

3° Encuesta sobre libertad de expresión y confianza en medios de comunicación de Costa Rica

Informe de resultados **2025**



UNIVERSIDAD DE
COSTA RICA

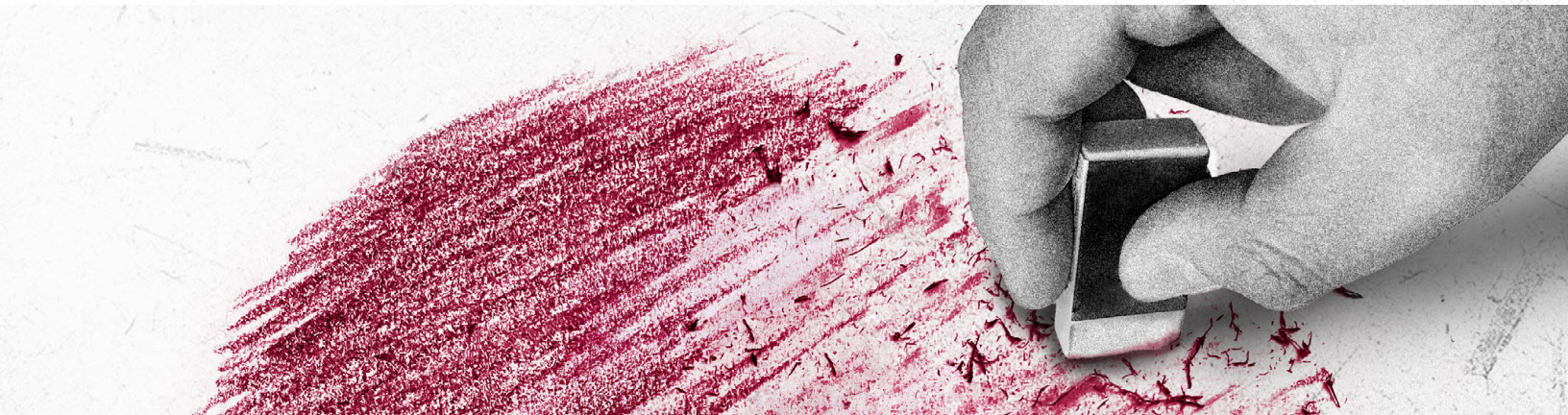


PROLEDI

CICOM

Centro de
Investigación en
Comunicación

Giselle Boza Solano
Óscar Mario Jiménez Alvarado
Johanna Rodríguez López
Suráyabi Ramírez Varas



CC.SIBDI.UCR - CIP/4330

Nombres:	Boza Solano, Giselle, autora. Jiménez Alvarado, Óscar Mario, autor. Rodríguez López, Johanna, autora. Ramírez Varas, Surayabi, autor.
Título:	3° Encuesta sobre libertad de expresión y confianza en medios de comunicación de Costa Rica : informe de resultados 2025 / Giselle Boza Solano, Óscar Mario Jiménez Alvarado, Johanna Rodríguez López, Surayabi Ramírez Varas.
Descripción:	[San José, Costa Rica] : Universidad de Costa Rica, PROLEDI, [2025?].
Identificadores:	ISBN 978-9930-616-12-3 (PDF)
Materias:	LEMB: Medios de comunicación de masas - Opinión pública - Costa Rica. Periodismo - Opinión pública - Costa Rica. Confianza - Costa Rica. Encuestas sociales - Costa Rica. ARMARC: Libertad de expresión - Opinión pública - Costa Rica.
Clasificación:	CDD 302.230.972.86--ed. 23

CONTENIDOS

PRESENTACIÓN	4
1. PRINCIPALES HALLAZGOS	5
2. METODOLOGÍA	10
3. PERCEPCIONES SOBRE LA LIBERTAD DE EXPRESIÓN	13
Condiciones para ejercer la libertad de expresión	14
Percepción de medios, gobierno y libertad de expresión	17
Acceso a la información pública y pauta estatal	20
4. CONFIANZA EN MEDIOS Y ACTORES SOCIALES	22
Confianza general en medios y periodistas	23
Confianza en actores cuando informan de temas nacionales	27
5. CONSUMO Y CONTENIDOS	29
Consumo de noticias y medios	30
Suscripción a noticias	34
6. INTERÉS Y EVASIÓN DE NOTICIAS	36
Interés en las noticias	37
Evasión de noticias	39
7. INTELIGENCIA ARTIFICIAL Y NOTICIAS	41
8. PERCEPCIONES SOBRE DESINFORMACIÓN	44
9. ANÁLISIS MULTIFACTORIAL DE CONSUMO, EVASIÓN Y CONFIANZA EN MEDIOS	47
CRÉDITOS	52

PRESENTACIÓN

El Programa de Libertad de Expresión y Derecho a la Información (PROLEDI) y el Centro de Investigación en Comunicación (CICOM) en alianza con el Centro de Investigación y Estudios Políticos (CIEP) de la Universidad de Costa Rica presentamos la III Encuesta Nacional sobre Libertad de Expresión y Confianza en Medios de Comunicación. Se trata de un aporte de la academia a la investigación y al debate público acerca del ejercicio de los derechos fundamentales a la expresión y prensa en el país.

En un contexto de creciente polarización y desconfianza en la institucionalidad democrática, es de interés examinar cómo el público, en general, percibe las condiciones político-sociales para expresar ideas y opiniones, la confianza hacia los medios de comunicación y otros actores sociales, así como las actitudes hacia el consumo de contenidos noticiosos y la desinformación.

¿Por qué es importante medir la percepción ciudadana sobre el ejercicio del derecho a la libertad de expresión? En primer término para identificar barreras u obstáculos, sensibilizar a autoridades públicas acerca de sus obligaciones como garantes, propiciar el diálogo y el debate sobre las condiciones de su ejercicio y fortalecer dinámicas democráticas. En un entorno caracterizado por altos niveles de violencia digital, es preciso identificar tendencias hacia la autocensura, la amplificación de la desinformación o la disminución de la confianza en los medios de comunicación como factores contraproducentes para la deliberación pública. Partimos de que una ciudadanía bien informada y con amplias posibilidades de participación del diálogo social es esencial para la democracia. Comprender, además, las percepciones ciudadanas sobre el ejercicio de sus derechos humanos permite promover un entorno más favorable desde la política pública o, eventualmente, desde la función normativa del Estado.

La libertad de expresión constituye uno de los pilares fundamentales de toda sociedad democrática. A través de ella, las personas ejercen su derecho a pensar, opinar y participar activamente en los asuntos públicos, contribuyendo así al fortalecimiento de la vida cívica y al

control ciudadano sobre el poder. En este sentido, la vigencia real de este derecho es un indicador esencial del estado de la democracia y de la calidad del debate público.

Este estudio busca ofrecer evidencia empírica actualizada que permita comprender las dinámicas, retos y transformaciones en la relación entre ciudadanía, medios e instituciones, en un contexto mediático y tecnológico cada vez más complejo. El informe que aquí se presenta resume los principales hallazgos de esta tercera edición, la cual se enmarca en el compromiso institucional por promover una cultura democrática basada en el respeto, la pluralidad y el acceso a información veraz. Conocer las percepciones y experiencias de la población en torno a estos temas es fundamental para orientar políticas públicas, fortalecer la labor periodística y garantizar un entorno donde todas las voces puedan expresarse libremente y sin temor.

La libertad de expresión no es únicamente un derecho individual, sino un bien colectivo que posibilita el intercambio de ideas, la deliberación informada y la construcción de consensos. Su promoción y defensa continua son indispensables para consolidar una democracia participativa y transparente, donde la confianza en los medios y en las instituciones se traduzca en una ciudadanía más crítica y comprometida.

Este estudio de opinión pública 2025 se ocupa de analizar nuevamente las percepciones ciudadanas sobre la libertad de expresión, la confianza en medios y otros actores sociales, el consumo de noticias y medios de comunicación, el interés y la evasión de noticias, la IA y los contenidos noticiosos y algunas percepciones sobre desinformación.

Los resultados permiten identificar tendencias, desafíos y oportunidades para fortalecer un entorno comunicativo basado en el respeto a la pluralidad, la transparencia y la integridad de la información sobre asuntos de relevancia pública. Esperamos que sea un insumo valioso para profundizar en la investigación y en el debate público y académico.

Giselle Boza Solano

Coordinadora

1.

PRINCIPALES HALLAZGOS

PRINCIPALES HALLAZGOS

1



La ciudadanía percibe un deterioro sostenido de la libertad de expresión

Por tercer año consecutivo, aumenta la proporción de personas que indican que la libertad de expresión está en peligro. En esta ocasión, 7 de cada 10 consideran que este derecho se encuentra amenazado, lo que representa un incremento de casi 9% con respecto al año anterior. Paralelamente, también crecen las percepciones de censura y autocensura entre la población consultada, así como la creencia de que ejercer el periodismo es peligroso. Con ello, se evidencia un proceso de erosión sostenida en la valoración ciudadana sobre el ejercicio efectivo de este derecho en el país (Figuras 1, 2, 3 y 8).

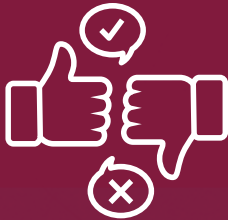
2



La ciudadanía diferencia al gobierno del presidente en materia de libertad de expresión

Los datos revelan un contraste claro: aunque aumenta por tercer año consecutivo la proporción de personas que perciben que el gobierno respeta la libertad de expresión, más de la mitad de la población continúa considerando que el presidente Rodrigo Chaves Robles irrespeta el trabajo de periodistas y medios de comunicación. La ciudadanía parece distinguir entre la institucionalidad del gobierno y la conducta del mandatario en cuanto a su acercamiento a estos derechos (Figuras 4 y 5).

3



La gente mantiene una posición crítica hacia los medios y sus propietarios

Aunque la mayoría considera que el presidente Chaves ha sido irrespetuoso con el trabajo periodístico y rechaza el uso de la pauta estatal como un mecanismo de castigo en contra de líneas editoriales críticas, 7 de cada 10 personas creen que los medios solo responden a los intereses de sus dueños. La misma cantidad de personas considera que las críticas hacia estas empresas son justificadas (Figuras 6, 7 y 10).

4



La confianza en el trabajo periodístico muestra señales de recuperación

Por tercer año consecutivo, aumenta la proporción de personas que confían en los medios, alcanzando un 42,4%. Aunque la mayoría de la población mantiene una postura de escepticismo, el dato evidencia una tendencia positiva. En cuanto al ejercicio profesional, un 69,9% de las personas afirma confiar en el trabajo que realizan las y los periodistas. Un aspecto relevante es que la desconfianza total hacia el oficio es mínima, y que la ciudadanía tiende a realizar evaluaciones diferenciadas: reconoce que existen medios y periodistas más confiables que otros, lo que refleja una valoración matizada y crítica del sector (Figuras 11, 12, 13, 14 y 15).

5



La confianza en quienes informan sobre el país mejora, pero sigue siendo desigual

Las universidades públicas se mantienen como el actor más confiable, muy por encima del resto. Les siguen los noticieros de TV y las personas cercanas, que también ganan credibilidad. El presidente de la República muestra un repunte notable, aunque aún se mantiene en un nivel intermedio de confianza. En contraste, las diputaciones y los influencers siguen rezagados y son los únicos que pierden confianza este año, reflejando un escepticismo persistente hacia los actores políticos y de redes sociales (Figura 16).

6



Por primera vez en la encuesta, las redes sociales superan a la televisión como fuente frecuente para informarse sobre el país

El 72% de las personas dice usarlas con frecuencia frente al 53% que sigue los noticieros, marcando un cambio en los hábitos informativos que se venían registrando en las encuestas pasadas. Aun así, la televisión conserva un peso simbólico: sigue siendo el medio preferido para informarse, lo que muestra que, más que un reemplazo, se mantiene la convivencia entre lo digital y lo tradicional en la forma en que Costa Rica se informa.

7



Decae la evasión de noticias

La evasión deliberada de noticias disminuye de forma significativa: sólo el 39% admite evitar contenidos informativos, 13 puntos menos que en 2024. Al mismo tiempo, crece el grupo de personas que afirma informarse con la misma frecuencia que antes, y se mantiene estable la cantidad que indica consumir más noticias que el año pasado. Estos datos sugieren una leve recuperación del interés informativo y una menor fatiga ante la sobrecarga noticiosa, un dato positivo para el debate público y democrático (Figuras 23, 25 y 26).

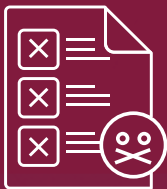
8



La percepción sobre la gestión del presidente Rodrigo Chaves está asociada con distintos niveles de confianza en los medios de comunicación y en los periodistas

Al comparar a una persona que califica la gestión presidencial como “muy mala” con otra que la evalúa como “muy buena”, esta última resulta 13 puntos porcentuales más propensa a manifestar desconfianza hacia los medios de comunicación y 10 puntos porcentuales más propensa a desconfiar de los periodistas. Estas diferencias se mantienen incluso al considerar el efecto del nivel educativo, la edad, la provincia de residencia, el género y el ingreso relativo (Figuras 17, 18, 19 y 20).

9



Quienes evalúan negativamente la gestión del presidente Chaves tienen una mayor probabilidad de autocensurarse que quienes la valoran positivamente

Ante la afirmación “He dejado de expresar mis opiniones en redes sociales por miedo a posibles consecuencias en el trabajo o en la vida cotidiana”, las personas que califican la gestión del presidente como muy buena presentan una probabilidad 23 puntos porcentuales mayor de estar en desacuerdo con dicho enunciado, en comparación con quienes la consideran muy mala. Estas cifras permanecen estadísticamente significativas tras considerar edad, nivel educativo, ingreso relativo, provincia, y género.

2.

METODOLOGÍA

METODOLOGÍA

La encuesta se aplicó a personas mayores de 18 años que cuentan con una línea de teléfono celular. A partir del marco muestral del Plan Nacional de Numeración de la Superintendencia de Telecomunicaciones (SUTEL) se realizó un muestreo aleatorio. El equipo del Centro de Investigación y Estudios Políticos (CIEP) completó 1001 entrevistas telefónicas a personas mayores de 18 años los días ubicados entre el 25 y 29 de agosto y el 23 y 26 de septiembre de 2025, en un horario comprendido entre las 9:00 a.m. y las 8:30 p.m. Con las entrevistas y utilizando un nivel de confianza del 95%, se estima un error muestral máximo de ± 3 puntos porcentuales, asumiendo la máxima variabilidad en preguntas dicotómicas. A continuación, se facilita la información general de la encuesta:

Género

	Sin ponderar	Ponderada	Población
Femenino	52%	52%	53%
Masculino	48%	48%	47%
Otros / No binario	0%	0%	-
Total	100%	100%	100%

Fuente: Encuesta de Opinión Pública CIEP-UCR 2025 y datos del Censo Nacional 2022

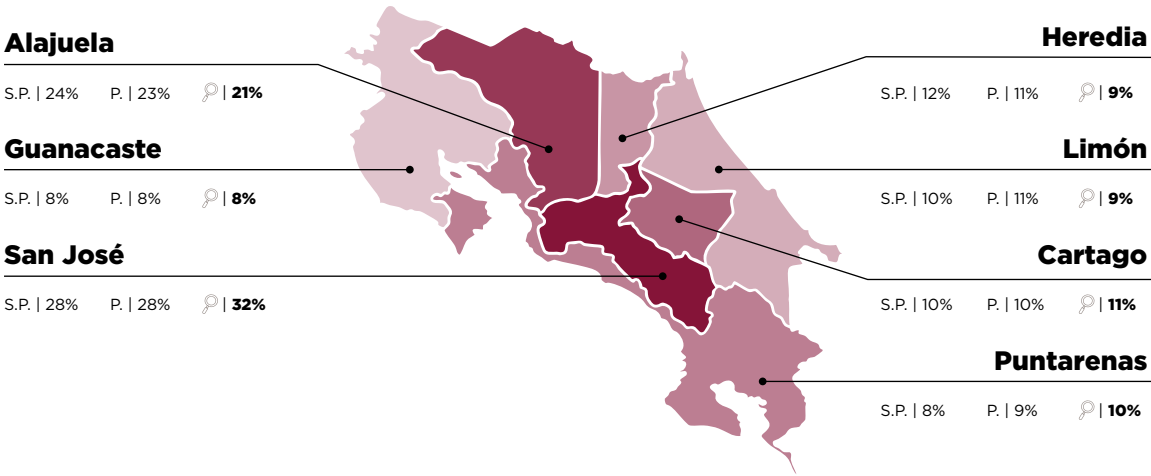
Nivel educativo

	Sin ponderar	Ponderada	Población
 Primaria (completa o incompleta) o menos (sin estudios)	20%	34%	35%
 Secundaria (completa o incompleta)	44%	41%	40%
 Superior (universitaria completa e incompleta) o estudios técnicos superiores	36%	25%	25%
Total	100%	100%	100%

Fuente: Encuesta de Opinión Pública CIEP-UCR 2025 y datos del Censo Nacional 2022

Provincia de residencia

S.P. | Sin ponderar P. | Ponderada  | Población



Fuente: Encuesta de Opinión Pública CIEP-UCR 2025 y datos del Censo Nacional 2022

3.

PERCEPCIONES SOBRE LA LIBERTAD DE EXPRESIÓN

PERCEPCIONES SOBRE LA LIBERTAD DE EXPRESIÓN

Condiciones para ejercer la libertad de expresión

El estudio confirma una percepción ciudadana negativa sobre las condiciones para ejercer la libertad de expresión, un fenómeno ya identificado en las mediciones realizadas en 2023 y 2024. Los datos muestran que 7 de cada 10 personas consideran que existen amenazas para el ejercicio de este derecho. Además, evidencian un incremento en las percepciones de censura y autocensura dentro del ecosistema comunicativo nacional.

El detalle de los resultados indica que, a lo largo de los últimos tres años, ha aumentado de forma constante la proporción de personas que se declaran “de acuerdo” o “muy de acuerdo” con la afirmación de que la libertad de expresión en Costa Rica está en peligro. En 2025, el 73,4% de la población comparte esta percepción, la cifra más alta registrada desde que se realiza esta consulta dentro de la medición (Figura 1). De manera paralela, el porcentaje de desacuerdo en torno a esta frase se ha reducido de forma sistemática desde 2023, alcanzando este año apenas un 22,9%.

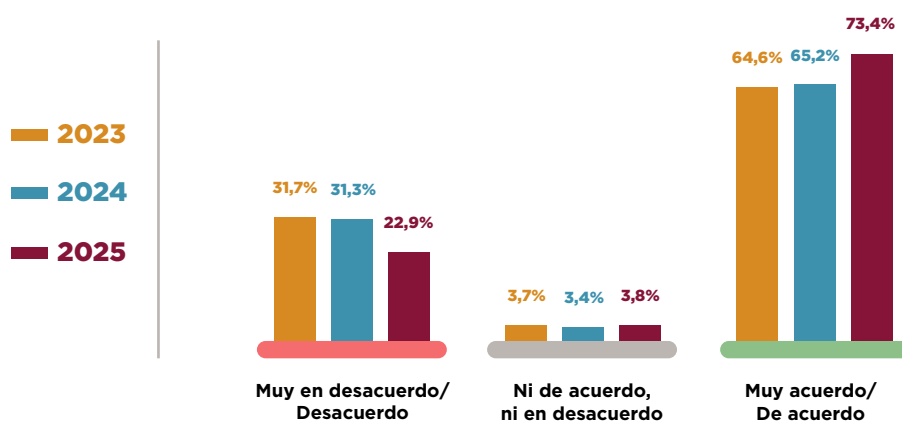
Al analizar los datos por género, se observa una diferencia estadísticamente significativa: el 78,7% de las mujeres considera que la libertad de expresión está en peligro, frente al 67,4% de los hombres. Esta brecha de diez puntos sugiere que las mujeres perciben en mayor medida un deterioro en las condiciones para ejercer este derecho fundamental.

El incremento de casi nueve puntos porcentuales en la preocupación ciudadana constituye una señal de alerta sobre el estado de la libertad de expresión y el clima democrático del país. Además, evidencian un proceso erosivo de la percepción de la ciudadanía en torno al ejercicio de este derecho en Costa Rica.

Figura 1

Niveles de acuerdo con la frase:

“La libertad de expresión en Costa Rica está en peligro”



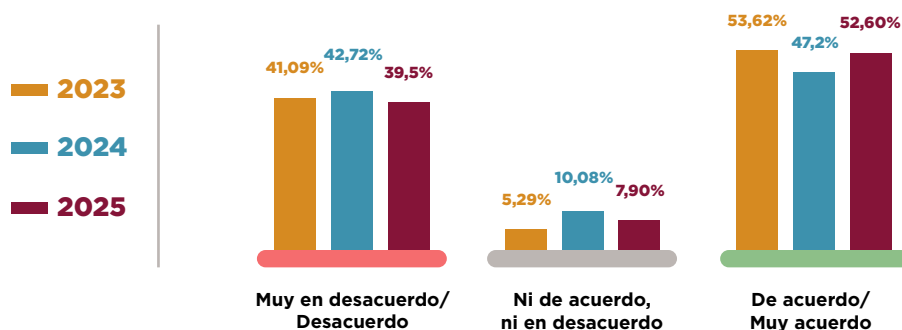
De igual forma, la percepción de censura y autocensura aumentan con respecto al año pasado. El 52,6% de las personas consultadas respondió que está “de acuerdo” o “muy de acuerdo” con la afirmación de que en el país hay censura o limitaciones para que las personas se expresen libremente (Figura 2). Se trata de un aumento de 5,4% con respecto al año pasado. En 2023, el 53,62% de las personas mostraron su acuerdo con la afirmación.

Aunque las diferencias entre mujeres y hombres no alcanzan significación estadística, los datos muestran una ligera mayor preocupación entre las mujeres (53,9%) frente a los hombres (50,8%).

Figura 2

Niveles de acuerdo con la frase:

“En Costa Rica, hay censura o limitaciones para que las personas se expresen libremente”

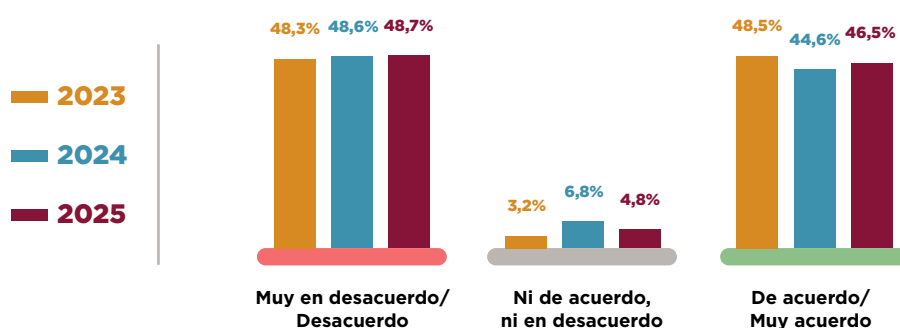


En cuanto a la percepción de autocensura, los resultados muestran que persiste una distribución polarizada con respecto al tema: casi la mitad de la población se siente libre para expresarse, mientras que la otra mitad admite haberse autocensurado (Figura 3).

Figura 3

Niveles de acuerdo con la frase:

“He dejado de expresar mis opiniones en redes sociales por miedo a las consecuencias”



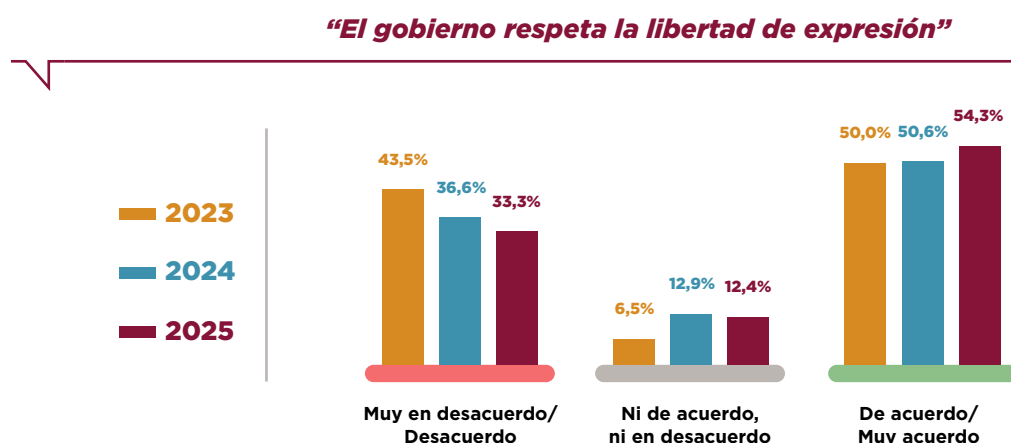
Además, existe un aumento en los niveles de acuerdo con la frase que evidencia que debe continuar siendo motivo de preocupación, particularmente en el contexto de aumento de los discursos de odio en línea que han detectado otros informes.¹

¹ Naciones Unidas en Costa Rica. 2025. Informe sobre Discursos de Odio y Discriminación 2025. En: <https://costarica.un.org/es/299679-informe-sobre-discursos-de-odio-y-discriminaci%C3%B3n-2025>

Percepción de medios, gobierno y libertad de expresión

Por tercer año consecutivo, el informe indaga sobre la percepción de las personas sobre el gobierno y los medios en cuanto a la libertad de expresión. A lo largo de este periodo, se observa un aumento progresivo en la proporción de personas que consideran que el gobierno respeta la libertad de expresión, pasando de un 50,0% en 2023 a un 54,3% en 2025. Este crecimiento contrasta con la disminución del desacuerdo, que se ha ido reduciendo progresivamente del 43,5% al 33,3% en el mismo lapso.

Figura 4 Niveles de acuerdo con la frase:



Por otro lado, más de la mitad de la población, el 53,5% está de “acuerdo” o “muy de acuerdo” con la afirmación de que el mandatario ha irrespetado el trabajo de periodistas y medios de comunicación (Figura 5). Los resultados parecen sugerir que la ciudadanía distingue entre el gobierno como institución y la figura del presidente.

Esta diferencia apunta a que buena parte de la población no identifica la conducta personal del presidente con la actuación institucional del gobierno, o bien, que percibe la libertad de expresión como un derecho que se mantiene protegido por las instituciones democráticas, a pesar de los conflictos o ataques verbales del mandatario hacia periodistas, ampliamente documentados por instancias como el PROLEDI, Reporteros sin Fronteras, el Colegio de Periodistas de Costa Rica, entre otros.

Figura 5 Niveles de acuerdo con la frase:



La actitud crítica hacia la figura presidencial también se refleja en las percepciones sobre los medios de comunicación y su papel frente a la libertad de expresión. Este año se consultó nuevamente si las personas consideran que los medios de Costa Rica responden únicamente a los intereses de sus dueños, y los resultados muestran una alta y sostenida desconfianza hacia la independencia mediática.

Este 2025, el 73,5% de las personas indicó estar de “acuerdo” o “muy de acuerdo” con esa afirmación, prácticamente el mismo nivel que en 2023 cuando se realizó por primera vez la consulta (Figura 6). No obstante, se observa una leve disminución del desacuerdo y un aumento de quienes se mantienen neutrales. Estos datos sugieren que, por el momento, la idea de que los medios actúan movidos por intereses económicos o políticos se encuentra consolidada. Esta posición de cuestionamiento se reafirma con el hecho de que 7 de cada 10 personas se muestran de “acuerdo” o “muy de acuerdo” con la afirmación de que las críticas que se le hacen a los medios de comunicación son válidas (Figura 7).

Figura 6

Niveles de acuerdo con la frase:

“Los medios de comunicación de Costa Rica solamente responden a los intereses de sus dueños”

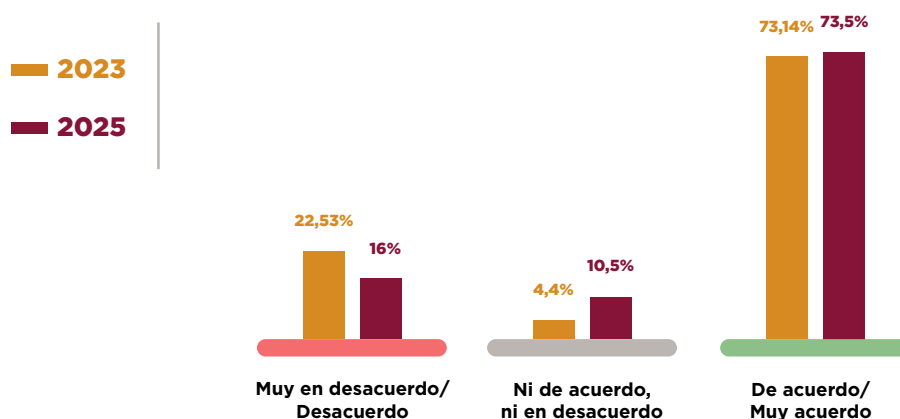
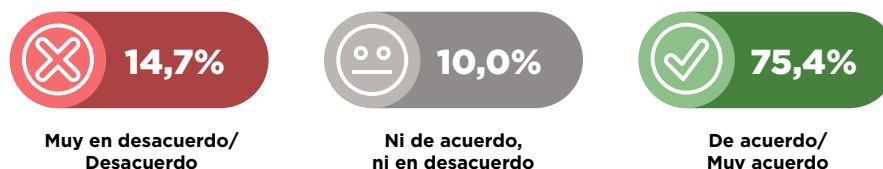


Figura 7

Niveles de acuerdo con la frase:

“Las críticas que se le hacen a los medios de comunicación son válidas”

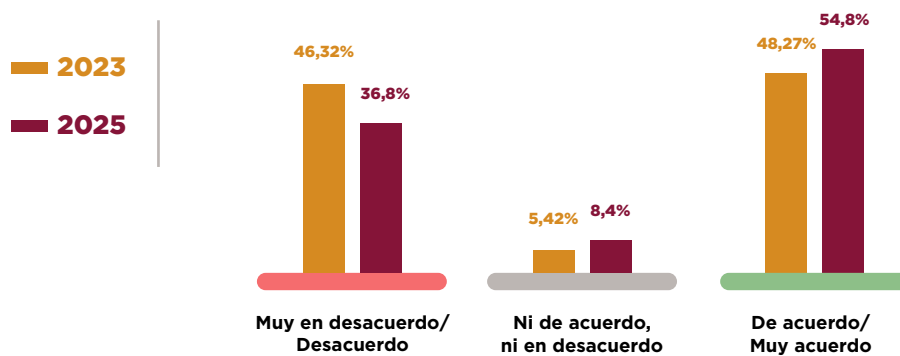


Esta desconfianza con respecto a los medios se acompaña de una percepción mayoritaria de que ejercer el periodismo es peligroso en el país (Figura 8). El 54,8% estuvo de “acuerdo” o “muy de acuerdo” con una afirmación de ese tipo, un aumento de 6,53% con respecto a 2023, último año en que se consultó esta misma frase.

Figura 8

Niveles de acuerdo con la frase:

“En Costa Rica, trabajar como periodista es peligroso”



Acceso a la información pública y pauta estatal

La Relatoría Especial para la Libertad de Expresión (RELE) de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos (CIDH) plantea que el derecho de acceso a la información es una herramienta crítica para la participación democrática, el control del funcionamiento del Estado, la gestión pública, y el control de la corrupción².

Por tanto, en un sistema democrático todas las personas tienen derecho a pedir y recibir información que les permita participar en los asuntos políticos y monitorear los actos del Estado para asegurar que la gestión pública sea más transparente y responsable, y así lograr que sus acciones respondan a las necesidades de la población³. En nuestro país, este derecho está claramente garantizado en la Ley Marco de Acceso a la Información Pública, aprobada en 2024⁴.

Dado que este tema está estrechamente vinculado con los objetivos del estudio, este año se incorporó una pregunta específica al respecto. En concreto, se consultó a las personas encuestadas si, durante el último año, habían tenido dificultades para acceder a documentos o información pública en instituciones o ministerios. Los resultados muestran que el 85,4% indicó no haber tenido inconvenientes de acceso, frente a un 14,6% que sí reportó haber enfrentado problemas (Figura 9).

Figura 9

Personas que han tenido problemas para acceder a documentos o información pública en instituciones o ministerios este año



² Comisión Interamericana de Derechos Humanos (2009). El derecho de acceso a la información: Lineamientos de la Relatoría Especial para la Libertad de Expresión. En: https://www.oas.org/dil/esp/acceso_a_la_informacion_lineamientos_cidh.pdf

³ Organización de los Estados Americanos (OEA). (2013). Cortos P8. En: <https://www.oas.org/es/sap/dgpe/concursoinformate/docs/cortosp8.pdf>

⁴ Asamblea Legislativa de la República de Costa Rica. Ley Marco de Acceso a la Información Pública. Decreto Legislativo N° 10554. San José: Asamblea Legislativa, 8 de octubre de 2024. En: https://www.archivonacional.go.cr/web/normativa/ley_10554.pdf

Otro tema de interés coyuntural para esta edición se relaciona con la percepción de las personas con respecto al pago de pauta estatal a los medios de comunicación. Según la Relatoría para la Libertad de Expresión (RELE), la publicidad estatal pagada debe ser utilizada por los gobiernos para informar a la opinión pública sobre asuntos importantes o incidir en el comportamiento social de las personas, las empresas y de la sociedad en general⁵. Por tanto, no debe verse como una forma de premiar o castigar a los medios de comunicación por su línea editorial, sino como un elemento esencial en la relación entre las instituciones y la sociedad.

Durante toda la administración Chaves Robles este tema ha sido motivo de debate, en el tanto diversos sectores políticos han señalado que estos recursos públicos han sido utilizados como una forma de castigo en contra de medios críticos con el gobierno. El asunto también ha sido motivo de una investigación parlamentaria. También, recientemente la Sala Constitucional sentenció que varias instituciones públicas violaron indirectamente la libertad de expresión al retirar la pauta que mantenían en el programa El Chinamo de la empresa Teletica, tras la emisión de una serie de videos satíricos en contra del gobierno y el mandatario.

Por esta relevancia es que este año se decidió consultar sobre el tema. Concretamente, se le consultó a las personas si estaban de acuerdo en el uso de este tipo de pauta para premiar o castigar a los medios por sus posiciones editoriales. Una amplia mayoría del 74,8% no está de acuerdo con dicha práctica, frente a un 25,2% que sí apoya la medida (Figura 10).

Figura 10

¿Está de acuerdo con el uso de la pauta estatal para premiar o castigar a los medios por sus posiciones editoriales?



⁵ Comisión Interamericana de Derechos Humanos (2012). Principios sobre regulación de la publicidad oficial. Washington, D.C.: Organización de los Estados Americanos (OEA).
En: <https://www.oas.org/es/cidh/expresion/docs/publicaciones/publicidad%20oficial%202012%20o5%2007.pdf>

4.

CONFIANZA EN MEDIOS Y ACTORES SOCIALES

CONFIANZA EN MEDIOS Y ACTORES SOCIALES

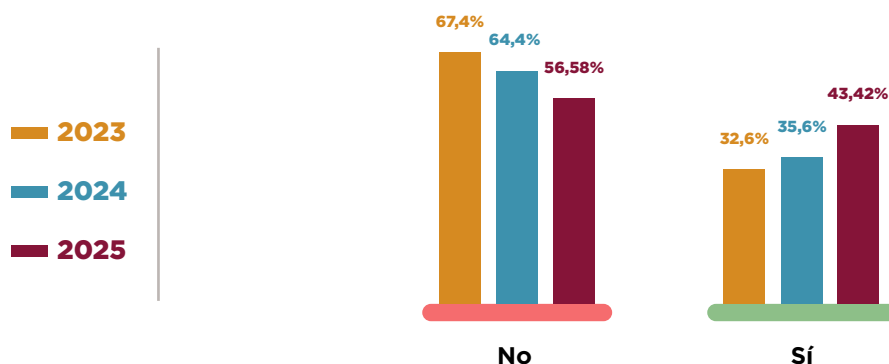
Confianza general en medios y periodistas

Los resultados de esta edición muestran una recuperación parcial de la confianza en los medios y en los actores sociales que difunden información sobre temas nacionales. Aunque la desconfianza sigue siendo significativa, el cambio apunta a una revalorización gradual de todos los actores sociales costarricenses vinculados con la información.

Por tercer año consecutivo, aumenta la confianza en los medios de comunicación. En esta ocasión se coloca en el 43,42% de las personas (Figura 11). Aunque todavía son mayoría quienes dicen no confiar en ellos, este grupo se ha reducido en casi 10% desde el año 2023. A pesar de la mejora, sigue existiendo una mayoría escéptica, lo que indica que la confianza no se ha recuperado por completo y que persisten dudas sobre su imparcialidad e independencia.

Figura 11

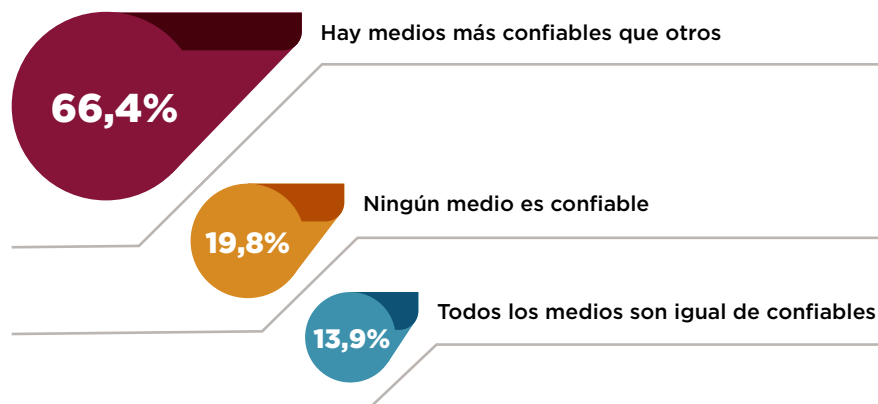
En general, ¿confía en los medios de comunicación?



Otro aspecto relevante es que un 66,4% de las personas entrevistadas considera que hay medios más confiables que otros, lo que refleja que la ciudadanía no percibe el ecosistema mediático como homogéneo (Figura 12). Solo un 13,9% cree que todos los medios son igual de confiables, mientras que casi una quinta parte, el 19,8% sostiene que ninguno es confiable. Estos resultados indican una visión crítica y selectiva del consumo informativo donde la confianza no se deposita en la figura de los medios como un bloque, sino que se otorga de forma diferenciada. La existencia de casi un 20% que no confía en ninguno también sugiere niveles relevantes de desafección hacia el sistema mediático que merece atención.

Figura 12

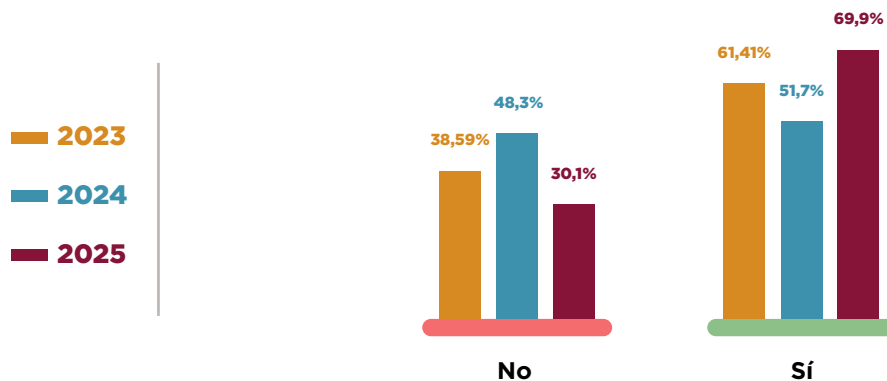
Niveles diferenciados de confiabilidad en los medios de comunicación



De igual forma, la confianza en el trabajo de quienes ejercen el periodismo aumenta significativamente: pasó de 51,7% en 2024 a 70% en 2025, un crecimiento del 18%. Este incremento sugiere una revaloración del rol de las personas periodistas, incluso en un contexto donde la percepción sobre los medios sigue siendo crítica.

Figura 13

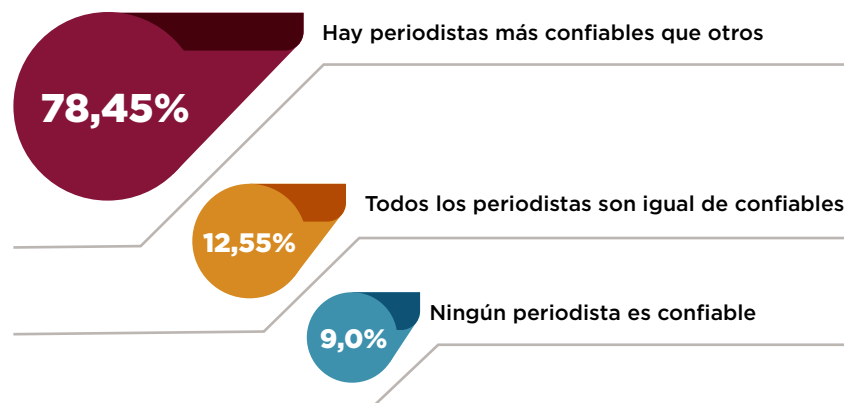
En general, ¿Confía en el trabajo de quienes ejercen el periodismo?



Un hecho relevante es que solo el 9% de las personas indica que no confía en ningún periodista, lo que evidencia que la desconfianza total hacia el oficio es mínima. Por el contrario, el 78,45% reconoce que hay personas dedicadas a este oficio más confiables que otras, mostrando con ello una evaluación matizada del trabajo periodístico (Figura 14). Esto es vital porque evidencia que la ciudadanía no percibe el periodismo como un bloque uniforme, y más bien distingue entre medios, reconoce méritos individuales y mantiene capacidad crítica para discriminar entre prácticas y fuentes informativas.

Figura 14

Niveles diferenciados de confiabilidad en periodistas

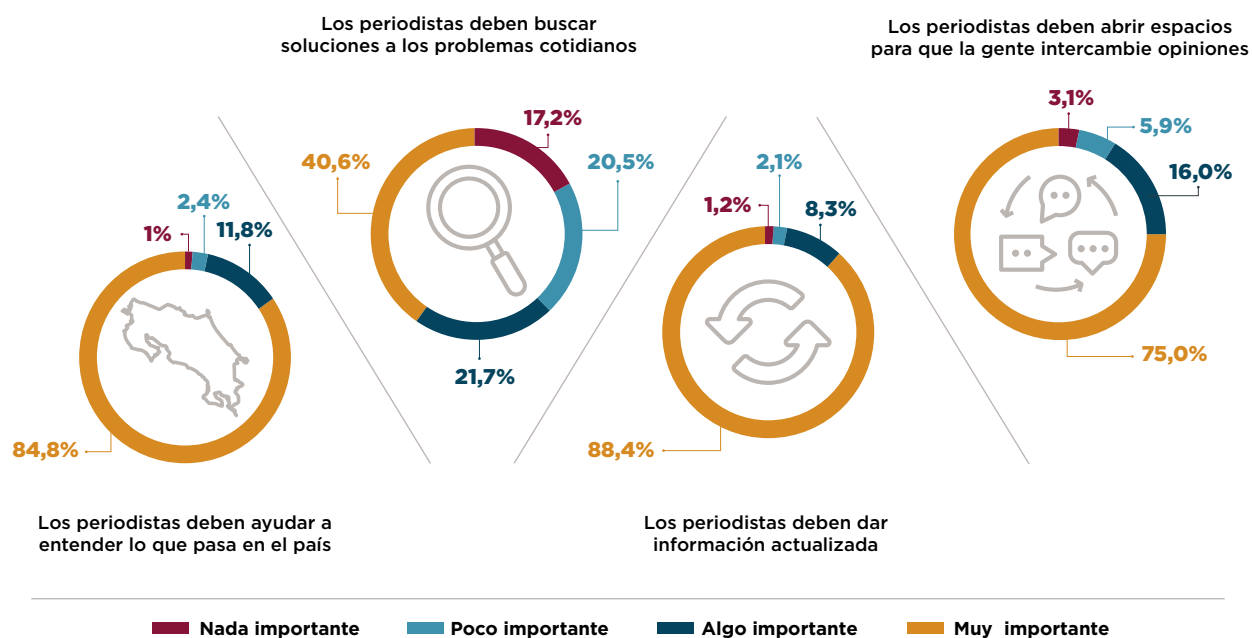


Finalmente, este año se indagó en las expectativas ciudadanas sobre el trabajo periodístico, con el propósito de identificar posibles rutas para fortalecer la confianza en el oficio. Por ello, se sometieron a consulta una serie de frases vinculadas al ejercicio periodístico con el fin de que las personas consultadas pudieran indicar el nivel de importancia que les adjudicaban a cada una de ellas.

En este tema, la mayoría señala que lo más importante del periodismo es que ayude a entender lo que pasa en el país y lo haga con información actualizada y verificada. En un segundo plano aparece la expectativa de que el periodismo habilite espacios de intercambio de opiniones. Finalmente, cerca del 40% considera relevante que las y los periodistas contribuyan a la búsqueda de soluciones para los problemas cotidianos (Figura 15).

Figura 15

En lo que se deben enfocar los periodistas según las personas



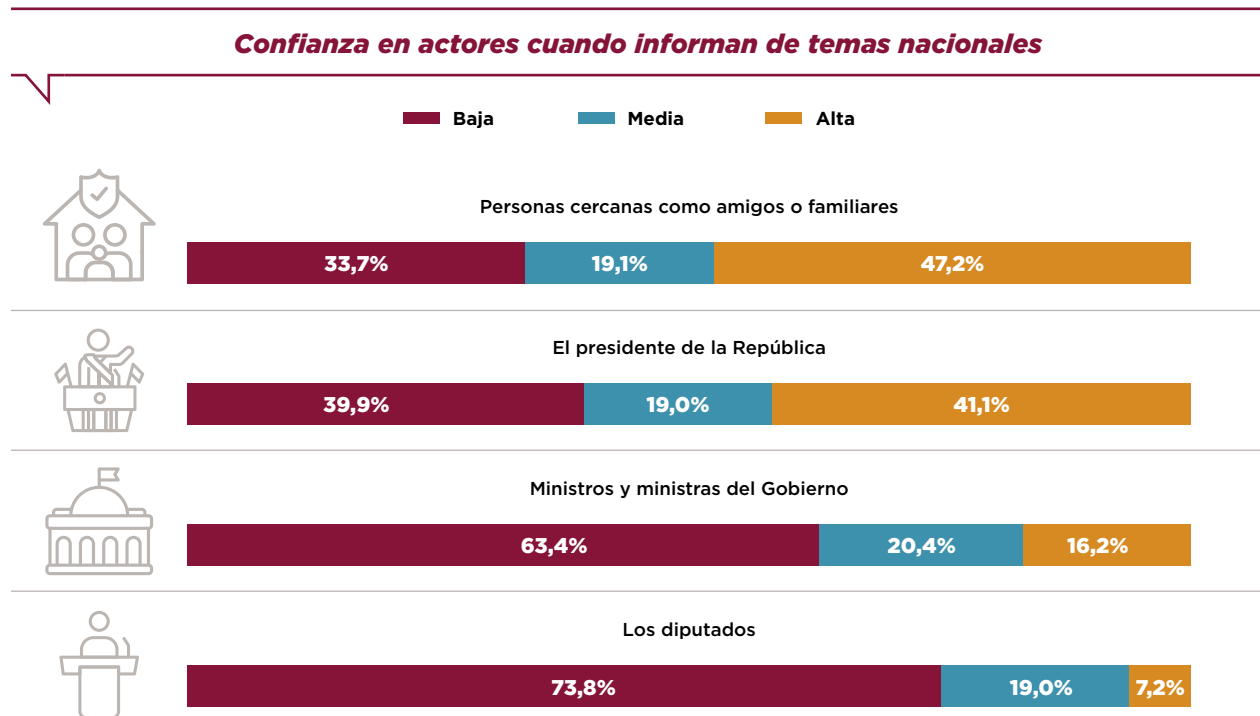
Confianza en actores cuando informan de temas nacionales

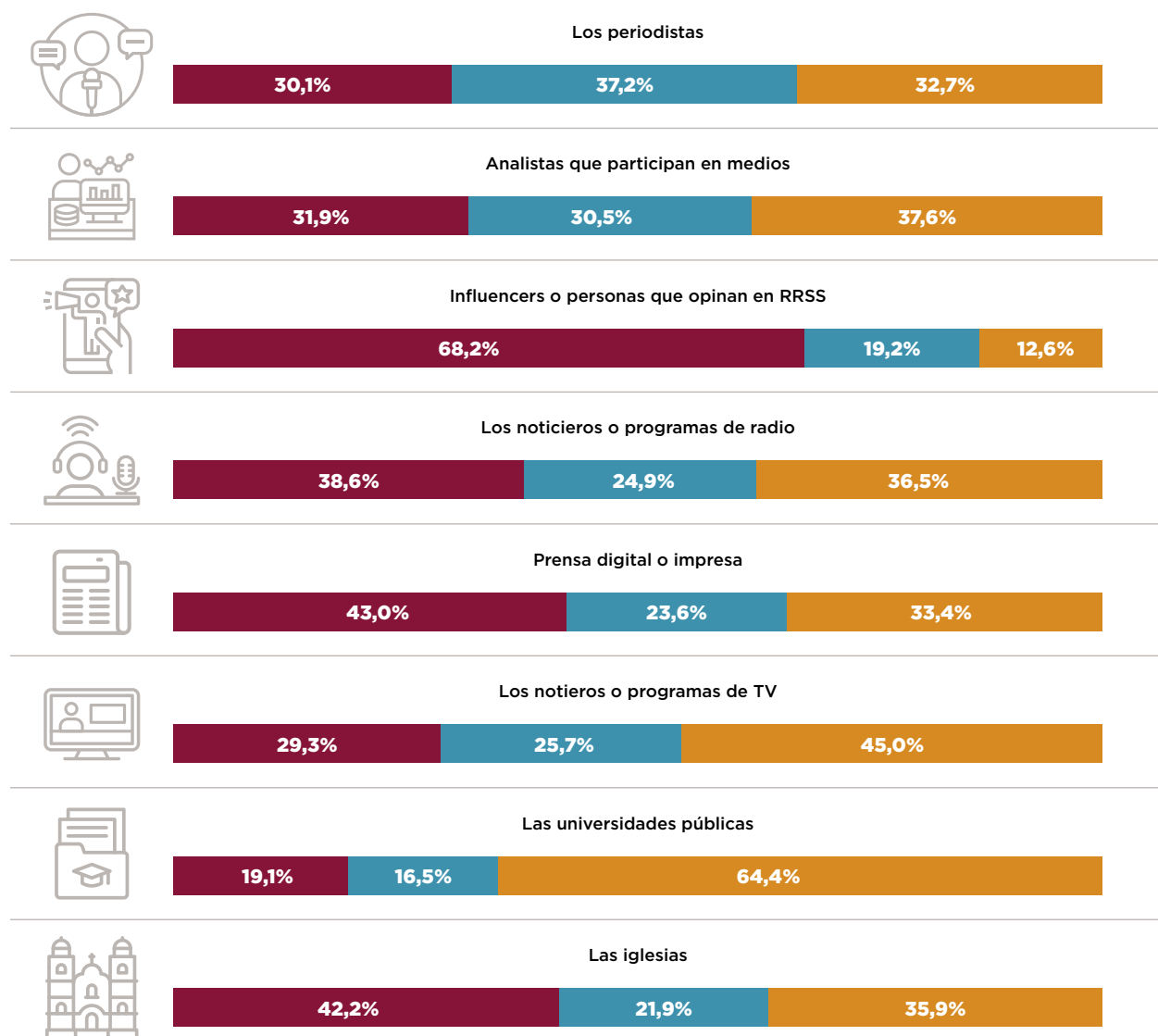
Los resultados de 2025 muestran un repunte general de la confianza en casi todos los actores que informan sobre temas nacionales, con excepción de las diputaciones y de las personas influencers que opinan en redes sociales, que retroceden con respecto al año anterior (Figura 16).

Las universidades públicas se consolidan como la institución más confiable con un 64,4% de personas señalando que tienen una confianza “alta” o “muy alta” en ellas cuando informan sobre temas nacionales. Esto representa más de 25 puntos de diferencia con respecto al segundo lugar. En las tres encuestas realizadas, este lugar se ha mantenido siempre con valores por encima del 60% evidenciando el rol fundamental que tienen las instituciones de educación superior en la generación de opinión pública.

Los noticieros de televisión con un 45% de personas señalando una confianza “alta” o “muy alta” y las personas cercanas o familiares con un 47% y los periodistas con un 32,7% en este rubro son los actores que le siguen, todos con incrementos con respecto al año anterior. Destaca también el aumento de confianza en el presidente de la República de 8,9 puntos con respecto al año pasado en este mismo rubro de gente que dice tener una alta confiabilidad cuando informa sobre temas nacionales. En contraste, las diputaciones, los influencers y los ministros y ministras de Estado continúan siendo los actores con menor credibilidad. Además, los influencers y diputaciones son los únicos grupos que pierden confianza.

Figura 16





Una forma de sintetizar y comunicar de manera más sencilla estas percepciones es el saldo o balance de confianza, un indicador que se obtiene restando el porcentaje de desconfianza (niveles “baja” y “muy baja”) al porcentaje de confianza (niveles “alta” y “muy alta”). Este valor, que puede ser positivo o negativo, permite identificar de forma comparativa qué actores gozan de una confianza neta positiva en la ciudadanía y cuáles acumulan percepciones de desconfianza. Si bien no sustituye un análisis inferencial, es una herramienta descriptiva robusta y útil para visualizar tendencias generales.

El saldo de confianza más alto corresponde nuevamente a las universidades públicas con +45 puntos. Le siguen los noticieros de televisión con +16 puntos y las personas cercanas o familiares +14 puntos. En un nivel medio aparecen los analistas en medios con +6 puntos y los periodistas +3 puntos, que muestran balances positivos, pero todavía no logran revertir completamente la erosión de confianza acumulada en años anteriores. Por el contrario, las diputaciones con -67 puntos, los influencers con -56 puntos y los ministros y ministras de Gobierno con -47 puntos presentan los saldos más negativos, lo que refleja un patrón de desconfianza estructural en torno a ellos (Figura 17).

5.

CONSUMO Y CONTENIDOS

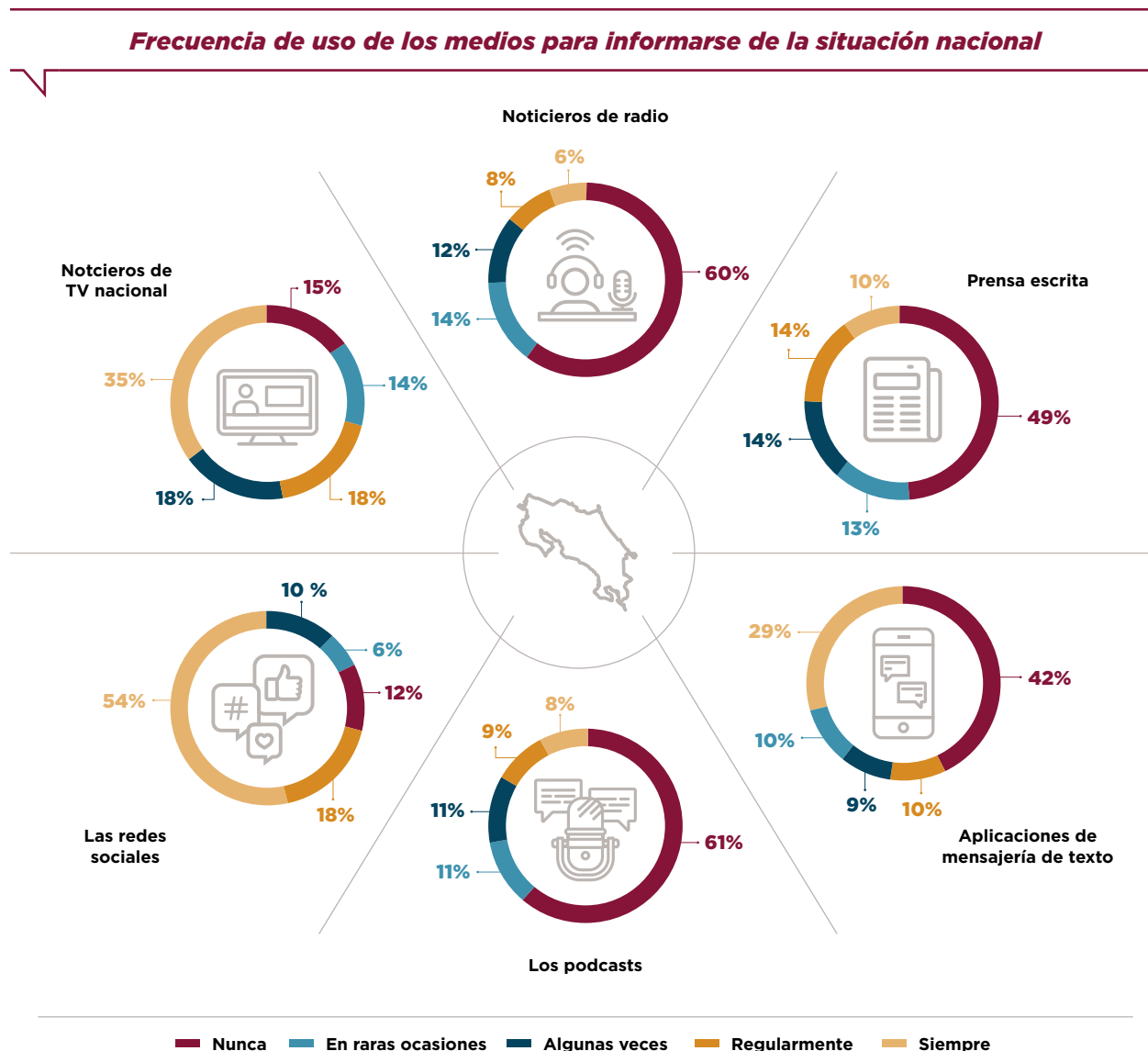
CONSUMO Y CONTENIDOS

Consumo de noticias y medios

Como se ha venido haciendo desde el 2023, este año la encuesta también buscó comprender mejor los formatos preferidos por las personas para informarse sobre lo que sucede en Costa Rica. En los informes previos se ha señalado la existencia de un patrón de consumo mixto de medios, donde la TV y las redes sociales han persistido como los canales más utilizados para mantenerse informadas sobre los acontecimientos del país, revelando un escenario de complementariedad y no de desplazamiento total de los medios “clásicos”.

En esta ocasión, los resultados muestran un cambio significativo. Por primera vez desde que se realiza la encuesta, las redes sociales superan a los noticieros de TV nacional como el medio más frecuentemente utilizado para informarse sobre lo que sucede en el país. El 72% de las personas encuestadas afirmó que utiliza “regularmente” o “siempre” este medio, frente al 53% que dijo lo mismo sobre los noticieros televisivos (Figura 17). Se trata de una diferencia de 19 puntos porcentuales.

Figura 17



Al examinar en detalle los resultados de ambos medios, se observa que los noticieros de TV han mantenido una estabilidad notable a lo largo de los tres estudios previos, con valores constantes del 52% o 53% de personas que declaran utilizarlos siempre o regularmente (Figura 18). En contraste, las redes sociales muestran una variación mucho más pronunciada. En 2023, el 47% de las personas encuestadas señaló utilizarlas de forma regular, en 2024 la cifra fue del 45% y en 2025 alcanzó el 72% (Figura 19). Este incremento de casi 27 puntos porcentuales respecto al año anterior representa un cambio sustancial en los hábitos informativos de la población y evidencia un desplazamiento hacia un consumo digital más constante.

Figura 18

Frecuencia de uso de los noticieros de televisión nacional para informarse sobre temas nacionales

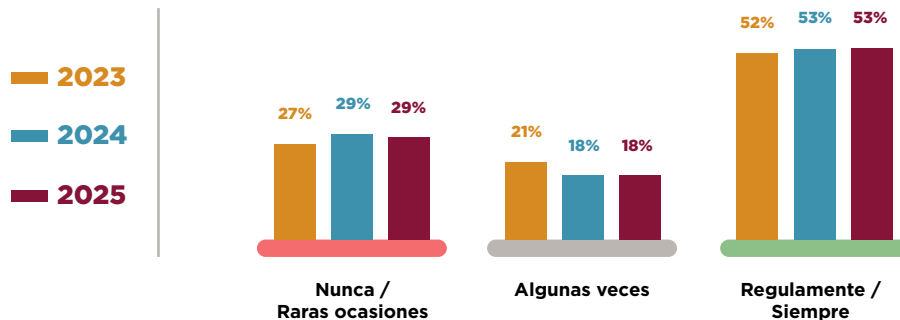
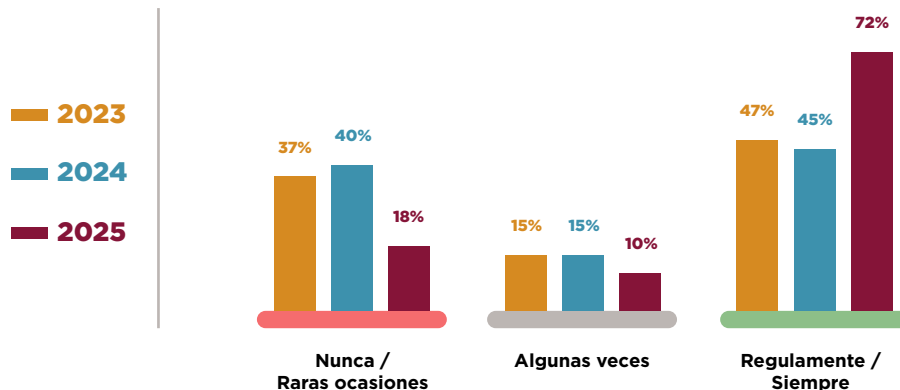


Figura 19

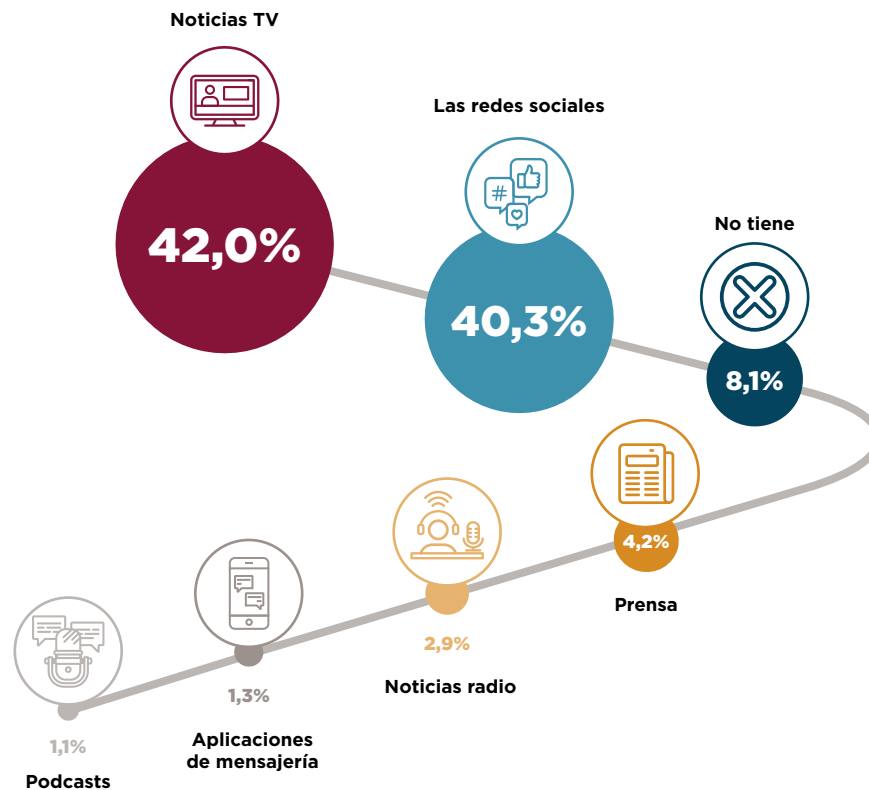
Frecuencia de uso de las redes sociales para informarse sobre temas nacionales



Ahora bien, el desplazamiento aún no es total. Al consultar el medio que las personas eligen para informarse, se observa que la televisión continúa siendo el principal punto de referencia (Figura 20). Un 42% de las personas la menciona como su canal predilecto para mantenerse informadas, seguida muy de cerca por las redes sociales con el 40,3% de las respuestas. En menor medida, algunas personas señalan no tener una fuente definida, mientras que la prensa escrita, la radio y las aplicaciones de mensajería aparecen con menciones marginales.

Figura 20

Medio preferido para informarse sobre temas nacionales



Como se observa, aunque las redes concentran los niveles más altos de uso frecuente y cotidiano, la TV continúa manteniendo, al menos por el momento, un peso simbólico y una percepción de centralidad en el ecosistema informativo. Además, todavía es el medio preferido de las personas para consumir noticias.

Suscripción a noticias

La búsqueda de modelos de negocio económicamente sostenibles se ha convertido en un desafío estructural para los medios, especialmente ante la disminución de los ingresos publicitarios tradicionales y la creciente concentración de la inversión digital en plataformas globales. Este escenario obliga a las empresas periodísticas a diversificar sus fuentes de financiamiento, explorar esquemas de suscripción, membresías o alianzas institucionales, y repensar sus estrategias de valor en un entorno donde la información circula de manera gratuita y abundante, pero la producción de contenidos de calidad sigue siendo costosa.

El escenario en este tema continúa siendo poco alentador para los medios costarricenses. En 2025, el 93,6% de las personas consultadas afirmó no pagar por alguna suscripción para leer o ver noticias en internet, lo que representa un aumento de 6 puntos porcentuales respecto a 2024 (Figura 21).

La intención futura de pago se mantiene prácticamente igual a la observada en 2024: apenas el 15,5% consideraría pagar por una suscripción en el futuro, mientras que más del 84% descarta hacerlo (Figura 22). Esta estabilidad en los resultados refuerza la idea de que pareciera existir una resistencia estructural del público costarricense a pagar por información digital, lo cual sigue siendo un obstáculo central para la sostenibilidad económica del periodismo.

Figura 21

Personas que han pagado o pagan una suscripción para ver o leer noticias

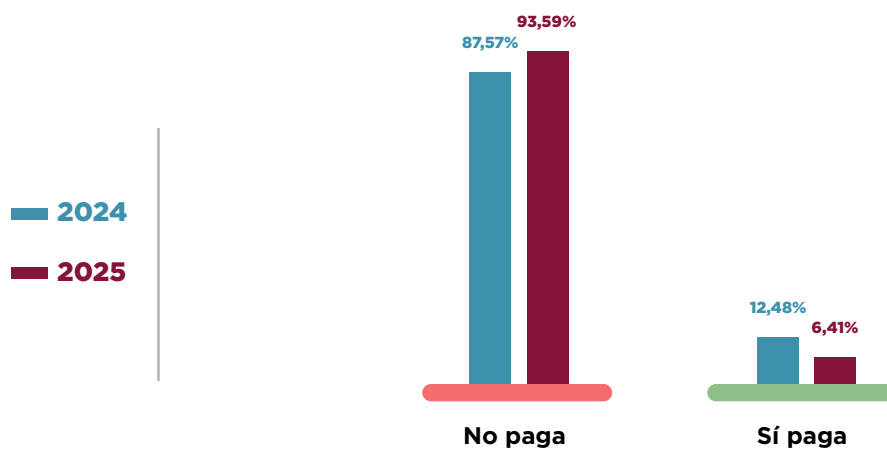
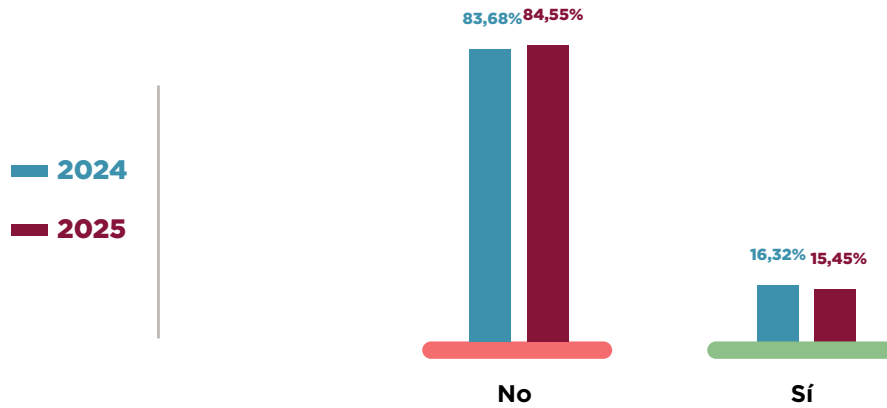


Figura 22

Personas que consideran pagar en el futuro alguna suscripción para ver o leer noticias



6.

INTERÉS Y EVASIÓN DE NOTICIAS

INTERÉS Y EVASIÓN DE NOTICIAS

El interés y la evasión de noticias se han convertido en métricas centrales para evaluar la salud del espacio público contemporáneo. En un contexto de sobreabundancia informativa, polarización política y fatiga emocional, la decisión de consumir o evitar noticias ya no es un comportamiento marginal, sino un indicador clave de cómo la ciudadanía se relaciona con los asuntos públicos. Comprender por qué algunas personas buscan informarse activamente mientras otras se desconectan deliberadamente resulta esencial para interpretar la calidad del debate democrático, la confianza en los medios y la capacidad del periodismo para seguir cumpliendo su función social. Por esa razón, por tercer año consecutivo la encuesta trata de analizar en detalle este tema.

Interés en las noticias

En cuanto al interés de las noticias, los datos son positivos. En este tema, el 68,1% de las personas encuestadas afirmó que las noticias le interesan bastante o algo, frente al 32% que señaló que le interesaban poco o nada (Figura 23). Temáticamente, las noticias de economía y de sucesos son las que generan más interés, seguidas por las informaciones de deportes y de opinión. Por el contrario, las políticas y aquellas vinculadas al mundo del espectáculo son las que menos interés despiertan (Figura 24).

Figura 23

Interés de las personas en las noticias

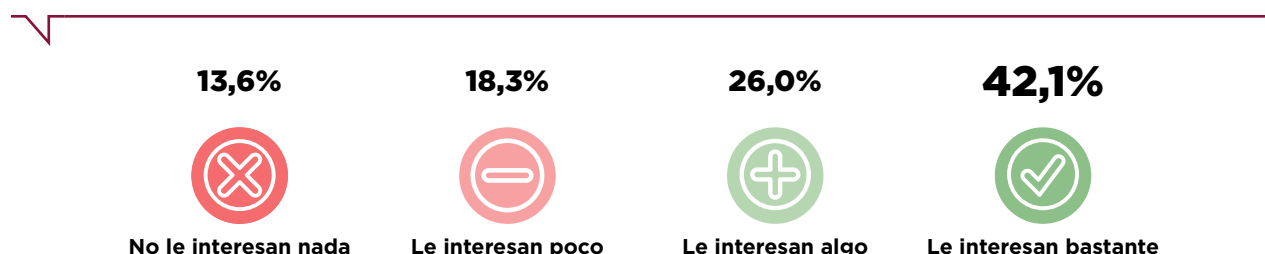
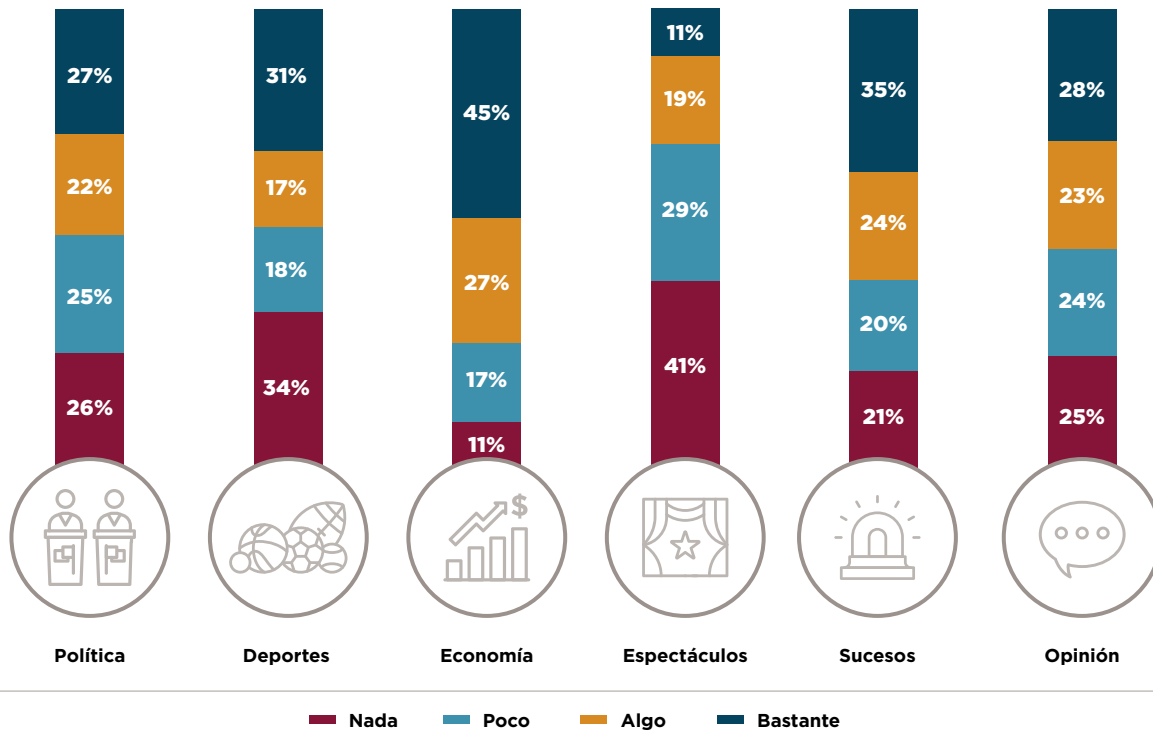


Figura 24

Interés de las personas en las noticias



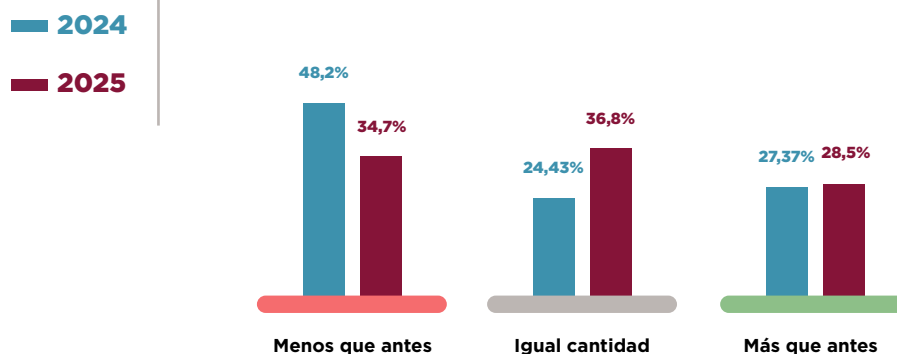
Evación de noticias

El otro tema que continúa explorando la encuesta es la evasión de noticias, un indicador que permite entender mejor la relación de la ciudadanía con la información y con los medios. Como se ha mencionado en los informes previos de este estudio, analizar si las personas consumen más o menos noticias que antes, o si han decidido evitarlas deliberadamente permite identificar señales de desafección o fatiga informativa, factores que inciden directamente en la calidad del debate público y la participación democrática.

De acuerdo con los resultados, el consumo general de noticias muestra una leve recuperación este 2025 en comparación con el año anterior. Mientras en 2024 casi la mitad de las personas afirmó consumir menos noticias que antes, en este 2025 esa proporción disminuyó de manera notable. A la vez, aumentó el grupo que dice informarse con la misma frecuencia, y se mantiene estable el porcentaje de quienes aseguran consumir más informaciones que el año pasado (Figura 25).

Figura 25

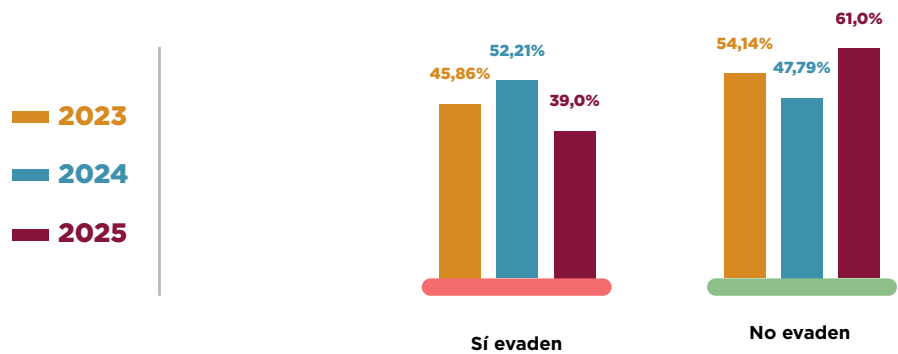
¿Consume más, menos o igual cantidad de noticias que el año pasado?



La evasión de noticias, por su parte, experimentó una reducción de 13 puntos porcentuales en comparación con los resultados obtenidos en 2024 (Figura 26). Es decir, una proporción menor de personas realiza el acto deliberado de evitar la exposición a contenidos informativos. En la medición del año anterior, el 52,2% de la población encuestada indicó haber evitado conscientemente ver o leer noticias, mientras que en 2025 esa cifra descendió al 39%. El porcentaje de quienes no evaden alcanzó el 61%. Esta disminución resulta consistente con los datos previamente analizados sobre consumo informativo, donde se observó que una parte significativa de la ciudadanía mantiene o incluso incrementa sus niveles de exposición a las noticias en comparación con el año anterior.

Figura 26

Población que ha evitado ver o leer noticias recientemente.





INTELIGENCIA ARTIFICIAL Y NOTICIAS

INTELIGENCIA ARTIFICIAL Y NOTICIAS

La irrupción de la inteligencia artificial (IA) en el ecosistema informativo está reconfigurando tanto la producción como el consumo de noticias⁶. Sistemas automatizados ya redactan notas breves, personalizan titulares y recomiendan contenidos a escala masiva, alterando los criterios tradicionales de edición, relevancia y jerarquía informativa. Se trata de una transformación que ha venido acompañada de promesas de mayor eficiencia, cobertura personalizada y detección temprana de tendencias, pero también de riesgos vinculados a la opacidad algorítmica y a los sesgos en la curaduría de los contenidos y las fuentes.

Justamente, por constituir un punto de inflexión para pensar la calidad, la confianza y la gobernanza de las salas de redacciones y de los espacios noticiosos es que este 2025 la encuesta continúa explorando el vínculo entre la inteligencia artificial y la generación de información.

Al consultar sobre el uso de herramientas o aplicaciones de inteligencia artificial, la mayoría indicó no haberlas empleado: el 67,5% dijo no haber usado IA, frente al 32,4% que sí la ha utilizado (Figura 27).

En materia de confianza, se observa un amplio rechazo hacia las noticias producidas directamente por inteligencia artificial: el 90,7% afirma no confiar en contenidos íntegramente por estos sistemas. Sin embargo, la percepción cambia cuando la IA se utiliza como apoyo al trabajo periodístico. En ese caso, el 56,7% señala que sí confía en noticias elaboradas por periodistas que emplearon IA como herramienta, mientras que el 43,3% mantiene desconfianza aun en ese escenario (Figura 28).

⁶ Manfredi Sánchez, Juan Luis y María José Ufarte Ruiz. “Inteligencia artificial y periodismo: una herramienta contra la desinformación.” Revista CIDOB d’Afers Internacionals, n.º 124 (abril 2020): 49-72.

Figura 27

Utilización de alguna herramienta o aplicación de inteligencia artificial

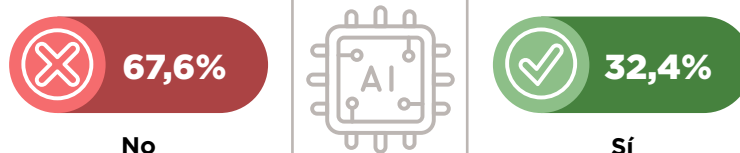
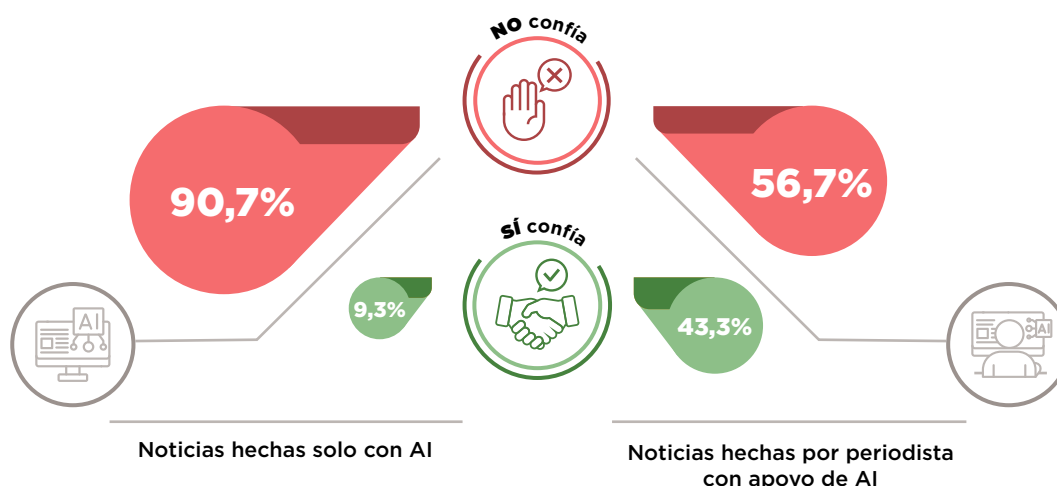


Figura 28

Niveles de confianza en noticias que utilizan inteligencia artificial en su elaboración.



Estos datos revelan que la resistencia ciudadana frente a la IA no es absoluta, sino condicional. El rechazo se dirige, sobre todo, a la idea de reemplazar por completo el juicio humano en la producción informativa. En cambio, cuando la inteligencia artificial aparece subordinada al criterio profesional la confianza aumenta de manera considerable. Esto sugiere que para las personas consultadas la legitimidad del periodismo sigue descansando en la intervención humana y en la capacidad ética, editorial y contextual de quienes ejercen el oficio.

Esto es positivo para quienes ejercen el oficio porque confirma que el valor diferencial del periodismo no está en la mera entrega de datos, sino en la mediación humana: en el criterio, la verificación, el contexto y la responsabilidad profesional. La ciudadanía parece seguir reconociendo que el periodismo no es una tarea que puede delegarse por completo a sistemas automatizados, y que la presencia de periodistas sigue siendo condición de confianza.



PERCEPCIONES SOBRE DESINFORMACIÓN

PERCEPCIONES SOBRE DESINFORMACIÓN

La desinformación dejó de ser un fenómeno episódico y se volvió un componente estable del ecosistema informativo en Costa Rica. Contenidos falsos o manipulados circulan en las mismas plataformas que las noticias verificadas y compiten por atención con ventajas estructurales de velocidad, segmentación y diseño emocional. Este entorno erosiona la confianza pública, introduce ruido en la deliberación y complica la labor periodística y regulatoria. Por segundo año consecutivo, la Encuesta introduce una serie de consultas generales sobre este tema.

La mayoría de las personas encuestadas afirma no haber sido engañada por contenidos desinformativos (Figura 29). El 71,9% respondió que no frente a la pregunta de si había creído y confiado recientemente en algún contenido que después resultó ser falso, mientras que un 28,1% dijo que sí. Este resultado contrasta con el dato de 2024, cuando el fenómeno aparecía casi dividido: entonces, el 50,2% reconocía haber confiado en contenido falso y el 49,8% lo negaba.

Figura 29

¿Ha creído y confiado en algún contenido que después resultó ser falso?

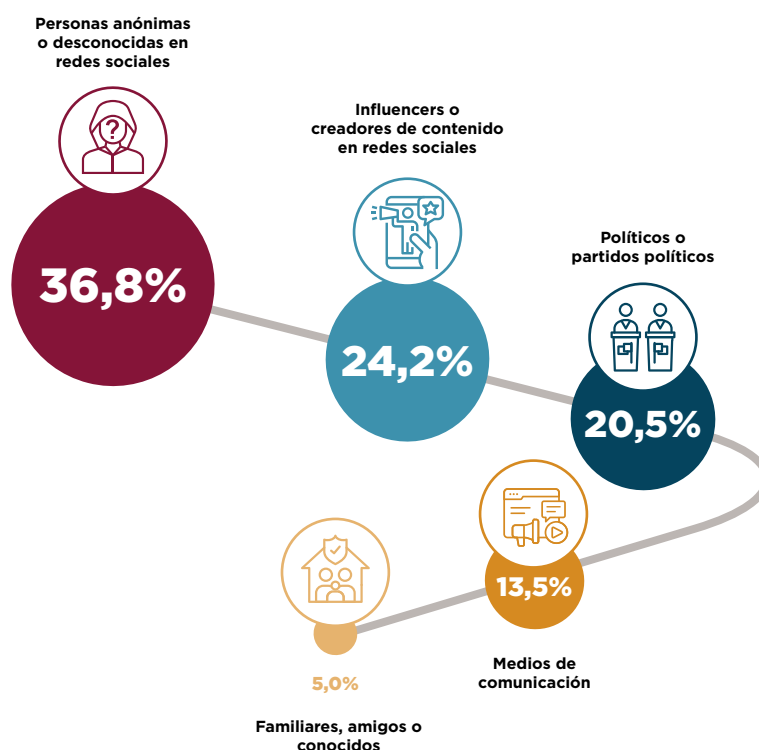


Según las personas encuestadas, quienes más difunden contenidos desinformativos son, en primer lugar, usuarios anónimos o desconocidos en redes sociales con un 36,8% de los señalamientos. Les siguen los influencers o creadores de contenido con un 24,2% y, en menor medida, los actores políticos o partidos con un 20,5% (Figura 30). Solo un 13,5% atribuye la desinformación principalmente a los medios de comunicación, mientras que los familiares, amigos o conocidos aparecen al final de la lista con un 5%.

Los porcentajes obtenidos son similares con los patrones observados en 2024, cuando se consultó por noticias falsas y las personas también señalaron principalmente a desconocidos en redes sociales y a influencers como los principales emisores de este tipo de contenidos, seguidos por medios de comunicación, autoridades y círculos cercanos. No obstante, no es posible establecer una comparación directa entre ambos años, dado que en 2024 la pregunta se formuló específicamente sobre “noticias falsas”, mientras que en la medición actual se refiere de manera más amplia a “contenidos desinformativos”. Esta diferencia de enunciado impide interpretar los datos como una variación temporal del fenómeno.

Figura 30.

Actores que difunden más contenidos desinformativos según las personas



Finalmente, el 87,2% de las personas consultadas indicó preocupación de que la desinformación o los contenidos falsos afecten las próximas elecciones de algún modo, revelando que este fenómeno no se percibe sólo como un problema informativo, sino como un riesgo con consecuencias concretas sobre procesos democráticos.



ANÁLISIS MULTIFACTORIAL DE CONSUMO, EVASIÓN Y CONFIANZA EN MEDIOS

ANÁLISIS MULTIFACTORIAL DE CONSUMO, EVASIÓN Y CONFIANZA EN MEDIOS

La presente sección explora si existen factores o características asociados con la confianza de las personas en los medios de comunicación, sus hábitos de consumo y evasión de noticias, así como otras percepciones sobre la libertad de expresión en Costa Rica. Con este propósito, se analiza si variables como el nivel educativo, el ingreso, el género, la edad, la identidad política y otras están relacionadas -de forma estadística significativa- con dichas posturas, especialmente cuando se consideran de manera conjunta.

En términos prácticos, se busca responder preguntas como: ¿existe alguna relación entre la edad y las posturas sobre la libertad de prensa o el consumo de medios de comunicación? ¿Se observan diferencias en los hábitos de evasión de noticias según el nivel educativo o el género? ¿Se relacionan las variables de orientación política con las evaluaciones del ejercicio periodístico?

Como método de estimación para estos objetivos, se utiliza un modelo de regresión lineal con variables dependientes dicotómicas, también conocido como modelo de probabilidad lineal. Este modelo compara a personas con características similares para estimar cómo el cambio en una variable —como el nivel educativo o género— está vinculado con sus opiniones sobre la confianza en los medios, sus hábitos informativos y sus posiciones respecto a la libertad de prensa en el país.

El modelo utiliza un total de ocho preguntas como variables dependientes. En el ámbito del consumo de noticias y medios, se consideran las siguientes:

- I) si la persona reporta consumir menos noticias,
- II) si ha evitado de manera consciente leer o mirar noticias recientemente.
- III) si la persona, en general, confía en los medios de comunicación y,
- IV) si confía en general en los periodistas.

En cuanto a la percepción sobre el gobierno y las libertades, se incorporan cuatro variables que recogen la postura de las personas frente a los siguientes enunciados:

- V)** La libertad de expresión en Costa Rica está actualmente en peligro.
- VI)** El presidente Rodrigo Chaves ha irrespetado el trabajo de los periodistas y medios de comunicación.
- VII)** Las instituciones públicas, como el ICE, el INS y el propio gobierno, contratan espacios publicitarios en radio, televisión y sitios de noticias en internet. ¿Está de acuerdo en que estos recursos se utilicen para premiar o castigar a los medios según sus posiciones editoriales?
- VIII)** He dejado de expresar mis opiniones en redes sociales por miedo a consecuencias en el trabajo o en la vida cotidiana.

Como variables independientes para evaluar su correlación con las variables anteriores, se incluye género, edad, provincia de procedencia, ingreso relativo, nivel educativo y dos indicadores de identidad política: la calificación que las personas otorgan a la gestión del presidente y la percepción sobre si las instituciones públicas tienen la capacidad de mejorar la vida de la gente. A continuación, cuando se mencionan diferencias o probabilidades estadísticas, estas son significativas a un nivel del 5%.

Consumo de noticias y medios

Respecto a la pregunta de si la persona consume menos noticias que el año pasado, se encuentra que en promedio es 12 puntos porcentuales (pp) más probable que una mujer reporte que haya consumido menos noticias respecto a un hombre (manteniendo las demás variables constantes). Ninguna otra variable de las estudiadas reportó significancia estadística en esta pregunta.

A un nivel similar, a la pregunta de si la persona ha evitado de manera consciente ver o leer noticias recientemente, las mujeres tienen una probabilidad 10 puntos porcentuales mayor de responder que sí en comparación con los hombres. En cuanto al nivel educativo, una persona con educación universitaria tiene una probabilidad 11 puntos porcentuales mayor de reportar que evita las noticias que alguien con educación primaria o menos, mientras que una persona con educación secundaria tiene una probabilidad 10 puntos porcentuales menor. En otras palabras, las mujeres y personas con mayor nivel educativo son más proclives a evadir noticias.

Confianza general en medios y periodistas

El nivel educativo y las identidades políticas se tornan más relevantes para explicar diferencias en la confianza expresadas hacia medios y periodistas. A la pregunta de si en general confía en los medios de comunicación, una persona con educación universitaria tiene una probabilidad 13 puntos porcentuales mayor de responder “no” en comparación con alguien que posee educación primaria o menos. Por otro lado, las percepciones sobre la gestión del presidente también muestran diferencias marcadas: al comparar a una persona que califica como “muy mal” la gestión del presidente con otra que le otorga una calificación “muy buena”, esta última es 13 puntos porcentuales más propensa a manifestar desconfianza hacia los medios de comunicación.

Con respecto a la confianza en periodistas, las personas con educación universitaria son 10 puntos porcentuales más propensas de reportar no confiar en el trabajo que realizan los periodistas en el país, si se comparan con la población que tiene primaria o menos. Al comparar quienes dan una calificación muy mala con quienes le dan una muy buena al presidente, los primeros tienen una probabilidad 10 puntos porcentuales más alta de afirmar que confían en la labor de los periodistas.

Percepción de medios, gobierno y libertad de expresión

Para esta sección, las respuestas se agruparon en dos respuestas o grupos de comparación. En la encuesta, para cada enunciado se respondía si uno estaba muy de acuerdo, de acuerdo, “neutral”, en desacuerdo, muy en desacuerdo. Para el presente análisis, se combinaron las respuestas “muy de acuerdo”, “de acuerdo” y neutral en un solo grupo, para compararlas con la suma de las respuestas que expresan distintos niveles de desacuerdo.

Ante el enunciado de que el presidente Rodrigo Chaves ha irrespetado el trabajo de los periodistas y medios de comunicación, quienes califican su gestión como muy buena tienen una probabilidad 28 puntos porcentuales mayor de estar en desacuerdo con dicha afirmación, en comparación con quienes la consideran muy mala. Para el enunciado que plantea que la libertad de expresión en Costa Rica está actualmente en peligro, la diferencia entre ambos grupos es de 31 puntos porcentuales.

Respecto a si se está de acuerdo a que las instituciones públicas manejen su publicidad para premiar o castigar a los medios según sus posiciones editoriales, la diferencia es de 14 puntos porcentuales más probable al comparar ambos grupos, siendo mayor la probabilidad de estar de acuerdo entre quienes evalúan positivamente la gestión del presidente. En este mismo enunciado, las personas con educación universitaria tienen una probabilidad 10 puntos porcentuales mayor de expresar desacuerdo con esta práctica, en comparación con quienes cuentan con educación primaria o menos.

Ante la posición relacionada con la autocensura —sobre si el encuestado ha dejado de expresar sus opiniones en redes sociales por miedo a posibles consecuencias en el trabajo o en la vida cotidiana—, quienes califican la gestión del presidente como muy buena tienen una probabilidad 23 puntos porcentuales mayor de estar en desacuerdo con dicho enunciado, en comparación con quienes la consideran muy mala. Dicho de otro modo, las personas que evalúan negativamente al presidente presentan una mayor probabilidad de reportar autocensurarse por miedo a consecuencias, en contraste con quienes le otorgan la evaluación más alta.

Cabe destacar que, únicamente en el enunciado relacionado con la autocensura, la variable de ingreso relativo resultó estadísticamente significativa: las personas que declararon que su “salario no les alcanza y enfrentan grandes dificultades”, tienen una probabilidad 21 puntos porcentuales mayor de declarar que se autocensuran, en comparación con quienes afirman que su salario les alcanza bien y pueden ahorrar.

Resultados con grupos de comparación alternativos

Las comparaciones anteriores sobre la gestión se realizaron entre aquellas personas que califican la gestión del presidente como “muy mala” y aquellas que la consideran “muy buena”; es decir, se comparaban los polos de aprobación, que mostraban diferencias estadísticas significativas. Una forma alternativa de comparar a personas es, por un lado, aquellas personas que ven regular o muy mala la gestión, con aquellos que la ven buena o muy buena. En esta otra forma de comparación, todos los resultados anteriores se mantienen, con la única variación en la magnitud de los porcentajes encontrados.

A continuación, se presentan los resultados ajustados, los cuales también son estadísticamente significativos:

V) “La libertad de expresión en Costa Rica está actualmente en peligro” (18 pp más probable de que las personas que evalúan positivamente la gestión del presidente respondan estar en desacuerdo).

VI) “El presidente Rodrigo Chaves ha irrespetado el trabajo de los periodistas y medios de comunicación” (16 pp más probable de que las personas que califican buena la gestión respondan estar en desacuerdo).

VII) “Las instituciones públicas, como el ICE, el INS y el propio gobierno, contratan espacios publicitarios en radio, televisión y sitios de noticias en internet. ¿Está de acuerdo en que estos recursos se utilicen para premiar o castigar a los medios según sus posiciones editoriales?” (7 pp más probable que personas que califican buena la gestión responda que sí).

VIII) “He dejado de expresar mis opiniones en redes sociales por miedo a consecuencias en el trabajo o en la vida cotidiana” (11 pp más probable que persona que califica buena la gestión respondan estar en desacuerdo).

CRÉDITOS

● **Equipo de investigación PROLEDI:**

Giselle Boza Solano
Óscar Mario Jiménez Alvarado
Johanna Rodríguez López
Suráyabi Ramírez Varas

● **Coordinación logística y de proyectos PROLEDI:**

Geannina Sojo Navarro

● **Coordinador del trabajo de encuesta:**

Ronald Alfaro Redondo, CIEP

● **Coordinación y supervisión del trabajo de campo:**

Equipo CIEP

● **Elaboración de cuestionario:**

Equipo de investigación PROLEDI

● **Análisis, tabulación y elaboración de informe:**

Equipo de investigación PROLEDI

● **Diseño y diagramación:**

Rolando Hidalgo Solís

Programa de Libertad de Expresión y Derecho a la Información

proledi.ucr.ac.cr • proledi@ucr.ac.cr

+506 2511-6852 | +506 2511-6858 | +506 2511-3506

