

Percepción costarricense hacia los *medios de comunicación*

María de los Ángeles Carrillo Delgado • Raúl Silesky Jiménez • Giselle Bustos Mora • Luis Chaves Rodríguez

Asistentes de investigación: Rebeca Espinoza Herrera • Laura Solís Bastos

Marzo, 2012



Contenido

PRESENTACION.....	7
Las instituciones participantes.....	9
Instituto de Estudios Sociales en Población (IDESPO).....	11
El Colegio de Periodistas de Costa Rica.....	12
I. CONSIDERACIONES METODOLÓGICAS.....	13
1.1 Objetivos del estudio.....	15
1.2 Población.....	15
1.3 Diseño muestral.....	15
1.4 Tamaño de la muestra.....	15
1.5 Cuestionario para la encuesta.....	15
1.6 Trabajo de campo.....	16
1.7 Información de otras encuestas.....	16
1.7.1 Costarricenses de la GAM frente a sus percepciones de la vida cotidiana y la guerra EUA-IRAQ. Marzo 2003.....	16
1.7.2 Costarricenses de la GAM de bajo nivel socioeconómico frente a sus percepciones de la vida cotidiana y la guerra EUA-IRAQ. 2003.....	16
1.7.3 Encuesta población costarricense, libertad de expresión y acceso a información. 2008.....	17
1.7.4 Percepción de la población costarricense acerca de la fecundación in vitro. 2010.....	17

1.7.5 Valores de convivencia y seguridad: UNA mirada ciudadana. 2008.....	18
1.7.6 Lo que saben los costarricenses sobre el TLC-Centroamérica y Estados Unidos.....	18
1.8 RESULTADOS.....	19
1.8.1 Características socio-demográficas de la población entrevistada.....	19
1.8.2 Escolaridad.....	21
II. MEDIOS: VALORACIONES E IDENTIFICACIONES.....	23
2.1 ¿Qué es lo primero que se le viene a la mente cuando piensa en los medios de comunicación?.....	25
2.2 Medios como fuentes de información para la toma de decisiones.....	28
2.3 ¿Por cuál medio se informa?.....	29
2.4 El uso de Internet según la edad.....	32
2.5 Escucha programas de radio de noticias, según la edad.....	36
2.6 Tomar decisiones importantes en su vida cotidiana.....	40
2.7 ¿En quién confía más para formar su opinión sobre los asuntos nacionales?.....	42
2.8 ¿Cuáles medios divulga los asuntos que quiere dar a conocer?.....	44
2.9 Denunciar una problemática en su comunidad, trabajo o personal.....	46
2.10 Un reto para los medios: dar espacio a sectores excluidos.....	50
III. PERIODISMO: UNA PROFESIÓN FUNDAMENTAL, PERO RIESGOSA.....	53
3.1 Cuándo usted piensa en la profesión del periodista, ¿qué es lo primero que se le viene a la mente?.....	55
3.2 ¿Cree que los periodistas en Costa Rica son censurados?.....	58

IV. LOS LÍMITES DE LA LIBERTAD DE EXPRESIÓN.....	63
4.1 Libertad de expresión: límites a un ejercicio pleno.....	65
4.2 Libertad de expresión.....	70
4.3 ¿Considera usted que las personas en Costa Rica tienen acceso a divulgar sus opiniones en los medios de comunicación?.....	76
4.4 Espacios donde es posible ejercer la libertad de expresión.....	77
V. INVESTIGACIONES ANTERIORES.....	81
5.2 Los medios en relación con otras temáticas.....	83
5.2.1 Inseguridad ciudadana.....	86
5.2.2 El Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos y C.A.....	86
5.2.3 Fecundación in vitro.....	93
VI. CONCLUSIONES.....	95



Presentación

Los medios de comunicación en Costa Rica empezaron a experimentar una nueva etapa en la década de los años cincuenta, con el desarrollo comercial y el surgimiento de una clase media con capacidad de consumo material y simbólico. La imagen televisada entró a los hogares costarricenses a inicios de los sesenta y con esta aparecen nuevas formas de socialización, con el medio, con los otros, con el mundo.

Hoy, imágenes, sonidos y discursos se han multiplicado y materializado en nuevos medios de comunicación y tecnologías de información que coexisten

con la prensa tradicional. Resultado de esta explosión mediática es el cambio en el perfil del profesional periodista, quien ha tenido que asumir los retos al ritmo de este mundo informativo mediatizado por el desarrollo tecnológico.

Ante esta nueva realidad, es imperativo conocer las percepciones de la sociedad costarricense acerca de los cambios experimentados en la oferta informativa, las valoraciones que las personas hacen sobre los medios y sus profesionales. De igual forma, es relevante indagar cómo se entiende la libertad de expresión en este nuevo contexto informativo, que ofrece

nuevos espacios de divulgación de las opiniones en la esfera pública.

Pensar e investigar sobre los medios es una tarea y un reto permanente para el ámbito académico. En esta oportunidad, el Instituto de Estudios Sociales en Población de la Universidad Nacional (IDESPO), en colaboración con el Colegio de Periodistas de Costa Rica (COLPER), asumieron la iniciativa de indagar estas percepciones dentro de esta nueva realidad informativa en la Encuesta “Percepción de la Población Costarricense sobre los Medios de Comunicación”.

Este trabajo fue posible gracias a la alianza establecida entre el IDESPO y el COLPER, el cual ha permitido por más de diez años el intercambio de conocimientos científicos y culturales, así como compartir esfuerzos de capacitación con la prensa costarricense.

Es un gusto presentar a la comunidad académica, al gremio de profesionales en comunicación y al público en general, los resultados de este trabajo, realizado durante los meses de octubre a diciembre del 2011. Se incluyen también algunos resultados comparativos de consultas anteriores realizadas por IDESPO, que contemplaron preguntas relativas a las valoraciones sobre los medios de comunicación.

Cordialmente,

María de los Ángeles Carrillo Delgado
Directora
IDESPO, Universidad Nacional

Raúl Silesky Jiménez
Presidente 2011
Colegio de Costa Rica de Costa Rica



Las instituciones participantes



Instituto de Estudios Sociales en Población (IDESPO)

El Instituto de Estudios Sociales en Población (IDESPO) de la Universidad Nacional brinda apoyo a las instituciones públicas y privadas en aquellos temas de interés poblacional y de impacto social. El Instituto ha contribuido con aportes a la comprensión de procesos sociales, económicos, culturales, políticos y ambientales, que amplían la capacidad explicativa y la utilidad práctica del conocimiento, así como las capacidades generadas en la elaboración de políticas públicas y de población.

En sus 36 años de trayectoria, IDESPO ha ejecutado gran cantidad de proyectos en las áreas de migración, ambiente, adulto mayor, juventud, fecundidad, pobreza, trabajo femenino, infantil y adolescente, turismo, empleo, embarazo adolescente,

familia, ordenamiento territorial, micro y pequeña empresa, vivienda, VIH/SIDA, salud sexual y salud reproductiva, uso del tiempo y el espacio en hombres y mujeres, diagnóstico de municipalidades, innovación empresarial, calidad e imagen universitaria y género, entre otras.

Posee un amplio sistema de información primaria procedente de encuestas de opinión pública que ha realizado a nivel nacional para conocer las opiniones y actitudes de los costarricenses; sus bases también son producto de la aplicación de variados métodos y técnicas de investigación tanto cuantitativo como cualitativo.

IDESPO cuenta además con un equipo interdisciplinario, con altos niveles de

educación universitaria y tiene como objetivo contribuir con la promoción del desarrollo sostenible de la sociedad y de las potencialidades de los seres humanos en su entorno, mediante el planteamiento y consolidación de proyectos y programas sociales únicos en su género. Ha sido pionero en su enfoque en el campo de la investigación social en materias como las migraciones, el envejecimiento, los estudios de opinión y el ambiente, entre otras.

Mayor información en www.una.ac.cr/idespo

El Colegio de Periodistas de Costa Rica

El Colegio de Periodistas de Costa Rica (COLPER) es un ente público no estatal integrado por los profesionales en comunicación. Fue creado el 18 de setiembre de 1969 por la Ley 4420 y reformada por Ley 5050 del 8 de agosto de 1972.

Ha impulsado la profesionalización de la actividad periodística en el país buscando la calidad y el cumplimiento de normas éticas en el ejercicio profesional.

Desde el año 2009 esta institución abrió sus puertas, gracias a resoluciones de la Procuraduría General de la República y votos de la Sala Constitucional a todos los graduados de las ciencias de la comunicación de todas las universidades del país: periodismo, relaciones públicas,

publicidad y producción audiovisual o multimedia. En especial la resolución de la Sala Constitucional del año 2004, número 09759, que ratificó la importancia del Colegio al señalar que "...le atribuyen la satisfacción de intereses públicos, tales como la fiscalización del ejercicio profesional de sus agremiados y la promoción de las ciencias de la comunicación colectiva".

Desde su creación se pronuncia sobre el correcto ejercicio de las ciencias de la comunicación colectiva, la ética, la responsabilidad social, la solidaridad y la libertad de expresión, desarrolla un programa de capacitación y actualización constante para sus miembros y les brinda un importante apoyo mutual con recursos propios y alianzas estratégicas.

Hoy día esta organización pretende ser la corporación gremial de profesionales en comunicación más sólida, eficiente y eficaz, comprometida con el desarrollo de las ciencias de la comunicación colectiva en Costa Rica y la calidad profesional.

Más información: www.colper.or.cr



1.

Consideraciones metodológicas



1.1 Objetivos del estudio

Conocer las valoraciones sobre los medios de comunicación y sus profesionales.

Indagar sobre los usos y hábitos de las personas, particularmente aquellos que están en relación con su dimensión cotidiana.

Explorar las percepciones de la población de 18 años y más, costarricense o con al menos dos de residir en el país, sobre los intereses temáticos que ofertan los medios de comunicación en Costa Rica.

Explorar sobre el concepto de libertad de expresión que tienen las personas entrevistadas y el ejercicio de este derecho en el país.

1.2 Población

La población de estudio está constituida por personas mayores de 18 años, costarricenses o extranjeros con dos o más años de residir en el país, residentes en viviendas particulares que posean teléfono en el territorio nacional.

1.3 Diseño muestral

La encuesta se realizó de manera telefónica y para la selección se usó una base de datos que contiene todos los números telefónicos del territorio nacional, proporcionada por el Instituto Costarricense de Electricidad.

La selección de los números telefónicos se realizó mediante el uso de un software diseñado por IDESPO que realiza una escogencia aleatoria.

1.4 Tamaño de la muestra

El tamaño de la muestra tiene un margen de error máximo de 5 puntos porcentuales, con un 95 por ciento de confianza en la mayor parte de las variables en estudio. Se aplicó a 400 personas y se distribuyó por sexo y grupos de edad, para cumplir con una cuota que replicara la distribución etaria y por sexo de la población.

1.5 Cuestionario para la encuesta

Encuesta “Percepción de la población costarricense sobre los medios de comunicación”, Noviembre 2011.

El cuestionario de la encuesta comprendió los siguientes ejes temáticos:

- Intereses sobre información de los medios.
- Usos y hábitos de la población entrevistada.

- Valoraciones sobre los medios y sus profesionales.
- Libertad de expresión.

1.6 Trabajo de campo

El trabajo de campo se realizó entre el 8 y el 25 de octubre de 2011, mediante la entrevista telefónica. Posteriormente se llevó a cabo la limpieza de la información, la elaboración del manual de códigos de las preguntas abiertas y el procesamiento de la información. El análisis fue construido por el equipo de trabajo autor de este documento.

1.7 Información de otras encuestas

1.7.1 Costarricenses de la GAM frente a sus percepciones de la vida cotidiana y la guerra EUA-IRAQ. Marzo 2003

Población

Toda persona costarricense o extranjera con dos o más años de residir en el país, mayor de edad y residente en viviendas particulares del Gran Área Metropolitana, que poseen teléfono residencial.

Diseño muestral y tamaño muestra

La encuesta fue telefónica y se aplicó a 800 personas. Este tamaño de muestra se calculó con el fin de obtener un error máximo de 3.5 puntos porcentuales, con un 95% de confianza en la mayor parte de las variables en estudio.

El tamaño de la muestra se distribuyó por sexo y grupos de edad, para cumplir con una cuota que replicara la distribución de la población en esas características particulares.

Los números telefónicos fueron seleccionados al azar, mientras que las personas entrevistadas se eligen buscando cumplir con las cuotas establecidas. La información fue recolectada entre el 6 y el 14 de marzo del 2003.

1.7.2 Costarricenses de la GAM de bajo nivel socioeconómico frente a sus percepciones de la vida cotidiana y la guerra EUA-IRAQ. 2003

Población

Toda persona costarricense o extranjera con dos o más años de residir en el país, mayor de edad y residente en viviendas particulares de bajo nivel socioeconómico, según clasificación del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.

Diseño muestral y tamaño muestra

El tamaño de muestra fue de 400 personas y se calculó buscando tener un error máximo de 5 puntos porcentuales, con un 95% de confianza en la mayor parte de las variables de estudio.

Diseño de conglomerados bietápico. Es de conglomerados porque las probabilidades de selección están asociadas a segmentos censales. Es bietápico porque la selección de la muestra se realiza en dos etapas. En una primera etapa se seleccionan segmentos censales con probabilidad proporcional al tamaño de cada segmento y en una segunda etapa se visitan viviendas dentro de los segmentos. La selección de las personas dentro de las viviendas se realiza tratando de cumplir con una cuota por sexo y edad. La información se recolectó entre el 6 y el 14 de marzo del 2003.

1.7.3 Encuesta población costarricense, libertad de expresión y acceso a información. 2008.

Población

Toda persona costarricense o extranjera con dos o más años de residir en el país, mayor de edad y residente en viviendas particulares de todo el país, que posean teléfono residencial.

Diseño muestral y tamaño muestra

La encuesta fue telefónica y se aplicó a 400 personas y se calculó con el fin de tener un error máximo de 5 puntos porcentuales, con un 95% de confianza en la mayor parte de las variables en estudio.

El tamaño de muestra se distribuyó por sexo y grupos de edad, para cumplir con una cuota que replicara la distribución de la población en esas características particulares.

Los números telefónicos fueron seleccionados al azar, mientras que las personas entrevistadas se eligen buscando cumplir con las cuotas establecidas. La información fue recolectada entre el 11 al 19 de setiembre del 2008.

1.7.4 Percepción de la población costarricense acerca de la fecundación in vitro. 2010

Población

Toda persona costarricense o extranjera con dos o más años de residir en el país, mayor de edad y residente en viviendas particulares, que posean teléfono residencial.

Diseño muestral y tamaño muestra

La encuesta fue telefónica y se aplicó a 1001 personas. Este tamaño de muestra

se calculó con el fin de tener un error máximo de 3.1 puntos porcentuales, con un 95% de confianza en la mayor parte de las variables en estudio.

El tamaño de muestra se distribuyó por sexo y grupos de edad, para cumplir con una cuota que replicara la distribución de la población en esas características particulares.

Los números telefónicos fueron seleccionados al azar, mientras que las personas entrevistadas se eligen buscando cumplir con las cuotas establecidas. La información fue recolectada entre el 10 y el 20 de marzo del 2011.

1.7.5 Valores de convivencia y seguridad: UNA mirada ciudadana. 2008

Población

Toda persona costarricense o extranjera con dos o más años de residir en el país, mayor de edad y residente en viviendas particulares que posean teléfono residencial.

Diseño muestral y tamaño muestra

La encuesta fue telefónica y se aplicó a 360 personas. Este tamaño de muestra se calculó con el fin de tener un error máximo de 5 puntos porcentuales, con un 95% de confianza en la mayor parte de las variables en estudio.

El tamaño de muestra se distribuyó por sexo y grupos de edad para cumplir con

una cuota que replicara la distribución de la población en esas características particulares.

Los números telefónicos fueron seleccionados al azar, mientras que las personas entrevistadas se eligen buscando cumplir con las cuotas establecidas. La información fue recolectada entre el 16 y el 20 de abril del 2008.

1.7.6 Lo que saben los costarricenses sobre el TLC-Centroamérica y Estados Unidos

Población

Toda persona costarricense o extranjera con dos o más años de residir en el país, mayor de edad y residente en viviendas particulares que posean teléfono residencial.

Diseño muestral y tamaño muestra

La encuesta fue telefónica y se aplicó a 800 personas. Este tamaño de muestra se calculó con el fin de tener un error máximo de 3.5 puntos porcentuales, con un 95% de confianza en la mayor parte de las variables en estudio.

El tamaño de muestra se distribuyó por sexo y grupos de edad, para cumplir con una cuota que replicara la distribución de la población en esas características particulares.

Los números telefónicos fueron seleccionados al azar, mientras que las personas entrevistadas se eligen buscando cumplir con las cuotas establecidas. La información fue recolectada entre el 21 y el 27 de abril del 2003.

1.8 RESULTADOS

1.8.1 Características socio-demográficas de la población entrevistada

CUADRO N°1

Características socio demográficas de la población entrevistada en porcentajes
Noviembre 2011

Edad	Sexo		Total
	Hombre	Mujer	
De 18 a 24 años	10,0	9,2	19,2
De 25 a 34 años	9,25	9,7	19,0
De 35 a 44 años	9,75	11,2	21,0
De 45 a 54 años	8,75	10,2	19,0
De 55 a más años	9,75	12,0	21,
Total	47,5	52,5	100,0

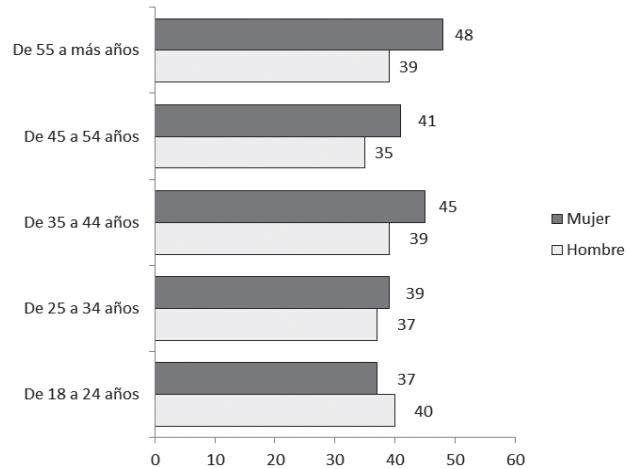
Fuente: IDESPO-UNA Encuesta "Percepción de la población costarricense sobre los medios de comunicación", Noviembre 2011.

GRÁFICO N°1

Distribución relativa de la muestra según la edad

Noviembre, 2011

N=400



Fuente: IDESPO-UNA Encuesta “Percepción de la población costarricense sobre los medios de comunicación”, Noviembre 2011.

CUADRO N°2

Personas entrevistadas según grado de instrucción

Noviembre 2011

n=400

Ultimo nivel educativo	Porcentaje
Ninguna	1,5
Primaria incompleta	7,3
Primaria completa	23,7
Secundaria incompleta	25,0
Secundaria completa	19,1
Universidad incompleta	5,3
Para universitaria completa	2,6
Universidad completa	12,3
Posgrado Universitario completa (doctorado/maestría)	3,2
Total	100,0

Fuente: IDESPO-UNA Encuesta “Percepción de la población costarricense sobre los medios de comunicación”, Noviembre 2011.

1.8.2 Escolaridad

Se trata de una población con diversos grados de escolaridad, aunque predomina el grupo que va de primaria completa hasta secundaria, ya sea completa o incompleta, con el 67,8 por ciento, esto es poco más de los dos tercios de la muestra. Le sigue el grupo con algún grado de estudios universitarios, con el 23,4 por ciento, una quinta parte de la muestra. Los de más baja escolaridad representan el 8,8 por ciento, donde se incluye a las personas con primaria incompleta o ningún tipo de instrucción.



11.

*Medios:
valoraciones e identificaciones*



2.1 ¿Qué es lo primero que se le viene a la mente cuando piensa en los medios de comunicación?

Los medios tradicionales de comunicación se refieren a la radio, la prensa impresa y la televisión. Por tecnologías de la información (TICS) se tiene a la telefonía celular y al Internet.

Una de cada tres personas piensa en los medios tradicionales cuando se le pregunta por los medios de comunicación, mientras que una de cada 10 ya piensa en las comunicaciones por Internet y por telefonía como medios formales. Por otra parte, 3 de cada 20 personas ya unen los dos grupos cuando enumeran medios de comunicación.

Una de cada 4 personas ya tiene en mente que la telefonía y el Internet son medios de comunicación, al igual que

la radio, la televisión y los periódicos, cuando se unen las dos categorías que mencionan a las TICS.

Al preguntar por medios de comunicación el señala a los medios tradicionales (el 28,3 %) exclusivamente y el 16,3 por ciento a estos medios más las TICS. Un porcentaje importante (el 22,8%) piensa en los medios como fuente de información, en general de forma positiva, mientras que el 14,3 por ciento la define como nociva y portadora de malas noticias y sensacionalismo.

Se presenta en este aspecto una cierta relación de 2 a 1 sobre la percepción de que los medios transmiten información relevante y malas noticias y perjuicio para el consumidor.

Los medios son portadores de información para casi el 23 por ciento, pero un 14 por ciento la considera nociva y mala. De cada 3 entrevistados uno tiene una opinión negativa de los contenidos que ofrecen.

CUADRO N°3

Distribución relativa de las personas entrevistadas de acuerdo a lo primero que se le viene a la mente cuando piensa en medios de comunicación

Noviembre 2011

n =400

Categorías	Porcentaje
Medios tradicionales: radio, impresa, televisión	28,3
Información	22,8
TICS y medios tradicionales	16,3
TICS	10,0
Malas noticias	8,5
Nocivo	5,8
Uso comercial	3,0
Otros	3,8
Ns-nr	1,5
Total	100,0

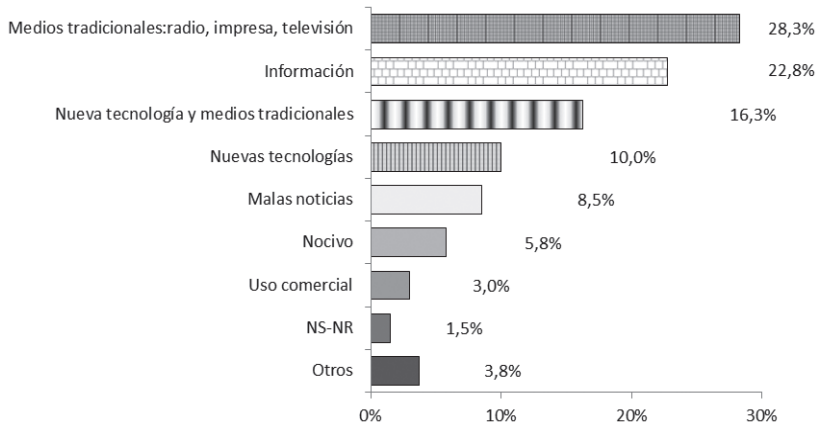
Fuente: IDESPO-UNA Encuesta “Percepción de la población costarricense sobre los medios de comunicación”, Noviembre 2011.

GRÁFICO N°2

Distribución relativa de lo primero que se le viene a la mente cuando piensa en los medios de comunicación

Noviembre 2011

n=400



Fuente: IDESPPO-UNA Encuesta "Percepción de la población costarricense sobre los medios de comunicación", Noviembre 2011.

2.2 Medios como fuentes de información para la toma de decisiones

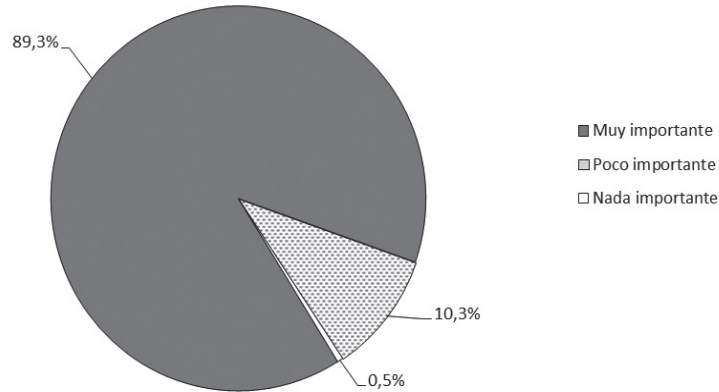
¿Son importantes para los habitantes de Costa Rica los medios de comunicación para tomar decisiones y ejecutar acciones? La encuesta plantea que para un 89,2 por ciento son muy importantes.

Esta percepción dimensiona la responsabilidad que tienen las empresas y entidades que administran medios de comunicación, los comunicadores en general y el Estado costarricense para asegurar un sistema de medios que pueda reflejar la realidad nacional y potenciar su importancia para el logro de los objetivos nacionales, así como la promoción de una sociedad cada vez más inclusiva, solidaria y justa.

GRÁFICO N°3

Distribución relativa de las percepciones acerca de que los medios de comunicación son una fuente importante de información para su vida cotidiana

n=400



Fuente: IDESPO-UNA Encuesta "Percepción de la población costarricense sobre los medios de comunicación", Noviembre 2011.

CUADRO N°4

Distribución relativa de las personas entrevistadas acerca de los medios por los que se informa

Noviembre 2011

n =400

Hábitos de información	SI	NO	Total
Mira los programas de noticias o documentales que pasa la TV	95,0	5,0	100,0
Lee noticias de los diarios	86,7	13,3	100,0
Utiliza el Internet para buscar información	70,9	29,1	100,0
Escucha programas de radio de noticias	70,0	30,0	100,0
Lee revistas especializadas	53,5	46,5	100,0
Utiliza las redes sociales (Facebook, Twitter) para informarse	43,1	56,9	100,0

Fuente: IDESPO-UNA Encuesta “Percepción de la población costarricense sobre los medios de comunicación”, Noviembre 2011

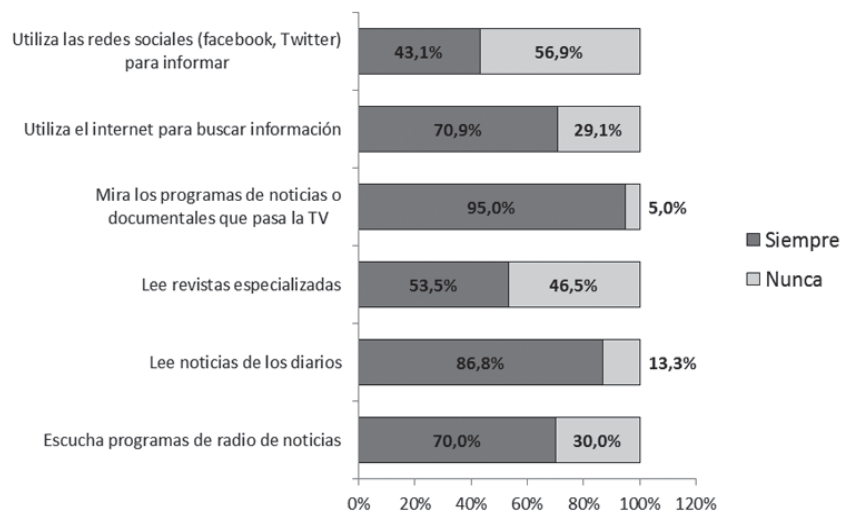
2.3 ¿Por cuál medio se informa?

La televisión es el medio principal que utilizan los habitantes para informarse, con un 95 por ciento, seguido por los periódicos con un 86,7 por ciento. El Internet con un 70,9 por ciento empata con la radio que tiene un 70 por ciento. Quedan las redes sociales y las revistas especializadas de último.

GRÁFICO N°4

Distribución relativa de los medios de información

n=400



Fuente: IDESPO-UNA Encuesta "Percepción de la población costarricense sobre los medios de comunicación", Noviembre 2011.

Al comparar los datos de la actual encuesta con otra realizada por el IDESPO en el 2003, donde se pregunta sobre el principal medio de consulta sobre los asuntos nacionales, resulta notable el avance que han tenido las TICS como medio de información para el costarricense. En aquel tiempo el uso del Internet como medio de consulta era mencionado por el 4 por ciento de los entrevistados, mientras que tan solo 8 años después ya es fuente de consulta para el 71 por ciento.

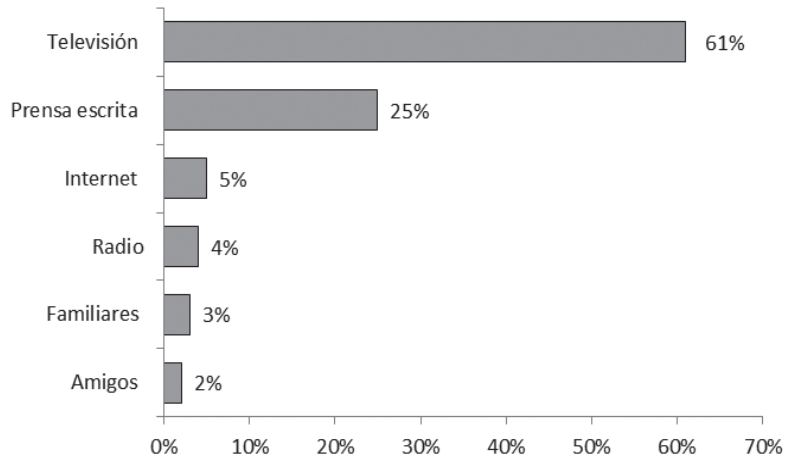
La televisión aumentó su liderato, pasando del 61 por ciento en el 2003 al 95 por ciento en el 2011, un aumento de un tercio. Los periódicos también muestran un crecimiento muy alto, pues pasan del 25 por ciento al 87 por ciento e incluso la radio también mejora su presencia en las preferencias de las personas, pues ahora el 70 por ciento dice enterarse por este

GRÁFICO N°5

Proporción de los principales medios de consulta sobre asuntos nacionales

Marzo, 2003

N=792



Fuente: Encuesta IDESPO-UNA, OPS 25, Marzo 2003.

medio, contra el 4 por ciento que lo hacía en el 2003.

Aunque es claro que la encuesta del 2003 era excluyente, en el sentido de que solamente se podía mencionar un medio, los datos siempre revelan un incremento en el uso de las TICS como fuentes de información.

Para la encuesta del 2011 ya aparecen las redes sociales como facebook y twitter dentro de las posibilidades informativas de los entrevistados, el 43 por ciento manifiesta que las utiliza como medio de información.

En cuanto a las revistas especializadas, poco más de la mitad de la muestra dice usarlas para informarse, pero este dato no se incluyó en la encuesta del 2003.

También en la encuesta del 2003 se preguntó sobre el principal medio para enterarse del acontecer mundial. En este caso los datos obtenidos muestran que la televisión es el medio favorito, con el 67 por ciento, seguido por la prensa escrita con el 19 por ciento. El uso del Internet es un tanto mayor en este caso, con el 9 por ciento, comparado con el 5 por ciento de los asuntos nacionales. En general, tanto en el 2003 como en el 2011 la lista mantiene el mismo orden, primero la televisión, luego los periódicos, el Internet y la radio.

2.4 El uso de Internet según la edad

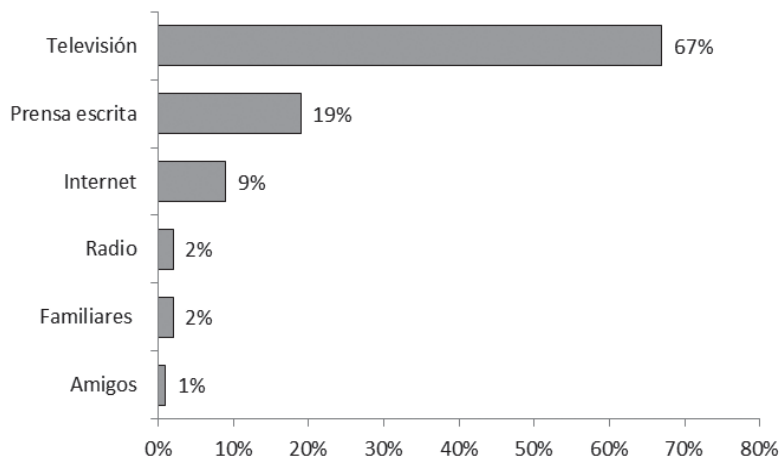
En el cuadro No. 5 está la composición según los grupos de edad y en relación con el total de la muestra, mientras que en el cuadro 6 están los porcentajes dentro del mismo grupo.

GRÁFICO N°6

Proporción de los Principales medios de consulta sobre asuntos mundiales

Marzo, 2003

n=792



Fuente: Encuesta IDESP-UNA, OPS 25, Marzo 2003.

CUADRO N°5

Personas entrevistadas que utilizan o no el Internet para buscar información por grupos de edad y relación al total

Noviembre 2011

n=400

Utiliza Internet para buscar información	De 18 a 24 años	De 25 a 34 años	De 35 a 44 años	De 45 a 54 años	De 55 a más años	Total
Si	18,3	17,3	16,0	10,3	9,0	70,9
No	1,0	1,8	5,0	8,5	12,8	29,1
Total	19,3	19,1	21,0	18,8	21,8	100,0

Fuente: IDESPO-UNA Encuesta “Percepción de la población costarricense sobre los medios de comunicación”, Noviembre 2011.

El grupo de menor edad tiende a hacer más uso de Internet que cualquier otro y a medida que aumenta la edad disminuye el uso de Internet.

Para los grupos menores de 45 años, más de la mitad de ellos manifiesta hacer uso de Internet (cuadro No. 5), pero para los mayores, el uso decae a un tercio y a una cuarta parte para el de más edad.

Del total de la muestra, el 70,9 por ciento Si usa Internet, mientras que el 29,1 por ciento dice que No. El mayor uso se muestra en los grupos más jóvenes, con una caída significativa a partir de los 45 años, ya que se da una disminución casi del doble de la que se venía dando entre los grupos anteriores, cuya disminución apenas llegada al 2 por ciento.

En el cuadro No. 6 se encuentran los valores dentro de los mismos grupos, es así como el 94,8 por ciento de los menores de 24 años hacen siempre uso de Internet y apenas el 5,2 por ciento declaran que no lo hacen. Al contrario, el de mayor edad tiene un 41,4 por ciento que lo usa mientras que casi el 60 por ciento no lo hace.

Los grupos intermedios mantienen la misma relación, a mayor edad disminuye el uso del Internet. Los datos muestran un cambio significativo en la tendencia a partir de los 45 años, puesto que los tres primeros grupos tienen una variación menor entre sí y se mantienen por encima del 76 por ciento en todo, a partir de los 45 años los números caen.

No obstante los porcentajes del No buscan en Internet muestran una tendencia muy similar en todos los grupos, pues

CUADRO N°6

Distribución relativa de las personas entrevistadas que utilizan o no Internet para buscar información dentro de los mismos grupos de edad

Noviembre 2011

n=400

Utiliza Internet para buscar información	De 18 a 24 años	De 25 a 34 años	De 35 a 44 años	De 45 a 54 años	De 55 a más años
Si	94,8	90,8	76,2	54,7	41,4
No	5,2	9,2	23,8	45,3	58,6
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

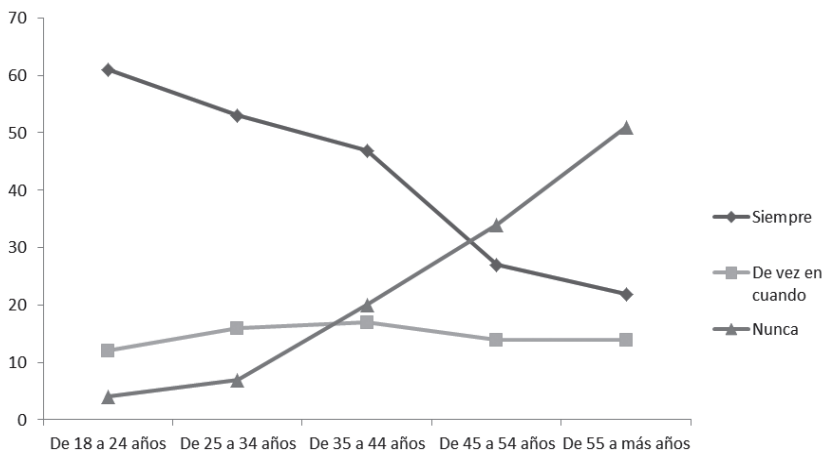
Fuente: IDESPO-UNA Encuesta "Percepción de la población costarricense sobre los medios de comunicación", Noviembre 2011.

GRÁFICO N°7

Distribución relativa de la frecuencia del uso de internet, según edad

Noviembre, 2011

n=400



Fuente: IDESPO-UNA Encuesta "Percepción de la población costarricense sobre los medios de comunicación", Noviembre 2011.

van duplicando la diferencia (cuadro No. 5), así pasan de 5 al 8,5 por ciento, una diferencia de 3,5 por ciento, después aumenta al 13 por ciento. Después de los 45 años con relación al grupo que le precede (de 23,8 al 45,3 %). Esta misma tendencia se da en los grupos más jóvenes, prácticamente se duplican con respecto al grupo anterior, pero siempre se mantienen por encima del 50 por ciento.

Según el Informe 2010 del Programa de la Sociedad de la Información y del Conocimiento (PROSIC) de la Universidad de Costa Rica los adultos mayores enfrentan una seria de problemas y limitaciones con las tecnologías. Entre las dificultades que indicaron esta la falta de recursos para comprarlos, la falta de valor y la incomodidad para enfrentar la tecnología. Además de inconvenientes físicos, entre ellos, la falta de habilidad para manejar el mouse que les provoca dolor de brazos y espalda.

2.5 Escucha programas de radio de noticias, según la edad

En el cuadro No. 7 está la composición según los grupos de edad y con relación al total de la muestra, mientras que en el cuadro No. 8 están los porcentajes dentro del mismo grupo.

Los datos del cuadro No 7 indican que el porcentaje que escucha noticias por la radio, ya sea siempre o de vez en cuando es el 70 por ciento de la muestra, sin embargo la variación por edad no es significativa, puesto que aunque aumenta según la edad no llega a tener una diferencia sustancial. Tampoco se nota diferencia con los otros grupos etarios, puesto que están entre el 13,5 y el 15 por ciento.

De igual manera quienes admiten que No oyen noticias por la radio, no hay una diferencia entre los menores de 24 años y los mayores de 55 años.

CUADRO N°7

Personas entrevistadas que escuchan o no programas de radio de noticias según la edad y relación al total

Noviembre 2011

n=400

Escucha programas de radio de noticias	De 18 a 24 años	De 25 a 34 años	De 35 a 44 años	De 45 a 54 años	De 55 a más años	Total
Si	13,0	13,5	15,0	13,3	15,2	70,0
No	6,3	5,5	6,0	5,8	6,4	30,0
Total	19,3	19,0	21,0	19,1	21,6	100,0

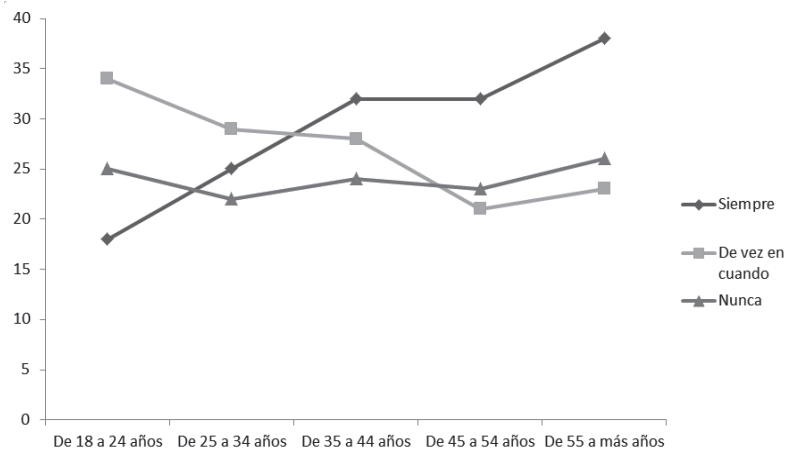
Fuente: IDESPO-UNA Encuesta "Percepción de la población costarricense sobre los medios de comunicación", Noviembre 2011.

GRÁFICO N°8

Distribución relativa de la frecuencia de escucha de programas de radio de noticias, según edad

Noviembre, 2011

N=400



Fuente: IDESPO-UNA Encuesta "Percepción de la población costarricense sobre los medios de comunicación", Noviembre 2011.

Al ver la composición al interior de cada uno de los grupos, solamente se aprecian diferencias cuando indican que Sí escuchan noticias por la radio, pues el 23,4 por ciento de los menores lo hacen en comparación con el 43,7 por ciento de los mayores de 55 años. No obstante, al unir las categorías de siempre y de vez en cuando las diferencias se van, puesto que en el primer grupo hay 67,6 que usa la radio y en el grupo de los más mayores es el 70,1 por ciento. Algo parecido se da con los otros grupos, cuyos valores van del 69,7 al 71,4 por ciento, prácticamente iguales.

Menos de un tercio de los encuestados en cada grupo etario dice que No escucha radio y esos números son semejantes sin que la edad sea un factor que influya.

CUADRO N°8

Distribución relativa de las personas entrevistadas que escuchan o no programas de radio de noticias, dentro del mismo grupo de edad

Noviembre 2011

n=400

Escucha programas de radio de noticias	De 18 a 24 años	De 25 a 34 años	De 35 a 44 años	De 45 a 54 años	De 55 a más años
Si	23,4	32,9	38,1	42,1	43,7
No	76,6	67,1	61,9	57,9	56,3
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fuente: IDESPO-UNA Encuesta “Percepción de la población costarricense sobre los medios de comunicación”, Noviembre 2011.

CUADRO N°8a

Distribución relativa de las personas entrevistadas que escuchan o no programas de radio de noticias dentro del mismo grupo de edad

Noviembre 2011

n=400

Escucha programas de radio de noticias	De 18 a 24 años	De 25 a 34 años	De 35 a 44 años	De 45 a 54 años	De 55 a más años
Si	67,5	71,1	71,4	69,7	70,1
No	32,5	28,9	28,6	30,3	29,9
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fuente: IDESPO-UNA Encuesta “Percepción de la población costarricense sobre los medios de comunicación”, Noviembre 2011.

2.6 Tomar decisiones importantes en su vida cotidiana

Cuando se requiere tomar una decisión importante, el 82 por ciento de los encuestados dice que recurre a familiares y amigos, sin embargo un porcentaje notable, el 73,4 por ciento, se informa mediante la televisión. También acude a los periódicos y a la radio el 62,8 y el 60,8 por ciento de los encuestados.

Por el contrario, acudir a un especialista o consultar la opinión de las autoridades eclesiásticas es la opción apenas resulta una opción para un tercio de los encuestados.

Consultar en Internet resulta atractivo para la mitad de los entrevistados, lo que no deja de llamar la atención pues se trata de un medio relativamente novedoso, pero que tiene la confianza de un porcentaje relevante.

CUADRO N°9

Proporción de las personas entrevistadas respecto a quien recurren cuando necesitan tomar decisiones importantes
Noviembre 2011

Consulta toma decisiones	Porcentaje	n=
Pregunta a familiares y amigos	82,0	328
Ve televisión	73,4	293
Lee periódicos	62,8	251
Escucha radio	60,8	243
Hace una búsqueda por Internet	50,9	203
Recurre a algún especialista	37,5	150
Le consulta a su pastor o cura	30,5	122

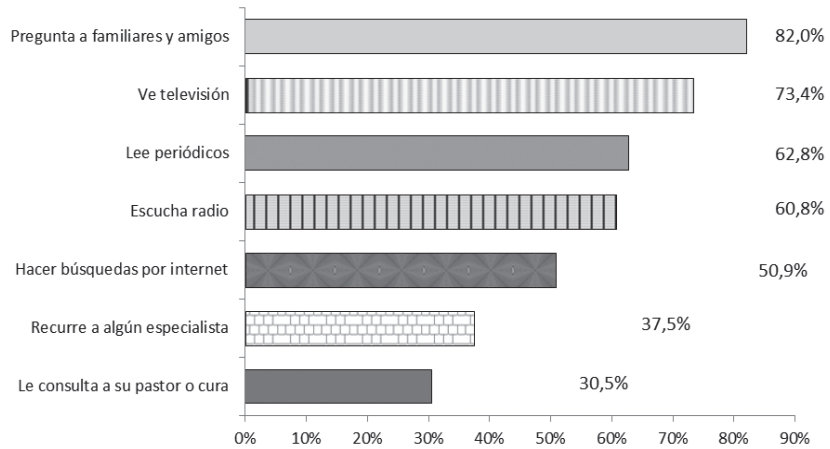
Fuente: IDESPO-UNA Encuesta “Percepción de la población costarricense sobre los medios de comunicación”, Noviembre 2011.

GRÁFICO N°9

Distribución relativa acerca de los recursos informativos para la toma de decisiones importantes en su vida

Noviembre 2011

n=400



Fuente: IDESPO-UNA Encuesta "Percepción de la población costarricense sobre los medios de comunicación", Noviembre 2011.

2.7 ¿En quién confía más para formar su opinión sobre los asuntos nacionales?

Los amigos o familia, así como las universidades y centros de investigación consolidan su influencia en la generación de la opinión pública de los ciudadanos, así como los medios de comunicación.

Al preguntar en quiénes confían para formar su opinión sobre asuntos nacionales, la respuesta fue en un 80,2 por ciento que en los amigos o la familia y las universidades y centros de investigación con un 75,9 por ciento, seguida por los telenoticieros con un 73,3 por ciento, 62 por ciento los diarios y un 60,8 por ciento los radio noticieros.

Quedan en los últimos lugares los poderes públicos: los partidos políticos con un 16,3 por ciento, la Asamblea Legislativa con un 16,5 por ciento, el

Gobierno tiene un 20,1 por ciento. La Iglesia con una mediana influencia, con un 52,1 por ciento, a la par de los movimientos sociales y organizaciones con un 48,5 por ciento. Es importante destacar que los medios digitales de noticias e información se presentan como una nueva alternativa para la conformación de la opinión de los ciudadanos con un 47,5 por ciento.

En el caso de otros, las opiniones que se recogen incluyen a: comité organizador de la comunidad, Dios, especialistas, fundaciones, investiga personalmente, colegios profesionales, 0,5, me baso en mi experiencia, 0,5 y organizaciones comunales, 0,5.

CUADRO N°10

Proporción de las personas entrevistadas según en quién confía más para formar su opinión sobre los asuntos nacionales

Noviembre 2011

Confianza	Porcentaje	n=
Amigos o familia	80,2	319
Universidades y centros públicos de investigación	75,9	302
Telenoticieros	73,3	293
Periódicos	62,0	248
Radio noticieros	60,8	243
Iglesia	52,1	208
Movimientos sociales y organizaciones	48,5	193
Medios digitales de noticias e información por Internet	47,5	190
Poder judicial	43,7	174
Organizaciones empresariales	35,8	143
Sindicatos	26,1	104
Gobierno	20,1	80
Asamblea Legislativa	16,5	66
Partidos políticos	16,3	65
Otro	4,3	8

Fuente: IDESPO-UNA Encuesta “Percepción de la población costarricense sobre los medios de comunicación”, Noviembre 2011.

2.8 ¿Cuáles medios divulga los asuntos que quiere dar a conocer?

Para dar a conocer algo, el uso de la Internet y las redes sociales se plantea como un alternativa (44,5 %), seguido del envío de cartas a los medios de comunicación con un 31,3 por ciento. Y nuevamente el recurrir a los amigos, familiares y compañeros de trabajo como mecanismo de divulgación de los asuntos que se desean comunicar destaca con un 75 por ciento. La fortaleza de los lazos sociales se plantea como un elemento fundamental para la vida en sociedad y su importancia en el compartir criterios en los grupos más cercanos.

CUADRO N°11

Proporción de las personas entrevistadas de acuerdo con los medios por los que divulga los asuntos que quiere dar a conocer

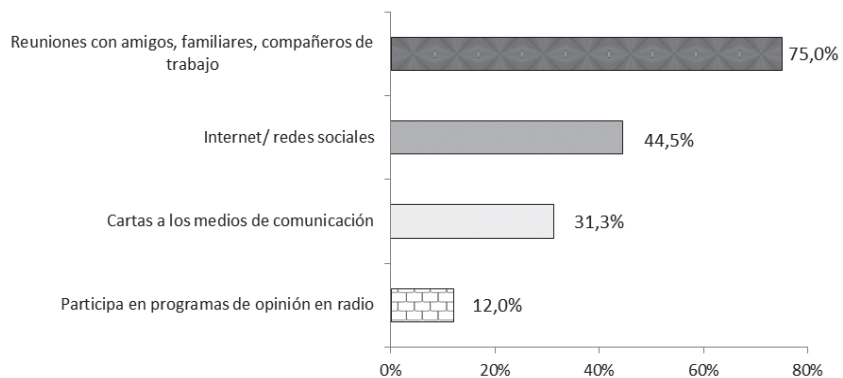
Medios de divulgación	Porcentaje	n=
Reuniones con amigos, familiares, compañeros de trabajo	75,0	300
Internet/redes sociales	44,5	178
Cartas a los medios de comunicación	31,3	125
Participa en programas de opinión de radio	12,0	48
Utiliza otros medios	7,8	31

Fuente: IDESPO-UNA Encuesta “Percepción de la población costarricense sobre los medios de comunicación”, Noviembre 2011.

GRÁFICO N°10

Distribución relativa del uso de medios para la divulgación de los asuntos que quiere dar a conocer

Noviembre, 2011



Fuente: IDESP-UNA Encuesta "Percepción de la población costarricense sobre los medios de comunicación", Noviembre 2011.

2.9 Denunciar una problemática en su comunidad, trabajo o personal

En cuanto al uso de otros medios, se mencionan los siguientes: Asociación (1,2), cartas dirigidas personalmente y que investigue (0,3), Celular, (0,8), comunicándome con el municipio (0,5), consultas vía telefónica a la televisión (0,3), correo electrónico (0,8), correos (0,3), fax (0,5), grupos comunitarios o asociaciones (0,3), iglesia (0,3), instituciones del estado (0,3), llamar a algún programa (0,3), organismo como ONG (0,3), periódico (0,3), por teléfono (1,8), redes sociales (0,3) y talleres informativos (0,3).

Sin embargo, cuando lo que se quiere es denunciar un problema comunal, lo que resalta es la confianza en los medios formales para lograr la solución, pues las tres primeras opciones se refieren a la organización social.

En primer lugar recurre a la autoridad, de segundo a la dirigencia local y de tercero a los encargados de solucionar el problema. La denuncia ante los medios o la llamada a un periodista está más distante de las primeras acciones.

Hacer uso de las redes sociales tiene la menor elección y menos de la mitad acude a esta opción, contra 8 de cada 10 que iría de primero a las autoridades o al gobierno. Es una relación de 2 a 1 a favor de acudir a las autoridades o las entidades, en lugar de hacer uso de redes sociales. Prácticamente 6 de cada 10 encuestados iría a la prensa para denunciar, pero serían 8 de cada 10 los que acuden adonde debería estar la solución directa al problema.

Las personas tienen una buena percepción de cómo enfrentar una problemática local, con la denuncia directa

ante los encargados de poner el remedio. En estos casos la prensa no soluciona el problema, aunque lo denuncia y esa denuncia podría contribuir.

En el caso de las redes sociales, aunque tiene los menores porcentajes, es relevante que ya aparezca como un medio de denuncia y es consistente con otras situaciones, como cuando se quiere divulgar un asunto, donde la Internet y las redes sociales tienen un 44,5 por ciento (cuadro No, 11).

CUADRO N°12

Distribución relativa de las acciones a ejecutar para llevar a cabo la denuncia de una problemática en la comunidad, trabajo o a nivel personal

Noviembre 2011

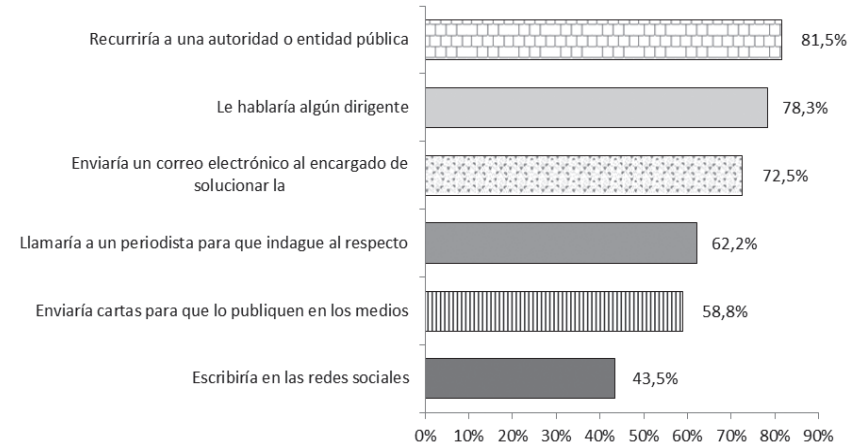
Si usted quisiera denunciar una problemática usted	Porcentaje	n=
Recurriría a una autoridad o entidad pública	81,3	325
Le hablaría a algún dirigente	78,3	313
Enviaría un correo electrónico al encargado de solucionar la problemática	72,5	290
Llamaría a un periodista para que indague al respecto	62,0	248
Enviaría cartas para que se publiquen en los medios	58,8	235
Escribiría en las redes sociales	43,5	174

Fuente: IDESPO-UNA Encuesta "Percepción de la población costarricense sobre los medios de comunicación", Noviembre 2011.

GRÁFICO N°11

Distribución relativa de las acciones a ejecutar para llevar a cabo la denuncia de una problemática en la comunidad, trabajo o a nivel personal

Noviembre, 2011



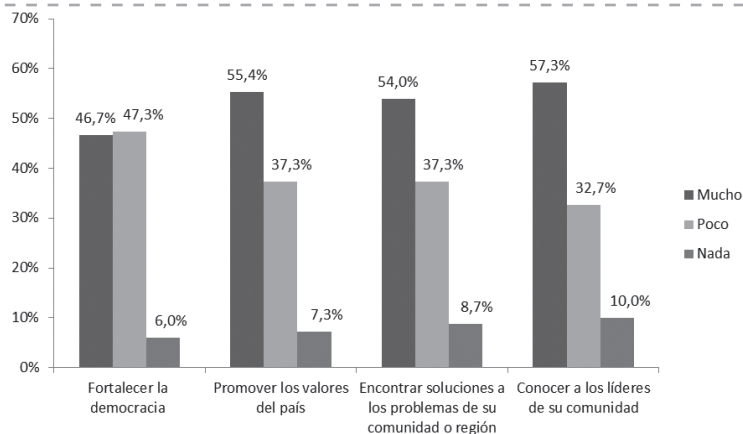
Fuente: IDESPO-UNA Encuesta “Percepción de la población costarricense sobre los medios de comunicación”, Noviembre 2011.

GRÁFICO N°12

Distribución relativa acerca de la Percepción de los (as) costarricenses sobre la contribución de los medios de su comunidad (locales, regionales o especializados) en algunos aspectos de interés social.

Setiembre, 2008

n=400



Fuente: Encuesta IDESPO-UNA, “Población costarricense, libertad de expresión, y acceso a información”. Estadísticamente la encuesta tiene un error de muestreo del 2.6% y un nivel de confianza del 92%.

El papel de los medios de comunicación se mantiene como una posibilidad de denuncia, pues un porcentaje de alrededor del 60 por ciento favorece este canal. Esta información confirma que se mantiene una visión positiva hacia los medios de comunicación, puesto que un estudio de IDESPO-UNA realizado en setiembre del 2008, llamado “Población costarricense, libertad de expresión y acceso a la información”, indicaba que el 54 por ciento de las personas consideraban que los medios contribuían mucho a solucionar los problemas locales y solo el 8,7 por ciento opinaba que nada aportaban.

2.10 Un reto para los medios: dar espacio a sectores excluidos

Sucesos (64,5%), deportes (63,4 %), educación (52,5 %) y alimentación y consumo (51,0%) son los temas que los habitantes de Costa Rica afirman estar muy y bastante informados por los diversos medios de comunicación del país. En contraste con temas en que afirman tienen poca o ninguna información relacionada a la agricultura y ganadería (80,8 %), industria (79,7 %), arte y Cultura (74,3%), espectáculos (68,4%), economía y finanzas (65,6%), turismo (63,4%), política (62,4%) y seguridad (50,6%).

Esto plantea retos para los medios de comunicación y, en especial, a los informativos nacionales: dar a conocer los hechos de sectores fundamentales para el desarrollo nacional y permitirle a

CUADRO N°13

Distribución relativa de las personas entrevistadas de acuerdo a cuánto se consideran informados sobre algunos temas

Noviembre 2011

n =400

Temática	Muy informado	Poco informado	Nada informado	Total
Sucesos	64,5	29,0	6,5	100,0
Deportes	63,4	23,1	13,5	100,0
Educación	52,5	42,2	5,3	100,0
Alimentación y consumo (canasta básica)	51,0	42,5	6,5	100,0
Seguridad	49,4	41,6	9,0	100,0
Medicina y salud	48,0	42,7	9,3	100,0
Medio ambiente y ecología	46,0	44,5	9,5	100,0
Ciencia y tecnología	42,0	42,5	15,5	100,0
Política	37,6	41,8	20,6	100,0
Turismo	36,6	48,9	14,5	100,0
Economía y finanzas (impuestos/el dólar/costo de la vida)	34,4	47,1	18,5	100,0
Espectáculos	31,6	44,3	24,1	100,0
Arte y cultura	25,7	51,8	22,5	100,0
Manejo de recursos públicos	25,1	48,6	26,3	100,0
Industria	20,3	54,1	25,6	100,0
Agricultura y ganadería	19,2	64,5	16,3	100,0

Fuente: IDESPO-UNA Encuesta “Percepción de la población costarricense sobre los medios de comunicación”, Noviembre 2011.

CUADRO N°14

Proporción de las personas entrevistadas de acuerdo a los temas que les gustaría que los medios les informen

Noviembre 2011

Temática	Le gustaría que los medios le informen	n=
Medio ambiente y ecología	95,9	379
Alimentación y consumo (canasta básica)	95,2	378
Medicina y salud	94,7	373
Educación	93,4	369
Manejo de recursos públicos	93,4	370
Ciencia y tecnología	93,2	369
Seguridad	93,1	367
Turismo	90,2	357
Economía y finanzas (impuestos/el dólar/ costo de la vida)	90,2	357
Arte y cultura	89,7	356
Industria	88,6	351
Agricultura y ganadería	86,7	345
Sucesos	77,4	305
Deportes	72,4	286
Política	72,2	286
Espectáculos	65,7	260

Fuente: IDESPO-UNA Encuesta “Percepción de la población costarricense sobre los medios de comunicación”, Noviembre 2011.

los habitantes informarse, integralmente, del acontecer diario del país, así como darle oportunidad a otros sectores poder fortalecer sus lazos con la sociedad y mostrar su actividad, iniciativas, problemas y esfuerzos.

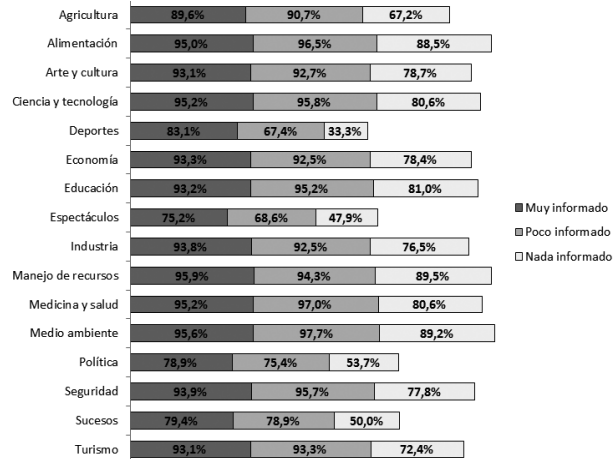
Los encuestados en un más de un 85 por ciento manifestaron, a pesar de estar en algunos aspectos muy o bastante informados, querer saber más sobre el medio ambiente y ecología (95,9 %) , alimentación y consumo (95,2%), medicina y salud (94,7%), manejo de recursos públicos (93,4%), ciencia y tecnología (93,2%), educación (93,4%), seguridad (93,1%), turismo (90,2%), arte y cultura (89,7%), agricultura y ganadería (86,7%) e industria (88,6%).

GRÁFICO N°13

Porcentaje de las personas que si le gustaría que le sigan informando de acuerdo con su nivel de información

Noviembre, 2011

n=400



Fuente: IDESPO-UNA Encuesta “Percepción de la población costarricense sobre los medios de comunicación”, Noviembre 2011.



III.

*Periodismo: una profesión
fundamental, pero riesgosa*



CUADRO N°15

Proporción de las personas entrevistadas acerca de su opinión respecto los periodistas
Noviembre 2011

Valoraciones positivas	Porcentaje	n=
Contribuyen con el ejercicio de la libertad de expresión	96,8	386
Fortalecen la democracia	94,7	377
Facilitan la atención de problemáticas en las comunidades	94,2	375
Educen a la población	94,2	376
Evitan la corrupción	88,9	354
Promueven el desarrollo económico del país	88,5	348
Defienden a los poderosos	76,2	302

Fuente: IDESPO-UNA Encuesta “Percepción de la población costarricense sobre los medios de comunicación”, Noviembre 2011.

3.1 Cuándo usted piensa en la profesión del periodista, ¿qué es lo primero que se le viene a la mente?

Según la percepción de los encuestados los periodistas tienen una labor muy importante para la sociedad ya que contribuyen con el ejercicio de la libertad de expresión (96,8%), fortalecen la democracia (94,7%), facilitan la atención de problemáticas en las comunidades (94,2%), educan a la población (94,2%), evitan la corrupción (88,9%) y promueven el desarrollo económico del país (88,5%).

Otras opiniones indican que los periodistas son aliados del ciudadano, ayudan a formar opinión pública, indagan lo escondido, investigan con buen objetivo, son temerarios y vigilan que se cumpla la ley.

Sin embargo, también se plantean fuertes críticas: abusan de su poder (77,9%), defienden a los poderosos (76,2%) y ocultan información (82,8%). Esta llamada de atención al ejercicio de la prensa en Costa Rica es novedosa, ya que generalmente solo aspectos positivos se han destacado hasta la fecha. Es importante una reflexión en la sociedad y especialmente desde los medios de comunicación y el gremio de los comunicadores.

Cuando se piensa en la profesión del periodista el 24 por ciento considera que es un informador o comunicador. Una de cada 10

CUADRO N°16

Proporción de las personas entrevistadas acerca de su opinión respecto a la profesión del periodista

Noviembre 2011

Valoraciones negativas	Porcentaje	n=
Ocultan información	82,8	327
Abusan de su poder	77,9	311

Fuente: IDESPO-UNA Encuesta “Percepción de la población costarricense sobre los medios de comunicación”, Noviembre 2011.

CUADRO N°17

Distribución relativa de las personas entrevistadas de acuerdo a lo primero que se les viene a la mente al pensar en la profesión del periodista, Noviembre 2011

n =400

Pensamiento	Porcentaje
Informador/ comunicador	24,0
Investigación	15,6
Riesgos profesionales (trabajo peligroso)	12,8
Función social importante	8,8
Ética periodística	8,5
Profesionalismo	7,5
Poco profesionalismo	5,5
Amarillismo	2,5
Trabajo duro y complicado	2,5
Entrometidos	1,5
Atributos personales positivos	1,0
Subtotal	90,2
Otros	4,8
No sabe	5,0
Total	100,0

Fuente: IDESPO-UNA Encuesta “Percepción de la población costarricense sobre los medios de comunicación”, Noviembre 2011.

personas valora la función social que cumple como importante.

La segunda opinión más relevante que dan los entrevistados es que se trata de una profesión que presenta riesgos para la persona. Una opinión que supera a otras respuestas más “normales” como de trabajos ligados a la investigación o que cumplen una función social importante.

Al otro lado de la tabla se encuentran las opiniones menos favorables para la profesión: “poco profesionalismo” o el “amarillismo”, lo que se puede considerar que el periodista tiene una buena percepción ante la opinión y, además, se le considera como alguien que arriesga la seguridad física al cumplir su labor.

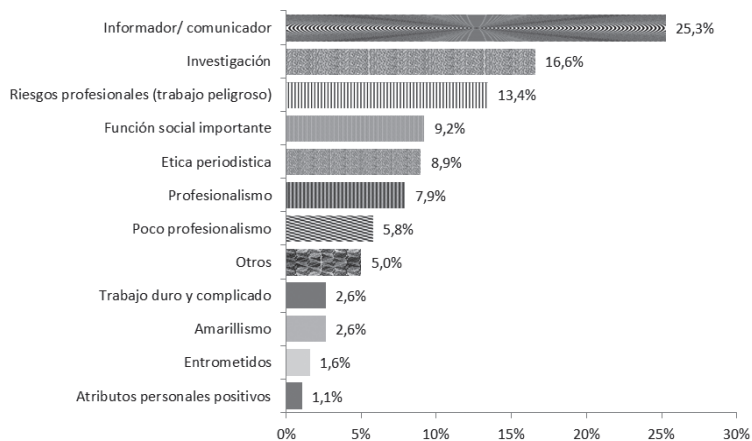
Las opiniones favorables o positivas hacia la profesión alcanzan el 94,7 por ciento de la muestra, mientras que las negativas alcanzan el 7,3 por ciento (poco profesionalismo y amarillismo).

GRÁFICO Nº14

Proporción de las personas entrevistadas de acuerdo lo primero que se les viene a la mente al pensar en la profesión del periodista

Noviembre 2011

n =380



Fuente: IDESPO-UNA Encuesta "Percepción de la población costarricense sobre los medios de comunicación", Noviembre 2011.

3.2 ¿Cree que los periodistas en Costa Rica son censurados?

Quando se pregunta si se cree que los periodistas son censurados un porcentaje alto de los entrevistados piensa de esa manera (61,9%). La pregunta se complementó pidiendo una explicación del por qué cree que hay censura a los periodistas. Las razones se muestran en el gráfico No. 16.

CUADRO N°18

Proporción de las personas entrevistadas según consideran los periodistas en Costa Rica son censurados

Noviembre 2011

N= 344

Censurados	Porcentaje
Si	61,9
No	38,1
Total	100,0

Fuente: IDESPO-UNA Encuesta “Percepción de la población costarricense sobre los medios de comunicación”, Noviembre 2011.

Los porcentajes más significativos se orientan hacia la injerencia de fuerzas externas al periodista mismo, pues la auto censura apenas es considerada por el 3,3 por ciento de la muestra, mientras que la censura de los superiores, la intervención de “poderosos” y el temor a las represalias suma el 56,8 por ciento de las causas. La causa “poco profesionalismo” es la razón que da una octava parte de la muestra (19,7%) que implica una acusación directa al periodista mismo de no hacer su labor de forma correcta y permitir la censura. Esta respuesta guarda relación con otras tres: quienes manifiestan que los periodistas “ocultan información” que es la respuesta del 8,9 por ciento; con “falsean hechos”, que tiene el 3,8 por ciento y con “autocensura”, con el 3,3 por ciento.

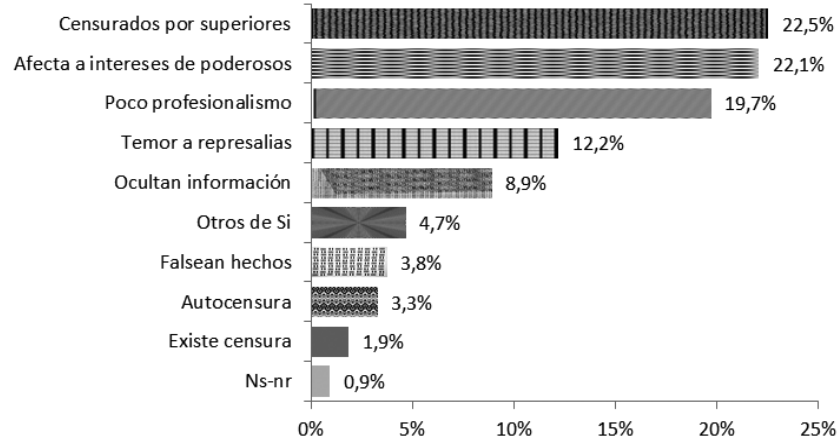
Así se tiene que un 56,8 por ciento cree que la censura es impuesta, mientras que el 35,7 por ciento opina que viene del mismo periodista.

GRÁFICO N°15

Proporción de las personas entrevistadas que consideran que los periodistas en Costa Rica son censurados

Noviembre 2011

n=213



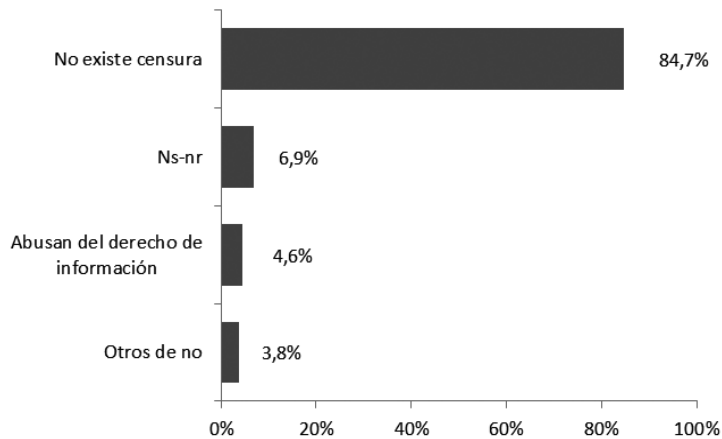
Fuente: IDESPO-UNA Encuesta "Percepción de la población costarricense sobre los medios de comunicación", Noviembre 2011.

GRÁFICO N°16

Proporción de las personas entrevistadas que consideran que los periodistas en Costa Rica no son censurados

Noviembre 2011

n=131



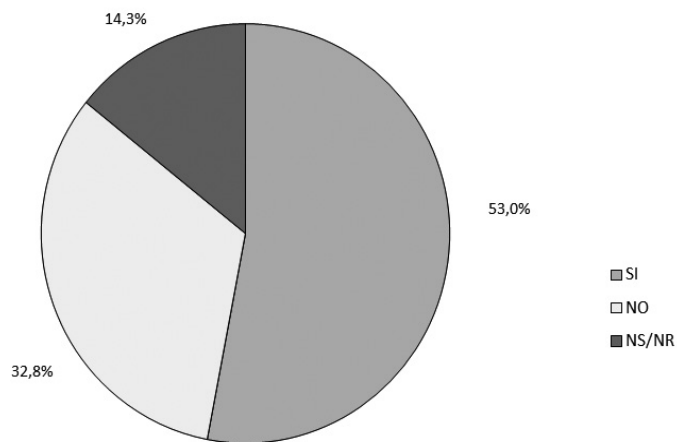
Fuente: IDESPO-UNA Encuesta “Percepción de la población costarricense sobre los medios de comunicación”, Noviembre 2011.

GRÁFICO N°17

Distribución relativa acerca la percepción de que los periodistas en Costa Rica son censurados

Noviembre 2011

n=400



Fuente: IDESPO-UNA Encuesta "Percepción de la población costarricense sobre los medios de comunicación", Noviembre 2011.

IV.

Límites a la libertad de expresión



4.1 Libertad de expresión: límites a un ejercicio pleno

Indagar sobre el concepto de libertad de expresión es relevante en tanto constituye uno de los indicadores para valorar el nivel de fortalecimiento del sistema democrático, a partir de las percepciones de la ciudadanía sobre el libre ejercicio de su derecho a expresarse en sociedad.

Por lo cual, la libertad de expresión constituyó uno de los tópicos centrales de esta encuesta, que pretendía indagar sobre la noción que se ha instalado en la sociedad costarricense acerca de este concepto, su ejercicio real, y los espacios e instituciones donde ésta es posible.

Los resultados de este estudio ponen en evidencia que la mayoría de las personas entrevistadas cuestionan el ejercicio de una libertad de expresión plena en Costa

Rica. Al consultárseles si la libertad de expresión es una realidad, el 63,4 por ciento consideró que es parcialmente cierto, frente a un 26,3 por ciento que lo estima como totalmente cierto y un 6,0 por ciento que lo señala como una aseveración falsa. Estos resultados son muy similares a los obtenidos por la consulta de libertad de expresión realizada por IDESPO en el 2008.

CUADRO N°19

Distribución relativa de la percepción de las personas entrevistadas respecto a la definición la libertad de expresión es una realidad en Costa Rica

Noviembre 2011

n=400

Realidad	Porcentaje
Parcialmente cierto	63,4
Totalmente cierto	26,3
Falso	6,0
Ns-nr	4,3
Total	100,0

Fuente: IDESPO-UNA Encuesta "Percepción de la población costarricense sobre los medios de comunicación", Noviembre 2011.

CUADRO N°20

En el cuadro No. 20 está la composición según los grupos de edad y con relación al total de la muestra, mientras que en el cuadro No. 21 están los porcentajes dentro del mismo grupo.

En el primer caso, el grupo más joven es quien menos cree que la afirmación sea cierta, con solo el 3,8 por ciento, el resto de los grupos mantiene un criterio similar entre sí, entre el 5 y el 6 por ciento. Que la afirmación sea parcialmente cierta tiene una opinión muy pareja entre todos los grupos etarios, desde el 11,7 al 12,7 por ciento, es decir, tan solo hay un variación del 1 por ciento.

Lo anterior indica que ese 63,2 por ciento (Parcialmente cierto del cuadro No.20) está equitativamente repartido entre las distintas edades. En cuanto a los que consideran que la afirmación es falsa, la mayor concentración vuelve a quedar

Percepción de la población entrevistada sobre si la definición de libertad de expresión es una realidad en Costa Rica, según los grupos de edad y con relación al total

Noviembre 2011

n=400

Libertad de expresión	Edad					Total
	De 18 a 24 años	De 25 a 34 años	De 35 a 44 años	De 45 a 54 años	De 55 a más años	
Totalmente cierto	3,8	5,0	6,0	5,5	6,0	26,3
Parcialmente cierto	12,7	12,7	13,4	11,7	12,7	63,2
Falso	2,3	1,0	0,8	1,0	1,0	6,1
Ns-nr	0,5	0,3	0,8	0,8	2,0	4,4
Total	19,3	19,0	21,0	19,0	21,7	100,0

Fuente: IDESPO-UNA Encuesta “Percepción de la población costarricense sobre los medios de comunicación”, Noviembre 2011.

CUADRO N°21

Percepción de la población entrevistada sobre si la definición de libertad de expresión es una realidad en Costa Rica, según edad dentro del mismo grupo

Noviembre 2011

n=400

Libertad de expresión	Edad				
	De 18 a 24 años	De 25 a 34 años	De 35 a 44 años	De 45 a 54 años	De 55 a más años
Totalmente cierto	19,5	26,3	28,6	28,9	27,6
Parcialmente cierto	66,2	67,1	64,2	61,9	58,6
Falso	11,7	5,3	3,6	5,3	4,6
Ns-nr	2,6	1,3	3,6	3,9	9,2
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fuente: IDESPO-UNA Encuesta "Percepción de la población costarricense sobre los medios de comunicación", Noviembre 2011.

en el grupo más joven, pero igual el resto de los grupos mantiene un porcentaje muy parecido.

En el Cuadro No. 21 se encuentra la distribución porcentual pero dentro del mismo grupo de edad, tomando como el 100 por ciento la cantidad de componentes de cada grupo. De este modo se observa que en el más joven el 66,2 por ciento considera que la afirmación sobre la libertad de opinión es parcialmente cierta, pero es el grupo de más edad el que selecciona menos esta opción, aunque los porcentajes no difieren mucho entre un grupo y otro, la mayor diferencia está entre el segundo y el quinto, con un 9 por ciento.

De igual manera los porcentajes de quienes opinan que es totalmente cierta la expresión tampoco muestra una diferencia muy grande, puesto que entre el primer grupo, que tiene la menor incidencia y el

cuarto, con la mayor, la distancia es de un 9,4 por ciento.

El grupo de menos de 25 años presenta el mayor porcentaje de opiniones en contra de la expresión (falso) con el 11,7, mientras que los demás están entre el 3,6 y el 5,3 por ciento, que no supera el margen de error de la encuesta.

Aunque el grupo más joven es el más opuesto a creer que la libertad de expresión sea una realidad, las diferencias con los otros grupos apenas son relevantes y tienden más hacia la coincidencia, de manera que en general, más allá del factor de la edad, la población considera mayoritariamente que la libertad de expresión en el país es una realidad a medias.

En una encuesta realizada por IDESPO – UNA en abril del 2009, se estudio el grado de confianza de los jóvenes en los

medios de comunicación y en la libertad de expresión, resultando que el nivel denominado Poco tuvo porcentajes altos, entre el 56,4 por ciento para los periódicos (prensa escrita) y el 35 por ciento para la televisión. En este estudio aparece Internet, con un 51 por ciento de poca confianza.

Por el contrario, con mucha confianza sale la televisión, un 62,2 por ciento, casi el doble que cualquiera de los otros medios: 37,7 por ciento la radio, 37,5 por ciento los periódicos y un 33,2 por ciento la Internet.

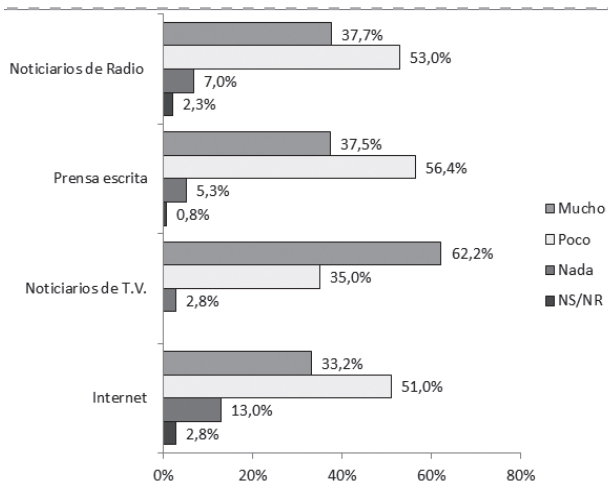
El medio que menos confianza inspira también es la televisión, con el 2,8 por ciento de opiniones en el sentido de que no le tienen ninguna confianza. Por el contrario, la prensa impresa tiene el menor porcentaje, solo el 5,3 por ciento desconfía por completo, mientras que la radio recibe un 7 por ciento de opiniones e Internet el 13 por ciento.

GRÁFICO N°18

Distribución relativa acerca de la percepción de la población joven de acuerdo con el nivel de confianza en los diferentes medios de comunicación

Abril, 2009

n=400



Fuente: IDESPO-UNA, Encuesta percepción de jóvenes acerca de las tecnologías de la información y la comunicación y la libre expresión, abril 2009.

4.2 Libertad de expresión

Ante la consulta de si la “libertad de expresión es una realidad”, el 63,4 por ciento dice que esa definición es parcialmente cierta, criterio que supera ampliamente al de quienes dicen estar totalmente de acuerdo y más lejos aún de quienes la consideran como falsa.

El resultado muestra que la percepción de libertad de expresión es un concepto válido dentro de la sociedad costarricense pero con restricciones que terminan por limitarla aunque no por eliminarla.

Quienes creen que es un concepto completamente falso es un porcentaje bastante pequeño, solo el 6 por ciento, mientras que es una realidad cierta lo es para el 26,3 por ciento de la muestra.

CUADRO N°22

Distribución relativa de las personas entrevistadas acerca de la definición de libertad de expresión como una realidad en Costa Rica

Noviembre 2011

n=400

Libertad de expresión es una realidad	Porcentaje
Parcialmente cierto	63,4
Totalmente cierto	26,3
Falso	6,0
Ns-nr	4,3
Total	100,0

Fuente: IDESPO-UNA Encuesta “Percepción de la población costarricense sobre los medios de comunicación”, Noviembre 2011.

CUADRO N°23

Porcentaje de las personas entrevistadas que indican que la “libertad de expresión” como realidad es parcialmente cierto

Noviembre 2011

n=255

Parcialmente cierto	Porcentaje
Libertad restringida	27,8
Existe censura	21,6
Temor a represalias	19,2
Libertad para unos cuantos	16,1
No se les escucha, no se toma en cuenta	3,9
Libertad irrestricta	2,4
Libertad para todos	0,4
Otros parcialmente cierto	5,1
No sabe	3,5
Total	100,0

Fuente: IDESPO UNA: “Percepción costarricense hacia los medios de comunicación.”
Noviembre 2011.

Cuando se pide una razón para justificar esta respuesta, quienes consideran que es una realidad parcialmente cierta indican que existe esa libertad pero restringida (el 27,8%) además de que hay censura (21,6%). El detalle de estas justificaciones se resume en la siguiente tabla:

Una justificación válida para la décima parte de la muestra es que la libertad de expresión es un concepto real pero no para toda la población.

Quienes ofrecen alguna explicación para justificar su afirmación de que la libertad de expresión es una realidad indican que hay una libertad sin restricción y que esa libertad la disfrutan todos.

CUADRO N°24

Percepción de la población entrevistada sobre si la definición de libertad de expresión es una realidad en Costa Rica, según los grupos de edad y con relación al total

Noviembre 2011

n=400

Libertad de expresión es una realidad	Edad					Total
	De 18 a 24 años	De 25 a 34 años	De 35 a 44 años	De 45 a 54 años	De 55 a más años	
Totalmente cierto	3,8	5,0	6,0	5,5	6,0	26,3
Parcialmente cierto	12,7	12,7	13,4	11,7	12,7	63,2
Falso	2,3	1,0	0,8	1,0	1,0	6,1
Ns-nr	0,5	0,3	0,8	0,8	2,0	4,4
Total	19,3	19,0	21,0	19,0	21,7	100,0

Fuente: IDESPO-UNA Encuesta "Percepción de la población costarricense sobre los medios de comunicación", Noviembre 2011.

CUADRO N°25

Percepción de la población entrevistada sobre si la definición de libertad de expresión es una realidad en Costa Rica, según edad dentro del mismo grupo

Noviembre 2011

n=400

Libertad de expresión es una realidad	Edad				
	De 18 a 24 años	De 25 a 34 años	De 35 a 44 años	De 45 a 54 años	De 55 a más años
Totalmente cierto	19,5	26,3	28,6	28,9	27,6
Parcialmente cierto	66,2	67,1	64,2	61,9	58,6
Falso	11,7	5,3	3,6	5,3	4,6
Ns-nr	2,6	1,3	3,6	3,9	9,2
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fuente: IDESPO-UNA Encuesta “Percepción de la población costarricense sobre los medios de comunicación”, Noviembre 2011.

Aunque de igual manera no hay grandes diferencias porcentuales al interior de los grupos con respecto a la comparación entre grupos, se tiene que hay una disminución en el grupo de más edad con respecto a ser los que menos favorecen el parcialmente cierto, sin embargo, pero no son tampoco los que más creen que sea completamente cierto, el mayor porcentaje lo tienen los grupos que van de los 35 a los 54 años.

Son los más jóvenes los que menos creen, pues se trata del 19,5 por ciento de ellos que creen sea cierta la afirmación y el 11,7 por ciento que es falsa. Sin embargo, es el grupo de 25 a 34 el que presenta el mayor porcentaje hacia parcialmente cierto.

El grupo de más edad es el que más se abstiene de dar una opinión y el de 25 a 34 el que más opina.

Estas percepciones se contextualizan en el marco del concepto “libertad de expresión” que apuntaron los entrevistados: el 98 por ciento de las personas entrevistadas estuvo de acuerdo con equiparar la libertad de expresión con “expresarse libremente y dar a conocer lo que uno piensa y siente”, “tener derecho a pensar, decir y opinar sin temor” (97,7 %) y “decir lo que sentimos sin faltar el respeto a los demás” (97,7 %).

En menor medida, las personas consideraron “salir opinando en algún medio de comunicación (73,0%) y “opinar por Internet” (67,2%), como equivalentes a ejercer la libertad de expresión. En general, los entrevistados opinan que los costarricenses tienen acceso a divulgar sus opiniones en los medios de comunicación: un 43,4 por ciento dijo estar de acuerdo con esa afirmación, y un 22,5 por ciento señaló estar muy de acuerdo, respuestas que suman un total de 65,9 por ciento.

CUADRO N°26

Distribución relativa de la población entrevistada acerca del significado que tiene ejercer libertad de expresión

Noviembre 2011

n=400

Significado	SI	NO	Total
Poder expresarse libremente y dar a conocer lo que uno piensa	98,0	2,0	100,0
Tener derecho a pensar, decir, opinar sin temor	97,7	2,3	100,0
Decir lo que sentimos sin faltar el respeto a los demás	97,7	2,3	100,0
Salir por algún medio de comunicación diciendo lo que opino	73,0	27,0	100,0
Dar a conocer mi opinión por Internet	67,2	32,8	100,0

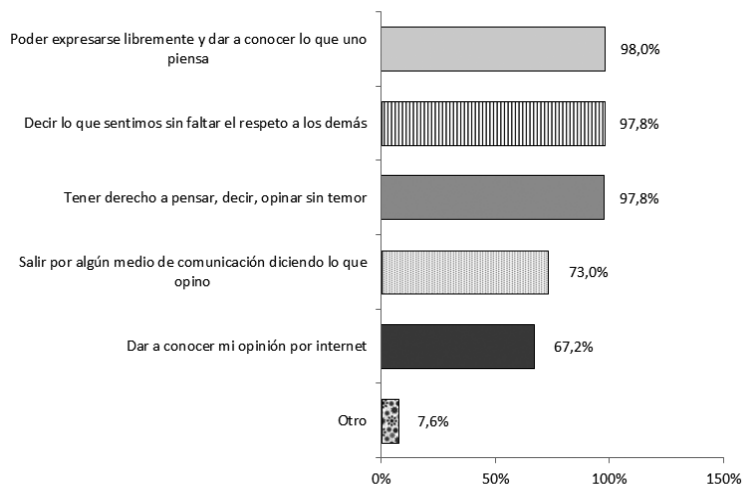
Fuente: IDESPO-UNA Encuesta “Percepción de la población costarricense sobre los medios de comunicación”, Noviembre 2011.

GRÁFICO N°19

Distribución relativa acerca del significado de ejercer libertad de expresión

Noviembre, 2011

n=400



Fuente: IDESPO-UNA Encuesta “Percepción de la población costarricense sobre los medios de comunicación”, Noviembre 2011.

Las personas entrevistadas hacen mención de otros significados que para ellos tiene la definición libertad de expresión como: actividades del pueblo, organizaciones de desarrollo; expresarla a través de algún grupo o entidad como mujeres, expresarse en el medio ambiente y comunidad, libertad de dialogar con amigos y familiares en un ambiente de paz, libre tránsito, manifestar opinión sin ser discriminado, organizaciones derecho a formarlas, publicando artículos en periódicos, que no se confundan con libertinaje, que respeten lo que uno siente, radio noticiero de expresión, redes sociales y tratar de convencer a otra persona.

4.3 ¿Considera usted que las personas en Costa Rica tienen acceso a divulgar sus opiniones en los medios de comunicación?

En general, la ciudadanía percibe los medios de comunicación como una “ventana” para mostrar sus opiniones en la esfera pública. Un 65 por ciento considera que los habitantes tienen acceso a divulgar sus opiniones en los medios de comunicación y solo un 17,5 por ciento consideraron estar en desacuerdo o muy en desacuerdo. Cabe recordar que las personas consideraron llamar a un periodista para denunciar algún problema en su comunidad, trabajo o personal (62,0%) y enviar cartas para ser publicadas por los medios (58, 8%), como se mencionó anteriormente.

CUADRO N°27

Distribución relativa de las personas entrevistadas acerca del acceso que tienen las personas en Costa Rica, a divulgar su opinión en los medios de comunicación

Noviembre 2011

n=400

Acceso a divulgar opinión	Porcentaje
De acuerdo	43,4
Muy de acuerdo	22,5
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	14,8
En desacuerdo	13,0
Muy en desacuerdo	4,5
Ns-nr	1,8
Total	100,0

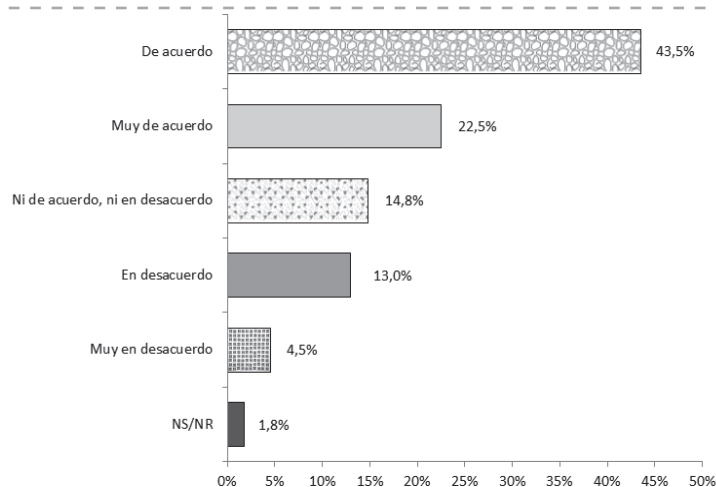
Fuente: IDESPO-UNA Encuesta “Percepción de la población costarricense sobre los medios de comunicación”, Noviembre 2011.

GRÁFICO N°20

¿Considera usted que las personas en Costa Rica tienen acceso a divulgar sus opiniones en los medios de comunicación?

Noviembre, 2011

n=400



Fuente: IDESPO-UNA Encuesta “Percepción de la población costarricense sobre los medios de comunicación”, Noviembre 2011.

4.4 Espacios donde es posible ejercer la libertad de expresión

Con respecto a los espacios e instituciones en los cuales se ejerce la libertad de expresión, el hogar y las universidades son percibidos como los espacios “más libres”, con el 92,2 y el 85,8 por ciento respectivamente.

Seguido de este figuran las escuelas y colegios (75,9%) y la calle (75,8%), las organizaciones sociales y comunales (74,9%) como uno de los espacios con más posibilidades para expresarse.

En contraste, la Asamblea Legislativa es percibida como el espacio más restringido para expresarse libremente. Así por ejemplo, un estudio de IDESPO del 2002¹ apunta la poca credibilidad

¹ Ver “La población costarricense de la GAM: situación del país, de la ciudadanía y percepción de la Asamblea Legislativa” IDESPO, Universidad Nacional, 2002.

y transparencia atribuida a esta instancia por parte de la población. El estudio concluyó que la “ciudadanía costarricense es particularmente negativa en su evaluación de las instituciones de representación política básicas como la Asamblea Legislativa”.

De igual forma, las municipalidades no obtienen una calificación positiva como lugar para expresarse sin restricciones: el 52,9 por ciento niega que ahí la libertad de expresión es una realidad. En la encuesta “Población costarricense, libertad de expresión y acceso a información”² (IDESPO, 2008) ambas instituciones recibieron calificaciones muy bajas (1,5 % respectivamente) en relación con la libertad de expresión en estas instancias.

² Ver “Población costarricense, libertad de expresión y acceso a información” IDESPO, Universidad Nacional, 2008.

Es significativo el hecho de que el espacio laboral sea cuestionado como un lugar para expresarse libremente por parte de un 42,6 por ciento que opina no es posible, frente a un 57,4 por ciento que considera lo contrario. De acuerdo con esto, una buena parte de la ciudadanía percibe limitaciones para expresarse irrestrictamente en los sitios de trabajo.

CUADRO N°28

Proporción de las personas entrevistadas acerca de los espacios en los que consideran se ejerce o no la libertad de expresión , Noviembre 2011

Espacios	Si	No	Total	n=
Hogar	92,2	7,8	100,0	399
Universidades	85,8	14,2	100,0	395
Escuelas y colegios	75,9	24,1	100,0	395
La calle	75,8	24,2	100,0	397
Organizaciones comunales y sociales	74,9	25,1	100,0	394
Medios de comunicación	73,2	26,8	100,0	396
Iglesias	61,8	38,2	100,0	395
El trabajo	57,4	42,6	100,0	394
Municipalidades	47,1	52,9	100,0	395
Asamblea Legislativa	41,2	58,8	100,0	396

Fuente: IDESPO-UNA Encuesta “Percepción de la población costarricense sobre los medios de comunicación”, Noviembre 2011.

CUADRO N°29

Percepción de la población entrevistada acerca del hogar como lugar donde se ejerce la libertad de expresión, según sexo y con relación al total

Noviembre 2011

n=400

Libertad de expresión en el Hogar	Hombre	Mujer	Total
Si	43,9	48,3	92,2
No	3,5	4,3	7,8
Total	47,4	52,6	100,0

Fuente: IDESPO-UNA Encuesta “Percepción de la población costarricense sobre los medios de comunicación”, Noviembre 2011.

Esta percepción de la ciudadanía sobre las restricciones a la libertad de expresión en los sitios de trabajo constituye una llamada de atención a las libertades individuales, pero también este resultado apunta un gran desafío para la institucionalidad costarricense si se propone garantizar el ejercicio de la libertad de expresión como uno de los valores centrales del sistema democrático³. En términos de investigación, este reclamo por parte de algunos ciudadanos merece darle continuidad para determinar las particularidades de este fenómeno en términos de género, ámbito público y privado, tipo de institución y limitaciones percibidas, entre otras.

³ En este sentido, una buena parte de la ciudadanía considera que la libertad es condición del sistema democrático, así lo señalaron el 47 por ciento de encuesta telefónica y el 58 por ciento de una encuesta personal, según el estudio “Democracia institucional y participación ciudadana (Perspectivas ciudadanas, No. 24, IDESPO, 2005). De acuerdo con éste, las personas entrevistadas entienden la noción de libertad en términos de opinión, conciencia y elección.

Ahora bien, los resultados anteriores sugieren que los espacios públicos (la calle) tienen más posibilidades de expresión sin límites, mientras que el ámbito privado es percibido con más restricciones (el trabajo, las municipalidades), con excepción del hogar; que presenta obvias particularidades con los demás casos.

CUADRO N°30

Percepción de la población entrevistada acerca del trabajo como lugar donde se ejerce la libertad de expresión, según sexo y con relación al total

Noviembre 2011

n=400

Libertad de expresión en el lugar de trabajo	Hombre	Mujer	Total
Si	28,7	28,7	57,4
No	19,0	23,6	42,6
Total	47,7	52,3	100,0

Fuente: IDESPO-UNA Encuesta “Percepción de la población costarricense sobre los medios de comunicación”, Noviembre 2011.



V.

Investigaciones anteriores

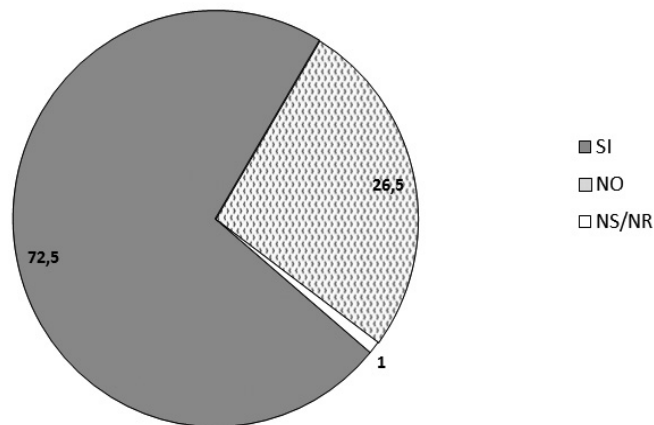


GRÁFICO N°21

Distribución relativa acerca de la percepción de que en los medios de comunicación se ejerce la libertad de expresión

Noviembre, 2011

n=400



Fuente: IDESPO-UNA Encuesta "Percepción de la población costarricense sobre los medios de comunicación", Noviembre 2011.

5.1 Medios: una libertad en cuestionamiento

Los medios de comunicación son percibidos como un espacio donde se ejerce la libertad de expresión: 72,5 por ciento está de acuerdo con esta afirmación, frente a un 26,5 por ciento que lo objeta. Pero al preguntárseles si los periodistas son objeto de censura, el 61,8 por ciento así lo consideró.

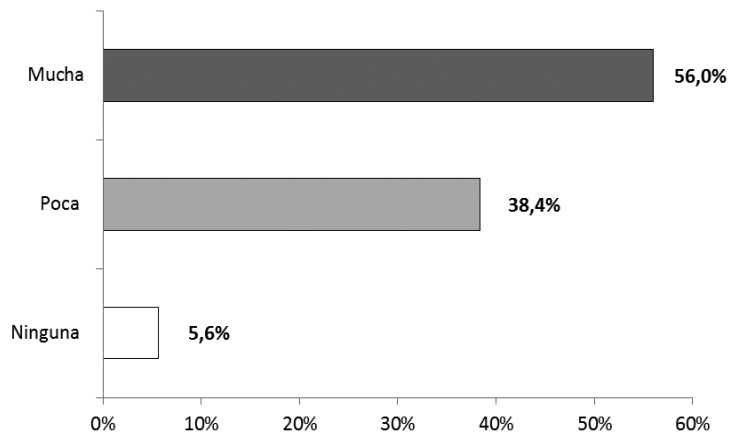
Esta percepción positiva sobre los medios, está en relación con el grado de confianza que las personas tienen en las organizaciones informativas. Si bien en esta encuesta no se incluyó una pregunta directa sobre esta variable, en el 2004 un 56 por ciento de las personas entrevistadas por IDESPPO manifestaron tener mucha confianza en los medios de comunicación.

GRÁFICO N°22

Distribución relativa acerca de la percepción de los (as) costarricenses sobre el grado de confianza en los medios de comunicación

Noviembre, 2004

n=800



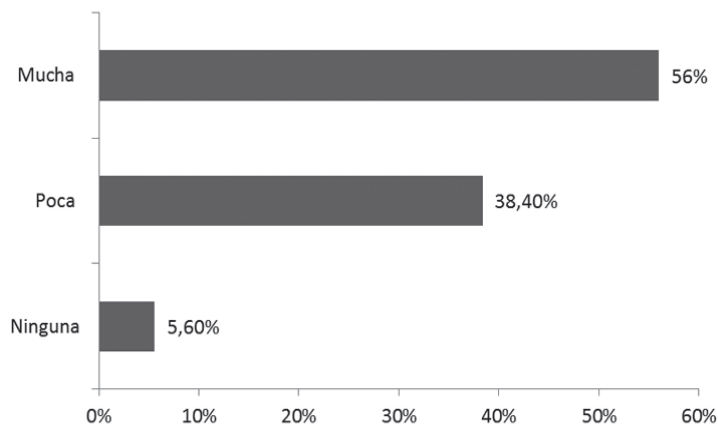
Fuente: IDESPPO-UNA, "Percepciones de la población costarricense sobre la situación del país: democracia y legitimidad institucional" Noviembre, 2004

GRÁFICO N°23

Distribución relativa acerca de la percepción de los (as) costarricenses en relación con el grado de corrupción en los medios de comunicación

Noviembre, 2004

N=800



Fuente: IDESPO-UNA, "Percepciones de la población costarricense sobre la situación del país: democracia y legitimidad institucional" noviembre 2004.

En la encuesta del 2001, se les consultó sobre las razones de estas opiniones, las personas que afirmaron positivamente consideraron que los periodistas son censurados por sus superiores dentro de los medios (14,2%), afecta intereses de los poderosos (13,9%), poco profesionalismo (12,5%) y por temor a represalias (7,7%). Del total consultado, un 31,5 por ciento arguye simplemente que en Costa Rica no existe censura.

Pese a este cuestionamiento, los costarricenses aún parecen percibir a los medios de comunicación como organizaciones relativamente incólumes. Así por ejemplo, en la consulta realizada en el año 2004 sobre el grado de corrupción en éstos, un 61,4 por ciento de las personas entrevistadas opinó que existe poca corrupción en las organizaciones periodísticas.

De igual forma, la ciudadanía está percibiendo ciertos riesgos que atentan contra la libertad de expresión desde amenazas externas como intereses de los poderosos o la posibilidad de sufrir represalias al divulgar información. No obstante, los encuestados no puntualizaron las entidades o actores de donde provienen estas amenazas, a diferencia del debate sobre las restricciones a la libertad de expresión en otros países de la región como Ecuador, Venezuela o Argentina, que apuntan a sus gobiernos como censores de su labor informativa.

5.2 Los medios en relación con otras temáticas

IDESPO ha desarrollado encuestas en diversas temáticas de interés nacional en las cuales ha incluido consultas sobre la función de los medios de comunicación

en relación con el problema en cuestión. Así entonces, el papel de los medios de comunicación, los usos de los medios como fuente de información ha sido contemplada en temas como la inseguridad ciudadana y en debates como la fecundación in vitro y el Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos, entre otros.

5.2.1 Inseguridad ciudadana

El fenómeno de la inseguridad ciudadana ha ocupado la atención de los medios desde la década pasada con alta recurrencia. Los estudios cuantitativos han tratado de medir cuán inseguras se perciben las personas y cuál es la cuota de participación de los medios en esa percepción.

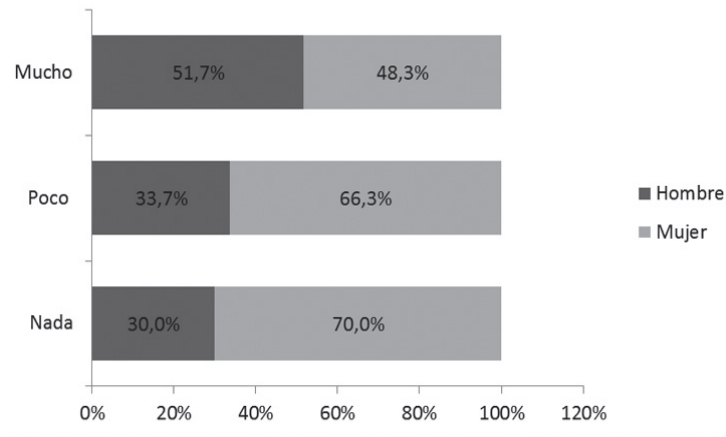
En el 2008, la encuesta “Percepciones de la población costarricense sobre valores y seguridad ciudadana” dio cuenta de la influencia de los medios en la sensación de inseguridad. En esa oportunidad, hombres y mujeres afirmaron que los medios influyen bastante en su sensación de inseguridad: 51,7 por ciento y 48,3 por ciento respectivamente.

GRÁFICO N°24

Distribución relativa sobre la percepción de los costarricenses acerca de la influencia de los medios de comunicación en la sensación de inseguridad, según sexo

Abril, 2008

n=360



Fuente: IDESPO-UNA, Encuesta Percepciones de la población costarricense sobre valores y seguridad ciudadana, abril 2008.

No obstante, los entrevistados también negaron la influencia de éstos, siendo que el 70 por ciento de las mujeres señaló “nada”, frente al 30 por ciento de los hombres. Estos resultados dejan entrever que las opiniones sobre la influencia de los medios no son contundentes, más bien parecen debatirse entre percepciones extremas, que lo consideran en rangos de mucha o nada influencia. Las opiniones evidencian también una opinión muy fragmentada según los rangos de edad, como lo muestra el siguiente gráfico.

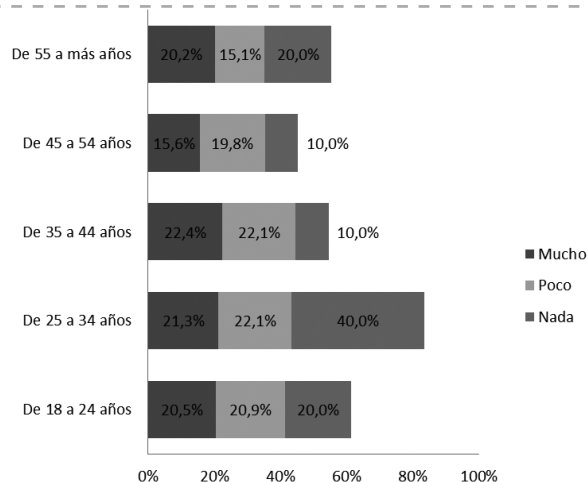
La pregunta directa sobre si los medios fomentan la inseguridad ciudadana arrojó resultados ambivalentes, en tanto las personas se mostraron muy de acuerdo con esta afirmación pero también dijeron estar *en desacuerdo* con esta premisa. A manera de ejemplo: el 71,4 por ciento de los hombres manifestó estar *muy en desacuerdo* con la promoción de los medios a la inseguridad ciudadana, pero al mismo tiempo ellos se pronunciaron *muy de acuerdo* (48,7 por ciento). Situación semejante ocurre con las mujeres, según el gráfico siguiente.

GRÁFICO N°25

Distribución relativa acerca de la percepción de la influencia de los medios de comunicación en la sensación de inseguridad.

Abril, 2008

n=360



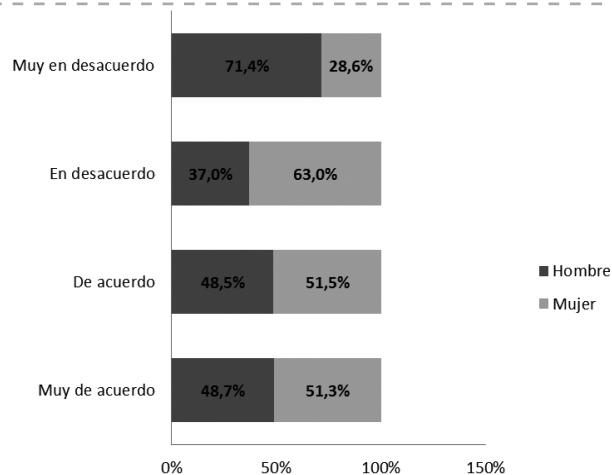
Fuente: IDESPO-UNA, Encuesta Percepciones de la población costarricense sobre valores y seguridad ciudadana, abril 2008.

GRÁFICO N°26

Distribución relativa de acuerdo con el nivel de acuerdo con que los medios de comunicación fomentan la inseguridad ciudadana, según sexo

Abril, 2008

n=360



Fuente: IDESPO-UNA, Encuesta Percepciones de la población costarricense sobre valores y seguridad ciudadana, abril 2008.

En términos de edad, es evidente la dispersión de respuestas sobre el nivel de acuerdo sobre el fomento de los medios a la inseguridad ciudadana. Las diferencias entre los grupos etarios son pequeñas, pero se puede observar que las personas de más edad (de 55 a más) se manifestaron más *en desacuerdo*, mientras que la población de 18 años y más se muestra más escéptica con esta aseveración.

La asociación de jóvenes con la violencia ha sido recurrente en los discursos sobre la violencia en América Latina⁴. Costa Rica no es la excepción, de ahí el interés de los estudios sociales en indagar la percepción sobre esta relación.

IDESPO consultó en el 2008 a la población costarricense si los medios transmiten la idea de los jóvenes como personas violentas. Las opiniones al respecto son diversas, tanto en hombres como en mujeres no presentan diferencias significativas en torno a esta percepción.

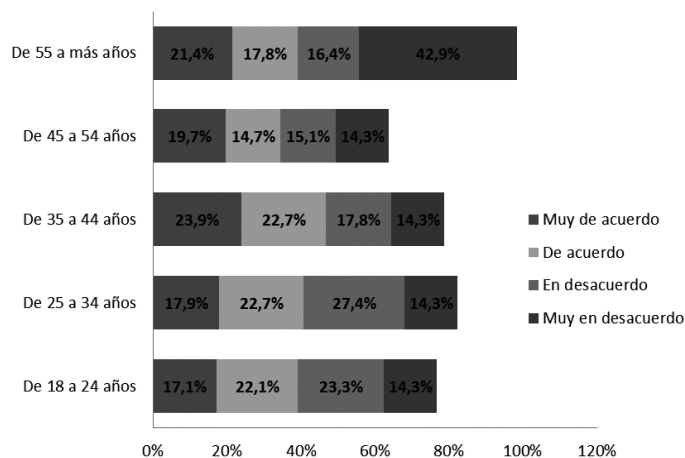
4 Ver Reguillo, Rosanna. (2003). Ciudadanías juveniles en América Latina. Última Década, N°19, CIDPa Viña del Mar, Noviembre, pp.11-30.

GRÁFICO N°27

Distribución relativa acerca del nivel de acuerdo con que los medios de comunicación fomentan la inseguridad ciudadana, según edad

Abril, 2008

n=360



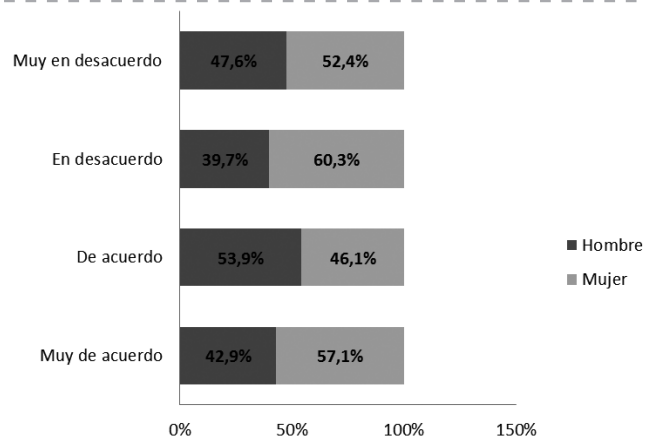
Fuente: IDESPO-UNA, Encuesta Percepciones de la población costarricense sobre valores y seguridad ciudadana, abril 2008.

GRÁFICO N°28

Distribución relativa acerca de la percepción sobre que los medios de comunicación transmiten la idea de que las personas jóvenes son violentas, según sexo

Abril, 2008

n=360



Fuente: IDESPO-UNA, Encuesta Percepciones de la población costarricense sobre valores y seguridad ciudadana, abril 2008.

De igual forma, tampoco se presentan diferencias relevantes según los grupos etáneos. Ni siquiera hay una opinión contundente proveniente de los propios jóvenes de 18 años y más, en torno a la imagen de violencia vinculada a ellos por parte de los medios de comunicación: las opiniones “muy de acuerdo” y “de acuerdo” suman el 33,9 por ciento, mientras que las respuestas relativas a “muy en desacuerdo” y “desacuerdo” representan el 34,9 por ciento.

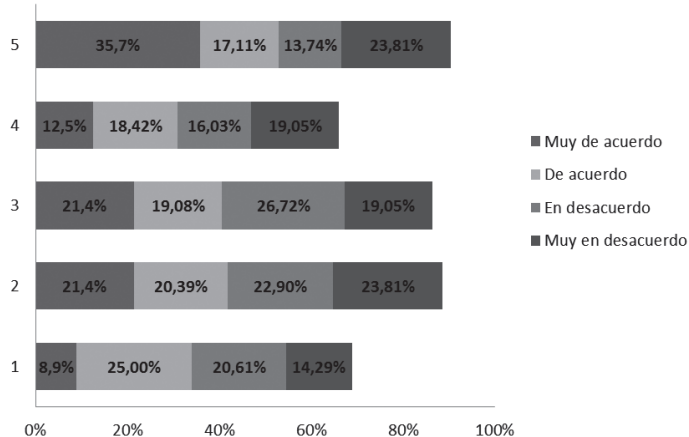
De acuerdo con las consultas a la ciudadanía, la población costarricense no parece tener una percepción clara y definida sobre el papel que cumplen los medios de comunicación en la percepción de la inseguridad ciudadana, y en la promoción del fenómeno como tal.

En tanto, la opinión no resulta contundente en este sentido, no es de extrañar, que las personas no apuesten por las campañas de promoción de convivencia pacífica, como lo ilustra el siguiente gráfico según la edad de las personas entrevistadas. En general, los entrevistados tienen diversas opiniones al respecto, aunque cabe mencionar que en el grupo de 35 a 44 años hay un porcentaje importante (40,3 por ciento) que dijo estar *muy de acuerdo* y en *de acuerdo* con las campañas en esta dirección.

GRÁFICO N°29

Distribución relativa acerca de la percepción sobre que los medios de comunicación transmiten la idea de que las personas jóvenes son violentas, según edad.

Abril, 2008
n=360



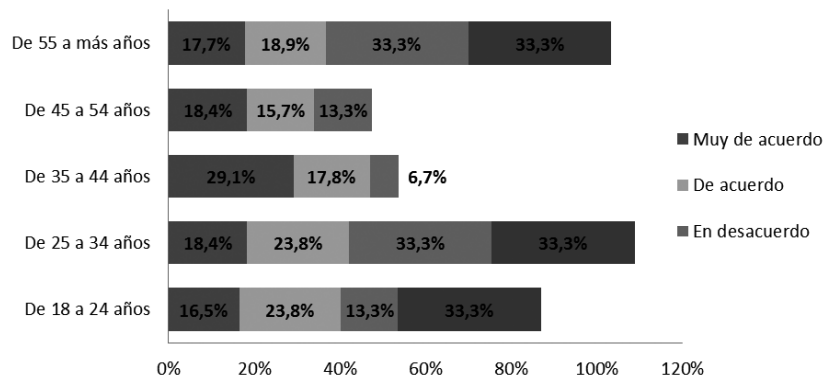
Fuente: IDESPO-UNA, Encuesta Percepciones de la población costarricense sobre valores y seguridad ciudadana, abril 2008.

GRÁFICO N°30

Distribución relativa acerca del nivel de acuerdo con que los medios de comunicación hagan campañas para la convivencia pacífica, según edad

Abril, 2008

N=360



Fuente: IDESPO-UNA, Encuesta Percepciones de la población costarricense sobre valores y seguridad ciudadana, abril 2008.

5.2.2 El Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos y C.A.

El debate sobre el Tratado de Libre Comercio entre Estados Unidos y Centroamérica, sin duda, fue el acontecimiento sociopolítico más relevante de la pasada década. Desde que se iniciaron las consultas en octubre del 2005, el tema ocupó la atención de los diversos sectores que tuvo su punto álgido con la consulta al referéndum efectuada en el 2007.

Los medios tuvieron un papel protagónico en ese proceso, como divulgadores de éste pero también como promotores de opiniones, lo cual resaltó el poder decisorio de las industrias mediáticas en los procesos sociales. A su vez, el proceso del *referéndum* expuso a los propios medios en la mirada pública,

desatándose también una discusión alrededor de la participación de los medios en este proceso.

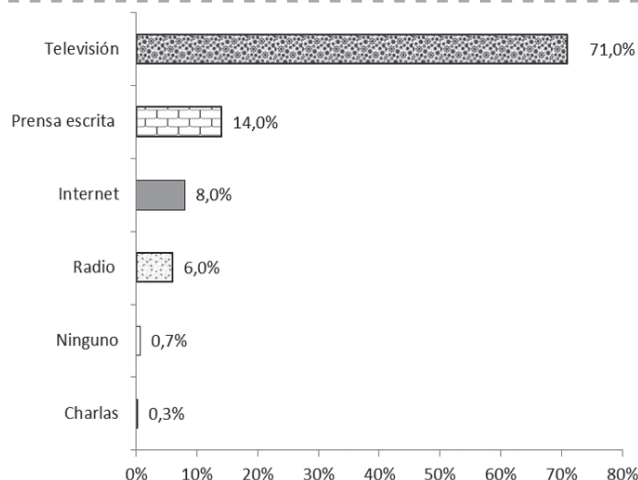
La consulta realizada por IDESPO mostró que los medios de comunicación constituyeron la fuente principal de información sobre el proceso para los ciudadanos. La televisión emergió como el medio preferido para informarse (71 por ciento), seguido de la prensa escrita (14 por ciento), luego Internet (8 por ciento) y la radio (6 por ciento).

A través de qué medio de comunicación principalmente se informó sobre el TLC y el proceso de referéndum?

GRÁFICO N°31

Distribución relativa de los Medios de información sobre el TLC y el proceso de referéndum

Agosto, 2003



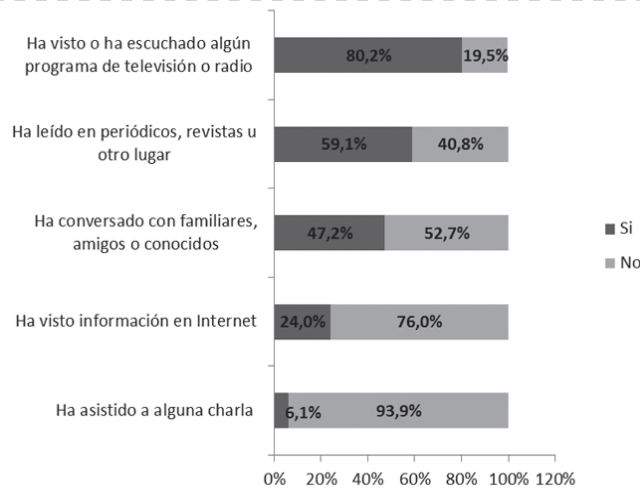
Fuente: IDESPO-UNA, Encuesta “lo que saben los y las costarricenses sobre el TLC-Centroamérica y Estados Unidos”, Agosto, 2003

GRÁFICO N°32

Proporción de fuentes de información sobre la fecundación in vitro

Abril, 2011

n=528



Fuente: Encuesta Percepción de la población costarricense acerca de la fecundación in vitro IDESCO-UNA, abril, 2011.

5.2.3 Fecundación in vitro

El debate ético-científico sobre la fecundación in vitro ha sido una de las discusiones públicas especializadas que tuvo resonancia en la agenda mediática. Los medios cumplen una función preponderante en la difusión de posiciones y argumentos social, político y científico.

Una encuesta realizada en este año muestra que la población costarricense se informó acerca de este tópico principalmente desde los medios de comunicación; en particular, los programas de radio y televisión (80,2 por ciento), y periódicos (59,1 por ciento). En menor medida, lo hicieron mediante la asistencia a charlas (6,1 por ciento) o búsqueda en la red internet (24 por ciento).





VI.

Conclusiones



- Hay un cambio en los hábitos de búsqueda de la información. Destaca la importancia de la televisión y los periódicos. Los tics ya aparecen como una alternativa de peso para la búsqueda de información. El grupo de menor edad tiende a hacer más uso de Internet que cualquier otro y a medida que aumenta la edad disminuye el uso de Internet, siguiendo el mismo orden que la edad.

- La encuesta plantea como novedad la percepción de los costarricenses de que los teléfonos celulares son otro medio de comunicación, ya que pueden recibir y transmitir información, así como ser de utilidad para comunicarse y para la toma de decisiones.

- Para los habitantes de Costa Rica los medios de comunicación son importantes para tomar decisiones y ejecutar acciones. La encuesta plantea

que para un 89,3 por ciento son muy importantes. Esta percepción dimensiona la responsabilidad que tienen las empresas y entidades que administran medios de comunicación, los comunicadores en general y el Estado costarricense para asegurar un sistema de medios que pueda reflejar la realidad nacional y potenciar su importancia para el logro de los objetivos nacionales, así como la promoción de una sociedad cada vez más inclusiva, solidaria y justa.

- A pesar de que la mayoría considera positiva la labor de los medios de comunicación en la sociedad, si es de destacar que para un 13 por ciento estos son nocivos y transmiten solo malas noticias. Un porcentaje pequeño de la población tiene una percepción negativa con respecto al periodista, ya que lo considera amarillista y poco profesional.

- La población ve la labor del periodista como riesgosa, lo ve como un trabajo peligroso. Es necesario insistir en que esos profesionales cuenten con una mayor protección laboral y exista en los medios un buen sistema de seguros e impulsen una capacitación constante para que enfrenten las coberturas peligrosas con la debida protección.

- La radio se plantea como un medio para informarse para todos los grupos de edad por igual, cerca de un 70 por ciento lo utiliza, contrastando con las Tics donde los jóvenes destacan por sobre las personas de mayor edad.

- La influencia de las figuras comunales como los “curas” para la toma de decisiones personales en la población baja considerablemente ante la importancia de la familia y la televisión e Internet. 77,6 por ciento considera que

los medios son muy importantes para la toma de decisiones personales y un 89 por ciento los medios son muy importantes para la toma de decisiones nacionales.

- Se revela una diferencia notable entre “dar a conocer un asunto” y “denunciar una situación”. En el primer caso se acude a los medios, un 31,3 por ciento enviaría cartas y un 44,5 por ciento participaría en programas radiales, pero apenas se mencionan los canales formales de la sociedad, como dirigencia comunal, municipalidades, instituciones públicas o grupos organizados. Pero si se trata de denunciar, la situación cambia por completo. Las personas tienen una buena percepción de cómo enfrentar una problemática local, con la denuncia directa ante los encargados de poner el remedio. En estos casos la prensa no soluciona el problema, aunque lo denuncia y esa denuncia podría contribuir. En el

caso de las redes sociales, aunque tiene los menores porcentajes, es relevante que ya aparezca como un medio de denuncia y es consistente con otras situaciones, como cuando se quiere divulgar un asunto, donde la Internet y las redes sociales tienen un 44,5 por ciento.

- La población considera que hay temas que no están bien atendidos por la prensa nacional: agricultura y ganadería, industria, arte y cultura, economía y finanzas, turismo, seguridad, política y espectáculos. Esto plantea retos para los medios de comunicación y, en especial, a los informativos nacionales: dar a conocer los hechos de sectores fundamentales para el desarrollo nacional y permitirle a los habitantes informarse, integralmente, del acontecer diario del país, así como darle oportunidad a otros sectores para poder fortalecer sus lazos con la sociedad y mostrar su actividad, iniciativas, problemas y esfuerzos.

- La mayoría de las personas entrevistadas cuestionan el ejercicio de una libertad de expresión plena en Costa Rica. Al consultárseles si la libertad de expresión es una realidad, el 63,5 por ciento por ciento consideró que es parcialmente cierto, frente a un 26,3 por ciento5 por ciento que lo estima como totalmente cierto y un 6 por ciento que lo señala como una aseveración falsa. El grupo más joven es el más opuesto a creer que la libertad de expresión sea una realidad, las diferencias con los otros grupos apenas son relevantes y tienden más hacia la coincidencia, de manera que en general, más allá del factor de la edad, la población considera mayoritariamente que la libertad de expresión en el país es una realidad a medias.

- Un 35,8 por ciento considera que los periodistas son censurados por los superiores, la intervención de

“poderosos” y el temor a las represalias. La auto censura apenas es considerada por el 2,1 por ciento de la muestra nada más. La causa de esa censura es por el “poco profesionalismo” para una octava parte de la muestra (12,5%) que implica una acusación directa al periodista mismo de no hacer su labor de forma correcta y permitir la censura. Esta respuesta guarda relación con otras tres: quienes manifiestan que los periodistas “ocultan información” que es la respuesta del 5,6 por ciento; con “falsean hechos”, que tiene el 2,1 por ciento y con “autocensura”, con el 2,1 por ciento.

- El hogar y las universidades son percibidos como los espacios “más libres” para ejercer la libertad de expresión, con el 92,2 y el 85,8 por ciento respectivamente. Seguido de este figuran las escuelas y colegios (75,9%) y la calle (75,8%), las organizaciones sociales y comunales

(74,9%) como uno de los espacios con más posibilidades para expresarse. En contraste, la Asamblea Legislativa es percibida como el espacio más restringido para expresarse libremente. De igual forma, las municipalidades no obtienen una calificación positiva como lugar para expresarse sin restricciones: el 52,9 por ciento niega que ahí la libertad de expresión es una realidad. Es significativo el hecho de que espacio laboral sea cuestionado como un lugar para expresarse libremente por parte de un 42,6 por ciento que opina no es posible, frente a un 57,4 por ciento que considera lo contrario. De acuerdo con esto, una buena parte de la ciudadanía percibe limitaciones para expresarse irrestrictamente en los sitios de trabajo.

