doble Check</i> (octubre 2018-diciembre 2020)	81
Figura 3.3 Cantidad de publicaciones en Facebook identificadas como “desmentidos” publicadas por <i>No Coma Cuento</i> y <i>Doble Check</i> , por mes. Enero 2018-diciembre 2020	82
Figura 3.4 Cantidad de desmentidos publicados por <i>No Coma Cuento</i> y <i>Doble Check</i> . Octubre a diciembre 2020	83
Figura 4.1 Importancia de las palabras dentro de los documentos mediante TF-IDF	117
Figura 4.2 Algoritmo para obtener la matriz LSA	118
Figura 4.3 Cálculo de la Matriz LSA	119
Figura 4.4 Cálculo de la similitud de cosenos	120
Figura 4.5 Cercanía semántica calculada en los vectores LSA	120
Figura 4.6 Ejemplo de red de tokens generada con Network X	122

Figura 4.7 Declaración de atributos para la búsqueda de la fecha de publicación.....	124
Figura 5.1 Características definitorias de las noticias falsas	134
Figura 7.1 Ejemplo de texto multimodal desinformativo	208
Figura 7.2 Ejemplo de texto multimodal desinformativo	208
Figura 7.3 Ejemplo de texto multimodal desinformativo	210
Figura 7.4 Ejemplo de texto multimodal desinformativo	210
Figura 7.5 Ejemplo de texto multimodal desinformativo	210
Figura 7.6 Ejemplo de texto multimodal desinformativo	210
Figura 7.7 Ejemplo de texto multimodal desinformativo	212
Figura 7.8 Ejemplo de texto multimodal desinformativo	213
Figura 7.9 Ejemplo de texto multimodal desinformativo	214
Figura 7.10 Ejemplo de texto multimodal desinformativo	214
Figura 7.11 Ejemplo de texto multimodal desinformativo	216
Figura 7.12 Ejemplo de texto multimodal desinformativo	216

Índice de cuadros

Cuadro 2.1: Medios y periodistas que se entrevistaron	51
Cuadro 3.1 Desmentidos publicados por NCC por tipo. Octubre a diciembre de 2018	83
Cuadro 3.2 Desmentidos publicados por NCC según tema. Octubre a diciembre de 2018	84
Cuadro 3.3 Titulares de NCC de desmentidos sobre la huelga, el plan fiscal y el gasto público. Octubre a diciembre de 2018	85
Cuadro 3.4 Desmentidos publicados por DC según tipo. Octubre a diciembre de 2018	87
Cuadro 3.5 Desmentidos publicados por DC según tema. Octubre a diciembre de 2018	88
Cuadro 3.6 Titulares de DC de desmentidos de declaraciones sobre temas de Huelga, Plan Fiscal y Gasto Público. Octubre a diciembre de 2018	88
Cuadro 3.7 Desmentidos de NCC que obtuvieron mayores interacciones en Facebook Octubre a diciembre de 2018	91
Cuadro 3.8 Desmentidos de DC que obtuvieron mayores interacciones en Facebook. Octubre a diciembre de 2018	92
Cuadro 4.1 Escala de Legibilidad de Fernández Huerta	114
Cuadro 5.1 Regresiones jerárquicas de la exposición a noticias falsas y la autopercepción sobre la capacidad para reconocerlas	146
Cuadro 5.2 Regresiones logísticas de la difusión de noticias falsas en redes sociales y vía WhatsApp	148
Cuadro 6.1 Participantes de los grupos de discusión	171

Cuadro 7.1 Dimensiones y categorías de análisis	207
Cuadro 7.2 Presencia/ausencia de imágenes	208
Cuadro 7.3 Tipo de imagen	209
Cuadro 7.4 Originalidad de las fotografías	211
Cuadro 7.5 Intervención de fotografías	212
Cuadro 7.6 Tipo de contenido principal de las fotografías	213
Cuadro 7.7 Relación actor-contenido	215
Cuadro 7.8 Escenografía de actores	216
Cuadro 8.1 Resumen del modelo de la valoración	238
Cuadro 8.2 Conjuros	259
Cuadro 8.3 Remedios	261
Cuadro 8.4 Culpables	263
Cuadro 8.5 Advertencias y amenazas	265
Cuadro 10.1 Medios participantes y sus números de seguidores en Facebook (2021)	313

Información sobre las autoras y los autores

Ignacio Siles González

Doctor en Comunicación, Tecnología y Sociedad, Northwestern University, Estados Unidos. Máster en Comunicación y Tecnología, Université de Montréal, Canadá. Profesor catedrático en la Escuela de Ciencias de la Comunicación Colectiva e investigador del Centro de Investigación en Comunicación (CICOM) de la Universidad de Costa Rica.

ignacio.siles@ucr.ac.cr

Larissa Tristán Jiménez

Doctora en Comunicación Social, Universitat Pompeu Fabra (UPF), Barcelona. Licenciada en Psicología, Universidad de Costa Rica. Profesora adjunta en la Escuela de Ciencias de la Comunicación Colectiva e investigadora del Centro de Investigación en Comunicación (CICOM) de la Universidad de Costa Rica.

larissa.tristan_j@ucr.ac.cr

Carolina Carazo Barrantes

Doctora en Sociología, Universidad Nacional de Educación a Distancia (UNED), Madrid. Máster en Comunicación Política, Emerson College, Estados Unidos. Licenciada en Ciencias de la Comunicación Colectiva con énfasis en Periodismo, Universidad de Costa Rica. 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.carazo@ucr.ac.cr

Información sobre las autoras y los autores

Carlos Brenes Peralta

Realizó sus estudios de posgrado en Investigación Social y Comunicación en la Universidad Libre de Amsterdam y su doctorado en Comunicación Política en la Universidad de Amsterdam, Holanda. Labora en el Instituto de Investigaciones Psicológicas de la Universidad de Costa Rica.

carlos.brenesperalta@ucr.ac.cr

Mariana Cajina Rojas

Bachiller en Ciencias de la Comunicación Colectiva con énfasis en Periodismo de la Universidad de Costa Rica. Ha colaborado como periodista en medios como *La Nación* y *DelfinoCR*.

mariana.cajina@ucr.ac.cr

Felipe Castillo Guillén

Bachiller en Ingeniería Informática de la Universidad Estatal a Distancia (UNED). Colaborador del Laboratorio de Investigación e Innovación Tecnológica (LIIT) de la UNED, Costa Rica.

estebanfelipecg@uned.cr

Adriana Céspedes

Bachiller en Ciencias de la Computación e Informática, UCR y Licenciada en Ingeniería Informática con énfasis en Administración de Proyectos, UNED. Investigadora del Laboratorio de Investigación e Innovación Tecnológica (LIIT) de la UNED, Costa Rica.

acespedesv@uned.ac.cr

Rolando Pérez Sánchez

Realizó sus estudios doctorales en Sociología de la Comunicación en la Universidad de Frankfurt, Alemania. Profesor catedrático de la Escuela de Psicología de la Universidad de Costa Rica e investigador del Instituto de Investigaciones Psicológicas de la misma universidad.

rolando.perez@ucr.ac.cr

Brayan Rodríguez Delgado

Bachiller en la Enseñanza de las Matemáticas de la Universidad Nacional de Costa Rica (UNA), diplomado en Ingeniería Informática de la Universidad Estatal a Distancia (UNED). Colaborador del Laboratorio de Investigación e Innovación Tecnológica (LIIT) de la UNED, Costa Rica.

brayan.rodriguez@uned.cr

Gustavo Román Jacobo

Doctor en Sociedad de la Información, Universidad Complutense de Madrid, España. Asesor de la Gestión Político Institucional del Tribunal Supremo de Elecciones de Costa Rica.

gromanj@tse.go.cr

Andrés Segura-Castillo

Máster en Gestión de Tecnología, Open University, Reino Unido. Director del Laboratorio de Investigación en Innovación Tecnológica (LIIT) de la Universidad Estatal a Distancia (UNED), Costa Rica.

asegurac@uned.ac.cr

Ivannia Sibaja Villalobos

Licenciada en Filología Española, Universidad de Costa Rica, Costa Rica. Colaboradora en investigaciones diversas de diferentes áreas académicas de la UCR, como apoyo en codificación lingüística.

ivannia.sibaja@ucr.ac.cr

Sebastián Valenzuela Leighton

Doctor en Comunicaciones, University of Texas at Austin, Estados Unidos. Máster en Periodismo, University of Texas at Austin, Estados Unidos. Licenciado en Información Social y Periodista, Pontificia Universidad Católica de Chile. Profesor asociado de la Facultad de Comunicaciones, Pontificia Universidad Católica de Chile.

savalenz@uc.cl

Información sobre las autoras y los autores

Roberto Vargas Fallas

Bachiller en Ciencias de la Comunicación Colectiva con énfasis en Periodismo por la Universidad de Costa Rica. Estudiante de la Maestría Académica en Ciencias Políticas, Sistema de Estudios de Posgrado, Universidad de Costa Rica.
roberto.vargasfallas@ucr.ac.cr

Adrián Vergara Heidke

Doctor en Lingüística, Universidad de Bremen, Alemania. Director del Programa de Posgrado en Lingüística, Universidad de Costa Rica. Profesor de la Escuela de Filología, Lingüística y Literatura e investigador del Instituto de Investigaciones Lingüísticas (INIL) de la Universidad de Costa Rica.
adrian.vergara@ucr.ac.cr

Jorge Zeledón Pérez

Máster en Comunicación y Tecnología, Université de Montréal, Canadá. Director del Programa de Posgrado en Comunicación, Universidad de Costa Rica. Profesor en la Escuela de Ciencias de la Comunicación Colectiva e investigador del Centro de Investigación en Comunicación (CICOM) de la Universidad de Costa Rica.
jorge.zeledonperez@ucr.ac.cr

COLECCIÓN TECNOLOGÍA Y SOCIEDAD

¿Por qué el término “noticias falsas” es parte de la cotidianidad en Costa Rica? ¿De qué hablamos cuando nos referimos a “desinformación”? ¿Quiénes comparten contenidos desinformativos y por qué? ¿Cómo se verifican los hechos en unidades de *fact checking* del país? ¿Cómo interpretan las noticias falsas las audiencias? ¿Qué implicaciones tiene la desinformación en Costa Rica? *Verdad en extinción* ofrece la primera investigación basada en datos para responder a estas y muchas otras preguntas. Cada capítulo brinda una mirada analítica distinta y un método de investigación complementario al estudio de este fenómeno. En conjunto, el libro propone un análisis contextual e interdisciplinario sobre cómo se ha expresado la desinformación en Costa Rica.

“*Verdad en extinción* es un libro de lectura urgente. Revela resultados empíricos convincentes que alertan sobre la penetración de las noticias falsas en el debate público. Esta obra expone, de manera inteligente y novedosa, la problemática de la desinformación que en ocasiones se basa en las llamadas teorías conspirativas altamente tendientes a la producción de noticias falsas. Los argumentos esbozados nos muestran cómo estos mensajes erosionan la democracia y alientan sentimientos de odio y radicalización política. La obra aporta ideas para mejorar las competencias y alfabetización mediática de la sociedad como herramienta para identificar y frenar la diseminación de noticias falsas”.

-Ilka Treminio Sánchez, Directora FLACSO Costa Rica

“*Verdad en extinción* analiza procesos de desinformación prevaletentes en la Costa Rica del siglo XXI. Noticias falsas es un tema que recorre los 10 capítulos, escritos por 16 personas autoras, quienes aportan evidencia empírica acerca de una paradoja en que vivimos: en medio de mayores facilidades tecnológicas resulta a menudo más complejo determinar qué es lo público y cómo comprenderlo, incluyendo la misma crisis sanitaria. *Verdad en extinción* nos deja pensando por qué la desinformación tiende a predominar en una época caracterizada como ‘sociedades del conocimiento’. Sin duda, el optimismo tecnológico, predominante a inicios de este siglo, requiere interrogarse seriamente”.

-Carlos Sandoval García, Profesor catedrático, Universidad de Costa Rica

ISBN: 978-9968-919-89-0



UNIVERSIDAD DE
COSTA RICA

CICOM

Centro de
Investigación en
Comunicación

FRIEDRICH
EBERT
STIFTUNG