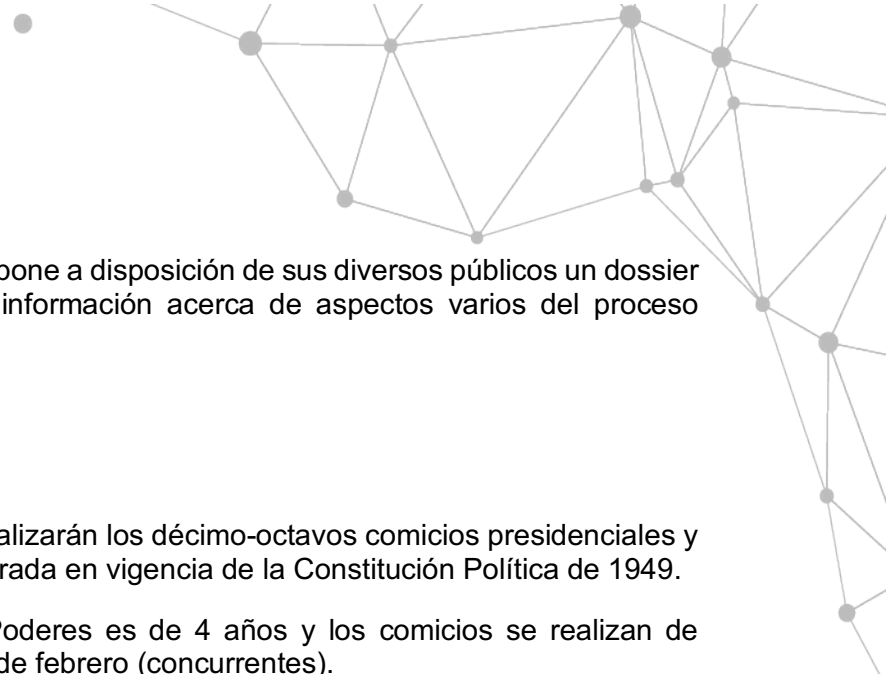


DOSSIER ELECTORAL

**Elecciones Nacionales del
6 de febrero de 2022**

2 de febrero de 2022
Universidad de Costa Rica





El Observatorio de la Política Nacional pone a disposición de sus diversos públicos un dossier electoral que presenta y sistematiza información acerca de aspectos varios del proceso electoral 2022 y su antesala.

¿Qué se elige el 6 de febrero?

El próximo 6 de febrero de 2022, se realizarán los décimo-octavos comicios presidenciales y legislativos en Costa Rica desde la entrada en vigencia de la Constitución Política de 1949.

El período constitucional en ambos Poderes es de 4 años y los comicios se realizan de manera simultánea el primer domingo de febrero (concurrentes).

Estas serán las elecciones con el mayor número de aspirantes participantes desde las elecciones de 1930. Se inscribieron 27 partidos para la elección presidencial, pero finalmente el TSE no autorizó a dos de ellos, por lo que la contienda se disputará entre 25 candidaturas.

El marco jurídico en Costa Rica indica que solamente pueden participar en las elecciones de todo nivel (presidencial, legislativo y local o sub-nacional) candidaturas postuladas por partidos políticos. No se permiten candidaturas presentadas de manera individual (libre postulación, candidaturas independientes) ni mediante otras agrupaciones políticas o ciudadanas.

La boleta o “papeleta” donde se emite el voto para la Presidencia de la República, presenta a cada candidatura presidencial identificada con su fotografía y la bandera de su respectivo partido político, acompañada del nombre de las personas postuladas como primera y segunda vicepresidencia.

Los partidos políticos PLN, PUSC y PAC, realizaron elecciones primarias en formato “abierto” o con la habilitación para la participación potencial de cualquier persona inscrita en el padrón electoral. En Costa Rica hay un único padrón o registro de ciudadanía (civil, electoral). Toda persona ciudadana mayor de 18 años está habilitada para emitir su voto.

Los demás partidos políticos eligieron a sus personas candidatas siguiendo lo establecido como requisito mínimo en el “Código Electoral” (Ley electoral), a saber, mediante su máxima asamblea partidaria.

El sistema o régimen electoral en Costa Rica establece un umbral reducido del 40% de los votos válidos en primera ronda, como mínimo para ser declarado como ganador de las elecciones presidenciales (sistema de mayoría relativa). En la historia electoral de los últimos 70 años, solo se han realizado segundas rondas o elecciones presidenciales en los años 2002, 2014 y 2018.

Entre la primera (febrero) y segunda ronda electoral (abril) hay un período de dos meses. La normativa jurídica electoral en Costa Rica establece que la segunda ronda se realizará el primer domingo del mes de abril del mismo año en que se efectúa la primera vuelta electoral.

La Asamblea Legislativa es el nombre del Poder Legislativo en Costa Rica. Es un órgano unicameral compuesto por 57 personas diputadas. Las elecciones para escoger a las personas diputadas se efectúa mediante un único voto de la ciudadanía mediante listas cerradas y bloqueadas.

La fórmula para la repartición de escaños en la Asamblea (sistema proporcional) es conocida como “Hare modificado”, compuesto por: cociente, mitad del cociente (o sub-cociente) y residuos mayores.

En febrero de 2022 serán 36 los partidos en disputa en las elecciones legislativas (7 circunscripciones: 2 grandes o con más de 10 escaños; 2 medianas o con más de 5 y menos de 10 y 3 pequeñas o con menos de 5 escaños asignables)

En Costa Rica existe un único organismo electoral, que desde inicios de la década de 1950 realiza las funciones de registraduría civil y electoral, administración de los procesos electorales, jurisdiccionalidad y, a partir de la reforma electoral de 2009 también la función de formación cívica ciudadana en democracia mediante su Instituto de Formación Electoral y Democrática (IFED). Esta entidad, considerada el 4to poder de la República, se denomina Tribunal Supremo de Elecciones.

Análisis de últimas encuestas del Centro de Investigación y Estudios Políticos (CIEP)

Las encuestas¹ del CIEP de la Universidad de Costa Rica (UCR), destacan el alto porcentaje de personas indecisas a lo largo de la campaña electoral (ver figura 1). Esto evidencia -principalmente- dos aspectos:

1. las personas, ante la amplia oferta electoral, se desprenden de los partidos políticos (afiliación), para analizar por quién votar según sus propuestas, ideales, valores, etc.
2. la alta probabilidad de que ningún partido político gane en primera ronda y sea necesaria una segunda en el mes de abril. Esto supone además, una lucha mayor entre los partidos por tratar de convencer al amplio porcentaje de personas indecisas e integrarlas a sus filas para acceder a esta segunda ronda.

¿Quiénes son las personas indecisas?²:

- sobresalen las mujeres con un 42% contrario a los hombres que representan un 38%.
- las personas más jóvenes habilitadas para ejercer el voto (entre 18 y 34 años), que representan un 48% de la encuesta que, se traducen en alrededor de 380.000 personas. Le siguen las personas entre 35 a 54 años (38%) y las de 55 años o más (34%).
- la mayoría de personas indecisas se concentran en la periferia del país, Guanacaste, Limón y Puntarenas.

¿Y la intención de voto?

- Pese a una amplia oferta electoral, histórica en cantidad de candidaturas y partidos políticos, a tres semanas de las elecciones se constató que la ciudadanía que se encuentra totalmente decidida a ir a votar o lo consideran como una posibilidad, no alcanza ni un 20% de apoyo hacia las candidaturas presidenciales.³
- Los y las costarricenses a pesar de reconocer a las elecciones de 2022 como un período difícil para tomar una decisión en las urnas, en su mayoría dirigen la atención a una quinta parte del total de candidatos: José María Figueres (PLN) y Lineth Saborío

¹ Centro de Investigación y Estudios Políticos. 2022. Informe de resultados encuesta de opinión pública CIEP-UCR, 26 de enero de 2022. Universidad de Costa Rica. <https://ciep.ucr.ac.cr/estudio-de-opinion-publica-segundo-informe-de-enero-2022/>

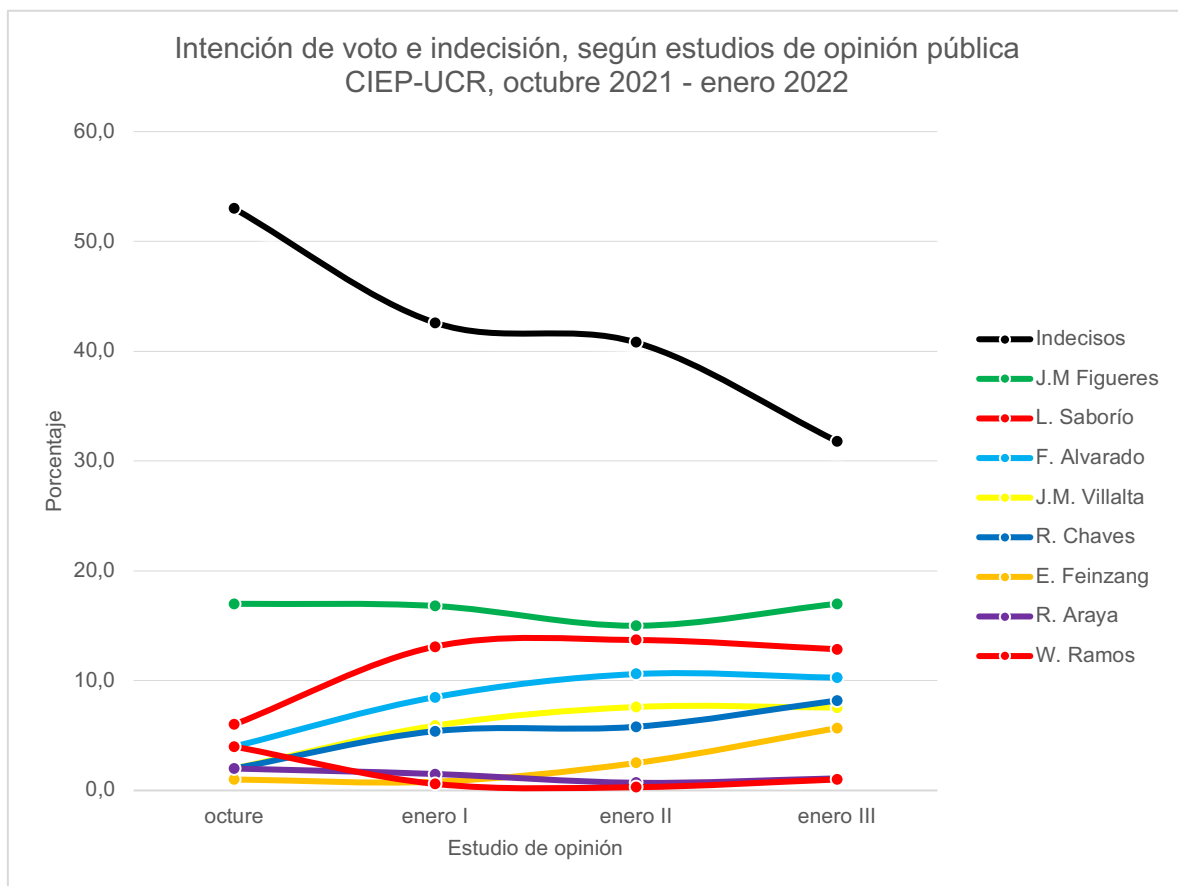
² Idem

³ Centro de Investigación y Estudios Políticos. 2022. Informe de resultados encuesta de opinión pública CIEP-UCR, 19 de enero de 2022. Universidad de Costa Rica. <https://ciep.ucr.ac.cr/wp-content/uploads/2022/01/Informe-de-resultados-CIEP-SEMANARIO-RADIOS-UCR-Enero-2022.html>

(PUSC), ambos en una disputa por un empate técnico, seguidos por Fabricio Alvarado (PNR), José María Villalta (PFA) y Rodrigo Chaves (PSD).⁴

- En una segunda entrega los resultados demuestran que se mantiene la intención de voto hacia las mismas cinco candidaturas e incluyen en una sexta posición la figura de Eli Feinzag (PLP), cabe destacar algunas variaciones en cuanto a la adición de Fabricio Alvarado dentro del empate técnico entre el candidato del PLN y la candidata del PUSC.⁵
- En la última entrega de resultados la intención de voto mostró una disminución en el grupo de indecisos de 11 puntos porcentuales (36%), y se confirmaron las tendencias respecto a la disputa del pase a la segunda ronda entre seis candidaturas. Con el ascenso de Cháves en dos puntos porcentuales y Feinzag de tres puntos porcentuales respecto al estudio inmediatamente anterior. Se confirman dos grupos, el puntero, encabezado por J.M. Figueres, L.Saborío y F. Alvarado, que superan el 10% de intención de voto, pero ninguno supera el 20% y el segundo con menos de un 10% conformado en orden por R. Cháves, J.M. Villalta y E. Feinzag.

Figura 1. Porcentaje de intención de voto y personas indecisas, según Encuesta de Opinión Pública CIEP-UCR, octubre 2021-febrero 2022.



Fuente: elaboración propia con datos de Encuesta de Opinión Pública CIEP- UCR, 2 febrero de 2022

⁴ Ídem

⁵ Centro de Investigación y Estudios Políticos. 2022. Informe de resultados encuesta de opinión pública CIEP-UCR, 26 de enero de 2022. Universidad de Costa Rica. <https://ciep.ucr.ac.cr/estudio-de-opinion-publica-segundo-informe-de-enero-2022/>

Tendencias políticas en redes sociales para el mes de enero

Las redes sociales se han convertido en un elemento central de la comunicación de temas político-electorales. La observación sistemática de tendencias en estas plataformas puede ofrecer una aproximación a la discusión política nacional⁶.

La *primera semana de enero* dio paso a la reactivación de las campañas digitales tras la veda electoral:

- Ninguna candidatura se ubicó como tendencia y todos los partidos “jugaron a la segura”.
- De las candidaturas que compiten por la cima en la intención de voto:
 - J. Figueres optó por un mensaje con tono formal y serio, haciendo énfasis en su experiencia como político de carrera.
 - L. Saborío realizó una serie de videos con tono dinámico y con contenido programático.
 - F. Alvarado utilizó el formato musical para lanzar un mensaje en tono emotivo, pero no tocó contenido programático.
 - Tanto J. Villalta como R. Chaves, E. Feinzaig y W. Ramos, optaron por contenidos infográficos más que por spots.
- Liberación Nacional generó discusión en redes sociales por la presentación del Consejo de Ética que acompañaría a Figueres en un eventual gobierno. A partir del anuncio se reavivaron cuestionamientos al partido relacionados con corrupción.

Para la *segunda semana*, la tendencia se marcó a partir del “Debate Nacional” del TSE:

- En su primera edición F. Alvarado y W. Ramos fueron quienes, con sus intercambios, generaron interacción y reacciones, mientras que G. Moya recibió la mayoría de comentarios negativos.
- Tras la segunda edición, L. Saborío fue tendencia debido a su supuesta “falta de definición” al debatir. El espacio que dejó la candidata fue aprovechado por E. Feinzaig y R. Chaves para mostrarse a sus audiencias.
- El tercer foro obtuvo menores reacciones y generó menos interés en la conversación digital. Algunas respuestas de O. López generaron reacciones negativas y R. Araya salió como el más beneficiado del espacio.
- La última sesión fue la que más interacción obtuvo. Figueres no logró aprovechar el debate a cabalidad, situación que aprovecharon N. Díaz y J. Vega para aumentar su visibilidad en la conversación digital.
- La violencia política contra las mujeres fue tendencia a raíz de un video que compartió S. Guillén, candidata a diputada del PFA y declaraciones de L. Saborío (PUSC). La discusión giró en torno al fenómeno de la violencia política y la manera de determinar cuando se estaba frente a una manifestación de la misma.

La *tercera semana*:

- Inició con una pauta de F. Alvarado atacando al PFA y su crecimiento en las encuestas. El spot vincula al partido con el comunismo y desató discusiones en redes sociales sobre su pertinencia y utilidad.
- Este spot abrió la puerta a un recrudescimiento de la campaña electoral digital de cara a la recta final y la serie de debates que continuaban, se observó un cambio hacia tácticas y estilos de debate más agresivos.

⁶ No obstante, se debe advertir que las redes sociales NO ofrecen un reflejo de la realidad sino una aproximación en ocasiones más o menos difusa. Se trata de plataformas de comunicación que por su naturaleza algorítmica no son neutrales, pues, favorecen ciertos mensajes por encima de otros.

- Un movimiento social digital inundó las redes sociales con la etiqueta *#RodrigoChavesRenuncie*. Tendencia impulsada sobre todo por grupos y redes de mujeres para pedir la salida del candidato de la carrera presidencial.
- Un video de la comunicadora independiente Paula Monge sobre los planes de gobierno alcanzó las 700 mil reproducciones y colocó en las redes el debate sobre el pobre desempeño de las tácticas de los partidos políticos para llegarle al “voto joven”, discusión que conllevó fuertes críticas al uso de bailes y videos “graciosos” sin contenido programático para intentarlo.

La última semana de enero:

- Reactivó la narrativa de intromisión de la UCR en el proceso electoral a raíz de la publicación de un estudio de la Escuela de Ciencias Políticas. Esta narrativa de conspiración se mantiene como fenómeno de redes sociales sin mayor impacto real en la campaña electoral y apoyado por fuerzas políticas con poca intención de voto.
- La candidata vicepresidencial del PNG, Shirley Díaz, lideró una manifestación anti-vacunas que alteró el orden público. El acontecimiento acarrió fuertes críticas al PUSC y a su candidata.
- El debate de TDMás tuvo un alcance masivo y fue celebrado por su formato abierto y diferente. Al debate acudieron E. Feinzaig y J. Figueres, después de la cancelación de J. Villalta, situación que le acarrió críticas al candidato del FA.
- El mismo día, declaraciones de candidaturas del FA sobre turismo en Guanacaste fueron difundidas en medios y en redes sociales para cuestionar la capacidad del partido para gobernar, sus posiciones sobre inversión extranjera y su validez como opción política.

Para finalizar el mes de enero:

- A raíz del debate de Extra TV 42, se puso en la discusión digital el uso de bots y trolles por parte de partidos políticos para inflar sus estadísticas de interacción y aparentar mayores apoyos en redes sociales. A través de capturas de pantalla, se muestra el uso de estos insumos por parte de casi todos los partidos participantes del debate.

Análisis de debates presidenciales

En términos generales, los debates permiten que las candidaturas ofrezcan sus proyectos políticos con el fin de ganar un puesto de relevancia en la toma de decisiones. En esta coyuntura, 25 aspirantes a la presidencia han intentado sobresalir, sin embargo, más allá de los espacios institucionales de debate, pocos medios de comunicación u organizaciones han dado la oportunidad a todos los aspirantes de ser escuchados en un debate político. Naturalmente, a los debates electorales organizados por medios de comunicación u otras instituciones, acudieron en su mayoría, las candidaturas que lideran las encuestas de opinión popular o algunas que sobresalen por su postura política respecto a un tema particular.

Dentro de los espacios de debate más destacados del presente proceso electoral se encuentran

- Debate organizado por el Tribunal Supremo de Elecciones, Canal 13 y FLACSO (llevado a cabo en 4 jornadas del 9 al 12 de enero), el cual contó con la participación de los 25 candidatos a la Presidencia. Donde durante las 4 jornadas destacaron temas como educación, narcotráfico, corrupción, conectividad, fraude fiscal, infraestructura, etc. Este debate destacó como oportunidad para candidaturas de partidos con menor intención de

voto de exponerse. Según encuesta del CIEP, solamente el 25% de las personas entrevistadas afirmó haber visto alguno de los cuatro debates televisados⁷.

- Debate organizado por el Colegio Federado de Ingenieros y Arquitectos (CFIA), transmitido por Multimedios el día 18 de enero. En este se contó con la participación de J.M. Figueres, L. Saborío, J.M. Villalta, F. Alvarado, E. Feinzaig, R. Chávés y W. Ramos. Donde se discutieron temas relevantes como vivienda, reactivación económica, telecomunicaciones, energías y medio ambiente. Este debate no propició el intercambio entre candidaturas, si no, la atención especializada a temáticas altamente técnicas.
- Al día siguiente, el 19 de enero, se realizó el debate organizado en conjunto por Noticias Columbia y la Universidad Hispanoamericana. Las candidaturas presentes fueron las mismas que en el anterior, con excepción del oficialista W. Ramos. en dicho espacio se abordó las propuestas para desempleo, educación, costo de la vida, listas de espera en la CCSS, cierre de Recope y salarios públicos entre otros temas. En este debate destacó el antagonismo J.M. Villalta – F.Alvarado, así como los reiterados ataques entre candidaturas respecto a sus credenciales y experiencias políticas previas.
- El 26 de enero, se realizó el debate de Extra TV y el Colegio de Abogados. En esta ocasión, la lista de candidaturas participantes sufrió modificaciones debido al diagnóstico de Covid-19 de la candidata L. Saborío y un quebranto de salud de R. Chávés. Por dicho motivo, participaron J.M. Figueres, J.M. Villalta, F. Alvarado, E. Feinzaig, N. Díaz y R. Araya. Donde se destacó aparte del abordaje de temas relevantes, la solicitud de los candidatos minoritarios en las encuestas N. Diaz y R. Araya, de ser tomados en cuenta para futuros debates, justificando la desigualdad en tiempo en pantalla respecto a otras candidaturas.
- El martes 1ro de febrero se realizó el debate de Monumental en conjunto con la Universidad Hispanoamericana, participaron J.M. Figueres, L. Saborío, F. Alvarado, J.M. Villalta, R. Chaves, W. Ramos y E. Feinzag. Entre las principales temáticas abordadas destacan temáticas ambientales, desempleo, seguridad, educación, infraestructura y corrupción. Asimismo, en el debate se observaron antagonismos planteados por las candidaturas al momento de intercambiar entre ellas, entre las que sobresalen: Saborío – Alvarado en disputa por el segundo lugar, Feinzag – Chaves en disputa por el ascenso y Alvarado – Villalta por el voto fuera del área metropolitana.

Se observa, a nivel general, que en los debates se han tratado temas poco polarizantes y han predominado más las exposiciones de motivos o intenciones por encima de las políticas concretas a impulsar para dichos fines. Una temática como la necesidad imperiosa de un diálogo social ha sido posicionada únicamente a la hora de tratar otros temas relacionados, como la relación Ejecutivo-Legislativo, pero sin darle lugar a los distintos sectores sociales. Finalmente recordar que los debates a gran escala y con mayor cobertura; Repretel y Telenoticias, se encuentran programados para la última semana antes de la primera ronda electoral.

Otros recursos producidos por el OPNA en el marco del proceso electoral

A continuación se enlistan una serie de productos complementarios al dossier electoral que ponemos a disposición también de nuestros diversos públicos:

- Base de datos de acontecimientos electorales desde marzo 2021: <https://docs.google.com/spreadsheets/d/1MtMjLIKeEG3US9NribavYN5SuaIA3ADyt8wAnkmQtA/edit?usp=sharing>

⁷ Centro de Investigación y Estudios Políticos. 2022. Informe de resultados encuesta de opinión pública CIEP-UCR, 19 de enero de 2022. Universidad de Costa Rica. <https://ciep.ucr.ac.cr/wp-content/uploads/2022/01/Informe-de-resultados-CIEP-SEMANARIO-RADIOS-UCR-Enero-2022.html>

- Álbum de candidaturas Elecciones Nacionales 2022:
<https://view.genial.ly/616a504073ab6b0d5a9baabb/interactive-content-album-opna-elecciones-2022-costa-rica>
- Análisis de los debates presidenciales televisivos o radiales de los meses enero - febrero de 2022: <https://opna.ucr.ac.cr/index.php/es/noticias-6/partidos-politicos-y-procesos-electorales/245-analisis-de-debates-presidenciales>