



UNIVERSIDAD DE
COSTA RICA

III INFORME DEL ESTADO DE LA LIBERTAD DE EXPRESIÓN EN COSTA RICA



PROLEDI

CICOM

Centro de
Investigación en Comunicación

323.440.972.86

T315t III Informe del Estado de la Libertad de Expresión en Costa Rica.
– Primera edición. – [San José, Costa Rica] : PROLEDI, 2022.
1 recurso en línea (247 páginas) : gráficos a color, archivo de
texto, PDF, 5,29 MB.

ISBN 978-9930-616-00-0

1. LIBERTAD DE EXPRESIÓN – ASPECTOS SOCIALES – COSTA RICA. 2. MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE MASAS – COSTA RICA. 3. NOTICIAS FALSAS – ASPECTOS POLÍTICOS – COSTA RICA. 4. ACCESO A LA INFORMACIÓN – LEGISLACIÓN – COSTA RICA. 5. PERIODISTAS – VIOLENCIA CONTRA. 6. PERIODISMO – COSTA RICA. 7. VIOLENCIA POLÍTICA – COSTA RICA. 8. REDES SOCIALES EN LÍNEA – ASPECTOS POLÍTICOS – COSTA RICA. 9. MUJERES EN LA POLÍTICA – COSTA RICA. 10. PERIODISMO DIGITAL – COSTA RICA.

CIP/3845

CC.SIBDI.UCR

Primera edición: Mayo, 2022

Consejo Editorial: Gréttel Aguilar, Giselle Boza, José Carlos Chinchilla,
Nora Garita, Lidieth Garro, Johanna Rodríguez y Lilliana Solís

Asistente de investigación: Marlon Vargas

Diseño y diagramación: Gréttel Aguilar



UNIVERSIDAD DE
COSTA RICA

III INFORME DEL ESTADO DE LA LIBERTAD DE EXPRESIÓN EN COSTA RICA



PROLEDI

CICOM

Centro de
Investigación en Comunicación

CONTENIDOS

PRESENTACIÓN - Balance sobre la libertad de expresión en Costa Rica	7
Introducción	7
Avances y retrocesos en el contexto de la pandemia	7
Preocupación sobre las restricciones a la protesta social.....	8
Desinformación, ataques a la prensa y falta de equidad en la contienda electoral.....	9
Tendencias legislativas	11
La jurisprudencia constitucional y electoral.....	12
El III Informe sobre el estado de la libertad de expresión en Costa Rica	14
CAPÍTULO 1 - Concentración mediática, convergencia y grupos económicos de la comunicación en Costa Rica	17
1.1 Introducción	17
1.2 Encuadre teórico-conceptual	18
1.3 El ecosistema mediático de Costa Rica en 2021	20
1.4 Caracterización de los principales grupos económicos de la comunicación de Costa Rica para el año 2021	25
1.5 Acercamiento a la concentración mediática en tiempos de convergencia y TDT	41
1.6 Conclusiones	56
CAPÍTULO 2 - La desinformación, ¿va a las urnas? Análisis de la difusión de contenidos desinformativos durante la campaña política en Costa Rica 2022	59
2.1 Introducción y justificación.....	59
2.2 Descripción del tema y problema de investigación	61
2.3 Metodología del estudio	70
2.4 Resultados	72
2.5 Conclusiones	87
CAPÍTULO 3 - Discusión legislativa sobre una ley de acceso a la información y transparencia.....	103
3.1 Introducción	103
3.2 Principios generales sobre libertad de expresión y acceso a la información.....	105
3.3 Aspectos novedosos que incluye la ley Modelo Interamericana 2.0 de Acceso a la Información Pública de la Organización de Estados Americanos (OEA).....	115
3.4 Avance en el proceso legislativo del proyecto de Ley General de Acceso a la Información Pública. Expediente N° 20.799	118
3.5 Reforma a la Ley de Protección al Ciudadano del Exceso de Requisitos y Trámites Administrativos (simplificación de trámites).....	128
3.6 Consideraciones finales.....	132
3.7 Resumen de la Ley aprobada. Dr. Jorge Córdoba Ortega. 27 de abril 2022.....	134
CAPÍTULO 4 - Inseguridad y precarización: riesgos en el ejercicio del periodismo en Costa Rica.....	135
4.1 Introducción	135
4.2 Periodismo: ejercicio profesional peligroso en América Latina	136

4.3 Ejercicio de la libertad de prensa en Costa Rica	137
4.4 Marco normativo para garantizar el ejercicio profesional del periodismo	138
4.5 Ciudadanía comunicativa y seguridad periodística	140
4.6 Indicadores sobre desarrollo mediático y seguridad en el ejercicio periodístico	141
4.7 Principales hallazgos	143
4.8 Conclusiones	169
CAPÍTULO 5 - Narraciones políticas: experiencias en la superación de la violencia contra las mujeres en el ejercicio político en las redes sociales en Costa Rica (2021)	173
5.1 Introducción	173
5.2 Justificación	174
5.3 Descripción del tema y problema de investigación	175
5.4 Metodología	176
5.5 Mujeres y participación política	177
5.6 Violencia política contra las mujeres en Costa Rica	180
5.7 Resultados	181
5.8 Conclusiones	196
CAPÍTULO 6 - Calidad periodística como derecho ciudadano: calidad en el periodismo digital costarricense.....	199
6.1 Introducción	199
6.2 Objetivo.....	201
6.3 Metodología	201
6.4 Condiciones para la existencia de periodismo de calidad.....	205
6.5 Calidad y derecho a la comunicación.....	207
6.6 Contexto: Condiciones para la existencia del periodismo digital de calidad en Costa Rica.....	209
6.7 Hallazgos del indicador de calidad periodística	212
6.8 El cumplimiento del derecho a la calidad periodística.....	212
6.9 Conclusiones	220
REFERENCIAS POR CAPÍTULO.....	223

PRESENTACIÓN

Balance sobre la libertad de expresión en Costa Rica

Giselle Boza Solano*

Introducción

En el año 2021, Costa Rica ocupó el quinto lugar del mundo en libertad de prensa, solo superado por los países nórdicos: Noruega, Finlandia, Suecia y Dinamarca. En el 2020 había ocupado la séptima casilla. Esta posición del país destaca en el medio de un deterioro generalizado de las libertades informativas en América Latina¹.

Según la organización internacional Reporteros sin Fronteras (2021), en el continente, los periodistas prosiguen con su trabajo de información en un entorno cada vez más dañino y tóxico. La desconfianza hacia la prensa se alimenta de la retórica anti mediática de la clase política latinoamericana, cuya agresividad va creciendo.

En Costa Rica, las elecciones de 2022 mostraron un escenario de mayor ataque a los medios de comunicación, tanto en redes sociales como en el discurso de algunos dirigentes políticos, mientras persiste la deuda en materia de equidad para acceder a los medios de comunicación por parte de los partidos políticos.

El país prosigue por la ruta del fortalecimiento de la jurisprudencia constitucional para garantizar el derecho de acceso a la información pública, especialmente en el contexto de la pandemia, aunque aparecen nuevos desafíos para

1 Ver Clasificación Mundial 2021 en <https://www.rsf-es.org/clasificacion-mundial-2021-tabla-de-paises/>

la libertad de expresión en el entorno digital y para el ejercicio del derecho a la protesta social.

Esta presentación del Informe recoge las principales tendencias sobre libertad de expresión en el país, durante los años 2020, 2021 y en el proceso de elecciones nacionales, a partir de un registro de acontecimientos relevantes, reportes e informes sobre el país, así como las iniciativas legislativas y la jurisprudencia constitucional y electoral. Asimismo, ofrece una perspectiva general sobre los capítulos que componen esta tercera entrega.

Avances y retrocesos en el contexto de la pandemia

Según la Alianza Regional por la Libre Expresión e Información, en su Informe sobre Internet, “Libertad de Expresión y Espacio Cívico en América Latina” (mayo, 2021), en el contexto de la pandemia, Costa Rica es el único país de la región, entre los consultados, que no registra restricciones al derecho a la libertad de expresión e información². En el primer Infor-

2 Ver Informe <http://www.alianzaregional.net/articulo-xiii-internet-libertad-de-expresion-y-espacio-civico-en-america-latina/> Ver adicionalmente el Estudio Regional sobre el Acceso a la Información en el contexto de la emergencia sanitaria. <http://www.alianzaregional.net/estudio-regional-acceso-a-la-informacion-en-contexto-de-emergencia-sanitaria/> Segundo Estudio Regional sobre Acceso la Información en el contexto de la

*Periodista y Abogada. Tiene una Maestría en Ciencias Penales de la Universidad de Costa Rica (UCR) y cursa el Doctorado en Derecho de la misma universidad. Profesora de Derecho de la Comunicación en la Escuela de Ciencias de la Comunicación Colectiva (ECCC), investigadora del Centro de Investigación en Comunicación (CICOM) y Coordinadora del Programa de Libertad de Expresión y Derecho a la Información (PROLEDI) de la UCR.

me de la misma organización sobre Acceso a la Información (mayo 2020), Costa Rica se ubica entre los países en los que las organizaciones consideran que la calidad de la información que se publica, en relación a COVID, es alta.

En el mismo sentido, la Relatoría Especial para la Libertad de Expresión de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos (Rele), en su Informe Anual 2020, sección Costa Rica, celebra la tutela del derecho de acceso a la información pública por parte de la Sala Constitucional, en el contexto de la pandemia, ante los diversos recursos de amparo interpuestos por medios de comunicación para acceder a la información sobre la crisis sanitaria y anota eso sí, con preocupación, la declaración del Presidente Alvarado que acusó a la prensa de “usarlo” para hablar de cosas “insulsas” frente a la crítica de los periodistas sobre el reducido acceso para consultarle.

Uno de los votos relevantes de la Sala Constitucional se refiere al recurso de amparo interpuesto por periodistas de las Radios de la Universidad de Costa Rica por la negativa del Ministerio de Salud de entregar la base de datos despersonalizada, con información desagregada, sobre los pacientes confirmados con COVID-19. La Institución alegó que no era posible, por la misma emergencia, brindar información tratada de manera diferente, ya que los recursos estaban destinados prioritariamente a atender la situación.

El Tribunal Constitucional concluye que esta no es justificación para que un ente público niegue el acceso a la información pública:

...partiendo de que la escasez de recursos materiales o humanos no es una justificante válida para sacrificar un derecho fundamental, que la base de datos general

a la cual los promoventes fueron referidos no les es de ninguna utilidad, y de la duda razonable que queda este Tribunal sobre la verdadera imposibilidad de facilitar la información tal y como fue pedida; en aplicación de los principios pro homine y pro libertate, esta Sala Constitucional debe intervenir para salvaguardar el derecho de los tutelados de acceso a la información en relación con la libertad de prensa. Debe quedar claro que la información solicitada debe ser facilitada, garantizando la exclusión de cualquier dato sensible e información que pueda dar lugar a la identificación o localización, directa o indirecta, de las personas diagnosticadas con el coronavirus COVID – 19 (Sala Constitucional, Resolución No. 14292-2020, considerando VII).

Preocupación sobre las restricciones a la protesta social

En el mismo informe, la Rele expresa su preocupación por los alcances de la Ley para brindar seguridad jurídica sobre la huelga y sus procedimientos³, aprobada por la Asamblea Legislativa mediante Ley No. 9808 y que entró en vigencia el 06 de febrero de 2020. Esta normativa prohíbe las huelgas políticas o aquellas que no tengan conexión directa con la relación de empleo o incumplimientos laborales imputables al patrono, lo que a todas luces significa un retroceso en el derecho a la protesta social.

Sobre este tema la Relatoría recuerda que:

La protesta social, que incluye los derechos de reunión pacífica y sin armas, asociación y libertad de expresión, es una herramienta fundamental en la defensa de

emergencia sanitaria. <http://www.alianzaregional.net/segunda-edicion-del-estudio-regional-acceso-a-la-informacion-en-contexto-de-emergencia-sanitaria/>

3 Ver Informe Anual 2020 de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos, Relatoría Especial para la Libertad de Expresión en <https://www.oas.org/es/cidh/expresion/informes/ESPIA2020.pdf>

la democracia y de los derechos humanos. En este sentido, la CIDH ha considerado que “el ejercicio del derecho de reunión a través de la protesta social no debe sujetarse a una autorización por parte de las autoridades ni a requisitos excesivos que dificulten su realización”. Por ende, los requisitos jurídicos que sientan una base para que una reunión o manifestación sea prohibida o limitada no son compatibles con el derecho de reunión ni con el ejercicio de la libertad de expresión en el Sistema Interamericano (Rele, 2020, párr. 451).

Desinformación, ataques a la prensa y falta de equidad en la contienda electoral.

El Informe preliminar de la Misión de Observación Electoral (MOE) de la Organización de Estados Americanos (OEA), para la primera y segunda ronda electoral de las elecciones 2022, advirtió al país, nuevamente, acerca de los desafíos en materia de equidad en la contienda.

Son reiterativos los informes de la misiones electorales en Costa Rica al señalar que el sistema de financiamiento actual no favorece la equidad de la contienda electoral. “Los datos provistos a MOE/OEA indican que solo 5 de las 25 candidaturas presidenciales que participaron en la elección realizaron más del 75% del total de gastos en publicidad registrados durante la campaña”.

La Misión propone al país, una vez más, “discutir la creación de una franja electoral gratuita en medios de comunicación, que garantice un espacio a todas las candidaturas y que contribuya a reducir los costos de las campañas”.

Desde el año 2013, el Tribunal Supremo de Elecciones formuló una propuesta de reforma electoral para establecer franjas electorales gratuitas en radio y televisión, con el fin de generar una mayor equidad en la contienda, un

abaratamiento de las campañas electorales y una reducción significativa de los gastos partidarios en radio y televisión.

Actualmente, se encuentra en corriente legislativa otra iniciativa para la creación de franjas electorales (expediente No. 21836) que propone: a. Un adelanto de la contribución estatal para que el Tribunal Supremo de Elecciones adquiera espacios publicitarios y los distribuya entre los partidos políticos y b. un mecanismo de distribución de la publicidad, entre los partidos políticos nacionales y provinciales, en el que se combina el arrastre electoral, la representación legislativa y un criterio de asignación equitativa, lo que garantizaría un mayor conocimiento de las personas electoras de la oferta partidaria. Ese mecanismo de asignación de la publicidad le daría posibilidad a todas las agrupaciones políticas y a las personas candidatas de plantear sus propuestas y participar de manera más activa en el debate democrático.

La Misión expresó, asimismo, su preocupación por la crítica constante a la prensa y al trabajo de personas comunicadoras, expresadas por el candidato presidencial, hoy Presidente, Rodrigo Chaves Robles, alegando una cobertura parcializada de la campaña con intención de perjudicarlo.

La libertad de expresión y el derecho de los periodistas a realizar investigaciones sobre figuras públicas son valores protegidos por el sistema interamericano de derechos humanos. Esas inconformidades deben ser tramitadas por las vías institucionales, de acuerdo con el derecho de rectificación o respuesta establecido en la ley costarricense y en el sistema interamericano (Informe Preliminar de la Misión de Observación Electoral de la OEA para

la segunda vuelta en Costa Rica, abril 2022, párr.10)⁴.

La conversación pública electoral en redes sociales estuvo influenciada no solo por los altos niveles de desinformación sino también por la intervención directa de plataformas. En enero 2022, la empresa Meta, casa matriz de Facebook e Instagram, anunció una serie de medidas adicionales para proteger la integridad de las elecciones en Costa Rica y brindar más transparencia a las personas, entre ellas la conformación de “un equipo especializado para detectar y eliminar riesgos en tiempo real, el programa de verificadores independientes de datos para combatir la desinformación y la colaboración con el Sistema de las Naciones Unidas en Costa Rica y el Tribunal Supremo de Elecciones (TSE) para brindar a las personas información confiable”.

Por otra parte, Facebook y el TSE acordaron eliminar publicaciones falsas sobre las elecciones que pusieran en riesgo el ejercicio del sufragio el mismo día de la elecciones. El acuerdo con el Tribunal Supremo de Elecciones establecía que los encargados de solicitar la exclusión de contenidos serían los Magistrados del órgano electoral por medio de resoluciones fundamentadas⁵. Los únicos casos de contenidos removidos, por disposición del TSE, se refieren a propaganda prohibida durante el periodo de veda electoral.

Meta reveló, en el mes de abril, que eliminó una red de Comportamiento Inauténtico Coordinado, que tenía como intención manipu-

lar el debate público y lograr un objetivo estratégico a través de una gran cantidad de cuentas falsas y que amplificó contenido de páginas de políticos y negocios locales. “Usualmente publicaba sobre ambos bandos del espectro político, incluyendo apoyo a los candidatos políticos que competían entre sí. Algunas de estas cuentas tenían fotos de perfil, posiblemente generadas usando técnicas de inteligencia artificial como Redes Generativas Antagónicas (GAN por sus siglas en inglés) (Meta, Informe de Amenazas Adversarias, abril, 2022, p.15). Según la empresa, se eliminaron 233 cuentas de Facebook, 84 páginas, dos grupos y 27 cuentas de Instagram que operaban en Costa Rica y El Salvador.

En ese contexto, la MOE/OEA felicitó al órgano electoral por la diversidad de medidas para enfrentar la desinformación, entre ellas, la difusión de considerable información electoral a través de diversos canales.

El Observatorio de Discursos de Odio y Discriminación del Centro de Investigación en Comunicación (CICOM) y la Organización de las Naciones Unidas, analizó las interacciones violentas que se dieron en redes sociales posterior a los debates presidenciales de los principales canales de televisión, durante la primera ronda presidencial. De 10.343 comentarios públicos analizados, el 62%, en el caso de Repretel, y el 53%, en el caso de Teletica, evidenciaron discursos de odio y/o interacciones violentas. El ataque violento contra periodistas y medios de comunicación registra el mayor porcentaje de interacciones.

En este tema queda pendiente una amplia discusión en el país sobre el papel de las plataformas de Internet en la remoción y moderación de contenidos y los eventuales riesgos para el ejercicio de la libertad de expresión en línea.

Destaca, en este periodo, la promulgación de la Ley No. 1018, reforma al Código Electoral para brindar mayor transparencia y acceso a la información en el proceso electoral, del 26 de

4 Ver ambos informes en https://www.oas.org/es/centro_noticias/comunicado_prensa.asp?sCodigo=D-001/22 y https://www.oas.org/es/centro_noticias/comunicado_prensa.asp?sCodigo=D-003/22

5 <https://www.nacion.com/el-pais/politica/tse-y-facebook-acuerdan-eliminar-publicaciones/VXLETRC-FINFHFBNXBQRFSJ2TFY/story/> y <https://delfino.cr/2022/01/facebook-implementa-medidas-para-prevenir-desinformacion-durante-las-elecciones-en-costarica>

agosto de 2021, que exigió, para la inscripción en el Registro Electoral de las candidaturas a la presidencia de la República, la presentación del programa de gobierno del partido político correspondiente. “La información debe ser entregada con el contenido y en los formatos que se definan reglamentariamente. Asimismo, obligatoriamente deberá ser publicada por el Tribunal Supremo de Elecciones (TSE) por los medios oficiales y en otros que estime convenientes, en cumplimiento del derecho de la ciudadanía a ejercer un voto informado”.

Tendencias legislativas

Durante el periodo de análisis, se presentaron a corriente legislativa varios proyectos de ley que revisten interés desde el ejercicio del derecho a la libertad de expresión.

En el expediente No. 22.406 se retoma una iniciativa, de años atrás, para despenalizar los delitos contra el honor mediante la derogatoria de estas figuras, tanto en el Código Penal como en la Ley de Imprenta, y convertirlas en faltas civiles, reguladas en el Código respectivo. Según la exposición de motivos resulta “preocupante desde el ámbito del ejercicio del derecho a la libre expresión, constatar que las querellas por delitos contra el honor suelen ser utilizadas para intimidar y silenciar a las y los periodistas, a los medios de comunicación y la ciudadanía crítica. La amenaza constante de sufrir acusaciones penales puede provocar que quienes tienen el deber de informar al pueblo se autocensuren y omitan ventilar toda la verdad sobre asuntos de interés público”

La tendencia del sistema interamericano de derechos humanos, a partir de jurisprudencia de la Corte IDH, es que la sanción penal resulta desproporcionada en asuntos de interés público y que cualquier intento de despenalizar debe ser bien visto desde la protección al derecho a la libertad de expresión. No obstante, también es clara la jurisprudencia regional en que la san-

ción civil podría resultar igualmente desproporcionada en asuntos de interés público.

Otra de las propuestas legislativas, (expediente No. 22171) presentada durante el periodo, es el proyecto de ley para penalizar los crímenes de odio, el delito de discriminación racial y otras violaciones de derechos humanos. La propuesta busca sancionar la difusión de discriminación racial por cualquier medio, incluyendo Internet. La norma sancionaría “con prisión de seis meses a tres años, a quien difunda, distribuya o exhiba por cualquier medio y de cualquier forma, material con contenido de imagen, audio, video que promueva mitos, estereotipos, prejuicios o sesgos o que incite a otras personas a rechazar, desprestigiar, odiar, discriminar o a cometer actos de violencia o a otra acción ilegal similar contra una persona o grupos de personas sobre la base del odio racial, u organice, financie actividades que incite a otras personas a cometer dichos actos.”

Uno de los problemas de la regulación de los discursos de odio es, por un lado, la ausencia de una definición unívoca en el derecho internacional de los derechos humanos y, por otro, los tipos penales abiertos (como en este caso) por el riesgo de convertirse en una regulación y restricción desproporcionada de la libertad de expresión.

En el ámbito de la expresión comercial, una reforma integral a la Ley No. 5811, que se tramita en el expediente No. 22505 (Ley para la protección de la imagen y la dignidad de las mujeres en la publicidad comercial) pretende actualizar el marco normativo ya obsoleto (1975) para definir criterios y parámetros de calificación más precisos en la regulación de este tipo de contenidos. La reforma incorpora restricciones al material publicitario de carácter comercial que promueva o incite formas de discriminación y violencia simbólica, mediática, física, psicológica, sexual, de género, económica y patrimonial.

Una de las regulaciones más polémicas del texto, es la que considera como material publicitario las portadas de los periódicos de circulación nacional, lo que podría considerarse violatorio de la libertad editorial de los medios de comunicación: "...queda prohibida la presentación de la imagen de las mujeres y de las personas en general, como objetos sexuales en las portadas y contraportadas de los periódicos de circulación nacional para motivar sus ventas" (Artículo 7, párr. final).

La Asamblea Legislativa deja pendiente, lamentablemente, al concluir su periodo constitucional, la aprobación del Acuerdo Regional sobre el acceso a la información, la participación pública y el acceso a la justicia en asuntos ambientales en América Latina y el Caribe (Acuerdo de Escazú), que significa un importante avance en el acceso a la información de interés público. El acuerdo garantiza la accesibilidad y el principio de máxima divulgación sobre asuntos ambientales: "Cada Parte deberá garantizar el derecho del público de acceder a la información ambiental que está en su poder, bajo su control o custodia, de acuerdo con el principio de máxima publicidad" (Expediente No. 21245, Artículo 5.1).

En temas de transparencia y publicidad en las donaciones privadas a partidos políticos, una iniciativa legislativa, recogida en el expediente No. 22599, introduce una reforma al artículo 123 del Código Electoral para que todos los partidos políticos, a escala cantonal, provincial y nacional, estén obligados a publicar mediante un medio digital de acceso público permanente la lista total de contribuyentes privados.

Las personas legisladoras cierran el periodo constitucional con la aprobación de la Ley de Acceso a la Información y Transparencia (Expediente No. 20799) un instrumento normativo que salda la deuda del país en la regulación de este derecho. Se espera que este nuevo marco normativo supere las garantías ya establecidas por la vasta jurisprudencia constitucional, sin

embargo, se incluyen algunas restricciones al acceso a la información que podrían resultar contrarias al derecho (artículo 8).

Mediante el expediente No. 22032, se aprueba en segundo debate la Ley para prohibir la propaganda que denigre a la persona adulta mayor, que sanciona la publicidad y el contenido de archivos informativos descargables en Internet que menoscabe la dignidad, el honor o el derecho a la imagen de la persona mayor de edad. La nueva legislación introduce modificaciones a la Ley No. 5811, que regula la publicidad que utiliza la imagen de la mujer, mientras en corriente legislativa espera una iniciativa de reforma integral a esta Ley. Una actividad legislativa desarticulada y que propone parches aislados a desafíos comunes.

La jurisprudencia constitucional y electoral

Durante los años 2020-2021, la Sala Constitucional continuó con el desarrollo jurisprudencial garantista del derecho a la libertad de expresión y el acceso a la información pública.

En uno de los votos relevantes del periodo, declaró con lugar un recurso de amparo contra la Presidenta Ejecutiva del Instituto Costarricense de Acueductos y Alcantarillados (A y A), por exhortar a los funcionarios a no brindar información a la prensa. En la resolución No. 16167-2020, el Tribunal estima que la actuación de la funcionaria constituye una afectación a los derechos constitucionales a la libertad de pensamiento y expresión, de prensa y a la igualdad, todo esto en relación con los principios constitucionales de rendición de cuentas y transparencia en la gestión pública. Se trata, según la Sala, de una especie de censura velada, dado que el resultado es que los medios de comunicación afectados (*Diario Extra* y *CRHoy*) no tuviesen acceso a la información pública.

Mediante resolución No.21939-2020, el órgano jurisdiccional declara con lugar un

recurso de hábeas corpus interpuesto por una periodista por su aprehensión arbitraria e injustificada y la restricción desproporcionada al ejercicio de su libertad de prensa, mientras filmaba la actuación de la policía en una manifestación, en vía pública, ocurrida en Ochomogo, en octubre de 2020.

El Tribunal constitucional sostiene que la protección de la libertad de prensa se garantiza a aquella persona que ejerza una actividad periodística, y que tal protección va dirigida al ejercicio del periodismo en libertad. En razones adicionales, la Magistrada Hernández sostiene que “en una democracia constitucional como la nuestra, la ciudadanía y, en especial, la prensa, tiene derecho a cuestionar, filmar y registrar los actos de la policía en vía pública (como parte del accountability), sin que eso pueda ser considerado una amenaza o agresión a su actuación, menos aún, ser capaces de justificar represalias o arbitrariedades contra las libertades fundamentales de los ciudadanos”.

En otra resolución de 2020, el Tribunal Constitucional consideró que la resolución de la Agencia de Protección de Datos de los Habitantes, (Prodhab) que ordenó al *Diario Extra* eliminar la fotografía de un denunciante, de sus plataformas digitales, es lesiva a la libertad de información. Según la Sala, el ejercicio de las competencias de la Prodhab, para fines de la Ley de Protección de la Persona frente al Tratamiento de sus Datos Personales, no puede ser utilizada como un censor del ejercicio legítimo de la libertad de prensa, porque ello sería una censura indirecta, en control del Estado (Resolución No. 10961-2020).

Otras resoluciones relevantes entre ellas: No. 2207-2021, acceso a información sobre acuerdo con FMI y Ley de Empleo Público; No. 27055-2021, no cabe el derecho de rectificación o respuesta sobre opiniones; No. 23743-2021, obligación de Sugef de entregar información estadística sobre denuncias y quejas de clientes del Banco Nacional; No. 96660-2021 se lesiona

el derecho a la información el cobrar al administrado por información disponible. Otros votos de interés: 18615-2021, 13508-2021, 5806-2021 y 16680-2020, entre otros.

Por su parte, en este periodo electoral, el Tribunal Supremo de Elecciones conoció de asuntos relacionados con la participación en los debates de las candidaturas presidenciales, sobre veda electoral, el bloqueo a usuarios de cuentas de partidos políticos en Internet, entre otros asuntos.

En la resolución No. 1633-E1-2022, el órgano electoral declara con lugar un recurso de amparo electoral por el bloqueo a un usuario de la red social Facebook, por parte de un partido político. En el voto, el TSE sostiene que cuando el bloqueo en redes “se da desde la cuenta de la agrupación política... se genera una acción desproporcionada... que restringe a un votante el acceso a parte de la información con la que podría formarse su decisión electoral.” El órgano electoral ha sostenido la posición de que esa misma exigencia no se puede hacer en los perfiles personales de las personas candidatas a puestos de elección popular. (sentencia n.º 3252-E1-2018), criterio que contrasta con los estándares interamericanos sobre libertad de expresión que tutela de manera especial la información de la ciudadanía en los contextos electorales.

Cuando se trata de un perfil de una agrupación política, la “función de relevante de interés público” (artículo 49 CE) que cumplen los partidos hace que aplique, *mutatis mutandis*, la doctrina desarrollada por la Sala Constitucional en punto a la imposibilidad que tienen los administradores de cuentas institucionales de bloquear, sin fundamento, a los usuarios.

Es importante destacar el criterio minoritario, reiterado en esta sentencia, de la Magistrada Zetty Bou en el sentido que también procedería acoger un amparo, cuando una per-

sona candidata utilice su perfil personal para dar información relevante para su campaña o de su partido y bloquee a un usuario.

El TSE reiteró, durante el reciente proceso electoral, el amplio margen de acción que, para difundir información y realizar cobertura de eventos políticos, tienen los medios de prensa. En el caso de la difusión de debates durante el periodo de veda propagandística, el órgano electoral sostuvo que la organización de debates forma parte del ejercicio periodístico amparado en la libertad de prensa, lo cual no solo descarta el carácter “propagandístico” de la actividad, sino que justifica el por qué esos interlocutores tienen margen suficiente para decidir a quiénes invitan a sus actividades (Resolución No. 0777-E1-2022).

Durante el periodo, el órgano electoral conoció también de recursos de amparo electoral por la exclusión de candidaturas en debates organizados por medios de comunicación privados. El TSE reiteró el criterio de que en la organización de debates político-electorales por parte de medios de comunicación privados no existe norma que los obligue a invitar a todas las personas que aspiran a puestos de elección popular; “la única intervención legítima de la Autoridad Electoral en los debates, cuando sean organizados por medios de comunicación privados, podría darse en presencia de los supuestos de excepción desarrollados o que, en los términos de la doctrina sentada en la resolución N° 4099-E8-2009, generen exclusiones –de uno o varios de los contendientes– por criterios de selección no objetivos o arbitrarios” (Resolución No. 0835-E1-2020).

En Resolución No. 4137-E3-2020, el Tribunal Supremo de Elecciones conoce de un recurso de apelación electoral de un periodista a quien la Dirección General de Registro Electoral y Financiamiento de Partidos Políticos le impuso una multa por infracción a la veda electoral, conforme con el artículo 288 inciso c) del Código Electoral. El comunicador alegó en su

recurso que la imposición de la multa violaba su libertad de prensa. Al valorar que los contenidos transmitidos en el programa televisivo del recurrente no eran contenidos periodísticos sino propaganda electoral, el órgano electoral confirmó la sanción. Según el TSE:

El elemento esencial de la propaganda es la intencionalidad de la información con la que se pretende influir en la opinión de los receptores para que adopten un determinado comportamiento electoral. En este asunto, revisada la prueba se concluye que las pautas no constituyen entrevistas de contenido como pretende hacerlo ver el impugnante: no solamente no poseen ese formato en el que participan dos personas y se formulan preguntas o afirmaciones para que una de ellas conteste lo requerido, sino que, únicamente, se trató de espacios en los que diversas personas candidatas del PRSC expusieron sus ideas y proyectos con la intención de influir en la voluntad del electorado y convencerlo de votar por esa agrupación política.

El III Informe sobre el estado de la libertad de expresión en Costa Rica

El Programa de Libertad de Expresión y Derecho a la Información (PROLEDI) y el Centro de Investigación en Comunicación (CICOM) presentan un nuevo informe sobre el estado de la libertad de expresión en Costa Rica. Esta tercera edición se enmarca en los viejos y nuevos desafíos que presenta la libertad de expresión en las sociedades democráticas: la desinformación y las narrativas violentas en el entorno digital, las viejas y nuevas estructuras de concentración de poder en los medios de comunicación, la seguridad de los periodistas, la calidad de la información y las garantías para el acceso a la información sobre asuntos públicos.

Este documento es solo un ángulo de referencia sobre algunos temas esenciales de la

dimensión social de libertad de expresión en nuestro país. Quedan muchos asuntos pendientes, en especial aquellos que condicionan hoy este derecho en el entorno digital.

En el primer capítulo se presenta una caracterización de los principales grupos de la comunicación en Costa Rica, un acercamiento a las distintas prácticas de concentración que ejercen y los hitos y movimientos más relevantes de los últimos años. En una democracia, el sistema de propiedad de los medios de comunicación es muy relevante, nos ayuda a determinar las voces representadas y las voces ausentes, así como los desafíos en pluralismo informativo que tiene el país.

El fenómeno de la desinformación es particularmente importante en los procesos democráticos contemporáneos. El segundo capítulo se dedica a un análisis de la difusión de contenidos desinformativos en la campaña política 2022, en tres grandes macrotemas: pandemia, elecciones y candidatos.

El Informe presenta, en el tercer capítulo, una revisión a las iniciativas presentadas en la Asamblea Legislativa para regular el derecho de acceso a la información pública y los alcances de estas propuestas, en especial la iniciativa aprobada en segundo debate, bajo el expediente No. 20799, Ley de Acceso a la Información y Transparencia.

La inseguridad y la precarización del trabajo de las personas que ejercen el periodismo son parte las temáticas abordadas en cuarto capítulo de este III Informe. El estudio se concentra en variables como la percepción sobre amenazas, hostigamiento y la vigilancia, junto a otras formas de intimidación y de violencia contra periodistas y trabajadores de la prensa, los mecanismos de seguridad y las condiciones laborales.

El quinto capítulo hace un balance crítico entre las formas de violencia política, mediática y digital que marcan las experiencias de las mujeres en política y las estrategias para superar dichas violencias. El texto describe los usos políticos de las redes sociales que hacen las mujeres en ejercicio político para la construcción de estrategias de negociación, confrontación y superación de la violencia política.

Finalmente, el sexto capítulo nos presenta un interesante análisis a profundidad de la calidad de las noticias en varios medios de comunicación, desde una perspectiva teórica, que propone que la calidad periodística es un derecho de las audiencias.

Esperamos que la información que recoge este III Informe sirva de insumo para el debate académico, político y social de temas esenciales para fortalecer el derecho a la libertad de expresión y el acceso a la información en Costa Rica. ■

CAPÍTULO 1

Concentración mediática, convergencia y grupos económicos de la comunicación en Costa Rica

Óscar Mario Jiménez Alvarado*

1.1 Introducción

En 2018, el Programa de la Libertad de Expresión y Derecho a la Información (PROLEDI) publicó en su *Primer Informe del Estado de la Libertad de Expresión en Costa Rica* un capítulo dedicado a la concentración mediática en el país. Las conclusiones de ese texto eran claras: el sistema de medios de comunicación presentaba concentración de la propiedad y un proceso de transnacionalización que debía ser motivo de atención para sectores sociales y académicos.

Cinco años después, el PROLEDI vuelve a colocar el tema a discusión con este capítulo. Al igual que en 2018, este documento se posiciona de manera crítica frente a la concentración mediática y, por tanto, asume que es una problemática internacional que lesiona la libertad de expresión, afecta el derecho a la información, precariza el ejercicio del periodismo e impide que se pueda garantizar plenamente la diversidad mediática indispensable para garantizar una democracia de calidad.

Gracias al renovado interés académico que ha suscitado este asunto en los últimos años, a la constancia del PROLEDI en investigar este problema y al compromiso de la Universidad de Costa Rica (UCR) con la libertad de expresión,

ahora no se inicia desde cero. Existen una serie de investigaciones publicadas previamente en el marco de este programa académico, así como otras publicaciones que abordan esta temática que han permitido generar un cuerpo de pensamiento y análisis con respecto a este tema (PROSIC, 2009; Robles y Voorend, 2012; Chinchilla, 2013; Boza, 2014; Jiménez, 2017; Ochoa, 2017; Alvarado, 2018; Ramírez, 2018; Rodríguez y Boza, 2018; Fournier, Jiménez y Ochoa, 2018; Garro y Solís, 2019; Robles, 2019; Jiménez y Voorend, 2019; Garro, Monge y Solís, 2020; Jiménez, 2020; Rodríguez, 2020; Robles, 2021). Todas estas investigaciones son la referencia y punto de partida para este capítulo.

En las siguientes páginas se presenta una caracterización de los principales grupos de la comunicación de Costa Rica, así como un acercamiento a las distintas prácticas de concentración que ejercen. Es, hasta cierto punto, una actualización de aquél primer capítulo que PROLEDI dedicó al tema hace un lustro, con varias ampliaciones que permiten complejizar la temática e incluir en el análisis las prácticas de convergencia, las tendencias de transna-

*Politólogo por la Universidad de Costa Rica (UCR). Es Máster en Comunicación y Desarrollo por la UCR, tiene un Diplomado en Gerencia Pública por la Universidad de Chile y actualmente cursa la Maestría en Artes, también en la UCR. Tiene más de 10 años de experiencia en investigación, asesoría en comunicación estratégica y prensa, asesoría política y activismo en temas de libertad de expresión. Ha investigado la concentración y la convergencia mediática de Costa Rica y ha trabajado para PROLEDI, Freedom House, las Radioemisoras de la UCR, la Asamblea Legislativa, el Ministerio de Comunicación y el Instituto Costarricense de Electricidad.

cionalización y el estado actual del ecosistema mediático costarricense.

En términos de estructura, el capítulo tiene 6 secciones. Primero, esta introducción para explicar el contenido de manera general. Segundo, la sección dedicada al encuadre teórico-conceptual donde se expone la corriente crítica en la cual se inscribe este artículo.

Tercero, un apartado de contexto en el que se realiza una descripción del sistema de medios de Costa Rica. En esta parte se presenta todo lo relacionado con el marco legal de la comunicación, así como la normativa vigente en la materia. Adicionalmente, se sistematizan los hitos y movimientos más relevantes de los últimos años dentro del ecosistema mediático nacional.

Cuarto, se realiza una caracterización de los principales grupos que operan en el escenario mediático nacional. Este ejercicio actualiza un acercamiento hecho por Jiménez (2017) sobre prácticas de concentración, explica los principales cambios, movimientos e inversiones de las empresas y realiza un primer acercamiento a las prácticas de convergencia que utilizan¹.

Quinto, se realiza un acercamiento a las prácticas de concentración mediática que ocurren en la radio, la televisión abierta, la televisión por suscripción y la prensa costarricense. En el caso de la TV abierta, se realiza una primera evaluación del proceso de digitalización de la televisión. Además, se incluye también por primera vez un análisis de la concentración de los servicios de TV por suscripción. Y sexto, se exponen las conclusiones y las reflexiones generales sobre el tema.

Este constituye una fotografía a noviembre de 2021. Se menciona la fecha de entrega

1 En el desarrollo de este cuarto apartado se contó con la asistencia de Carlos Boschini Castillo, estudiante de Ingeniería en Producción Industrial del Instituto Tecnológico de Costa Rica al cual se le agradecen los aportes y el trabajo realizado.

porque las aceleradas modificaciones del entorno mediático, las nuevas prácticas de concentración, el aumento del capital transnacional, las impensables tendencias de convergencia y los indetenibles cambios en los hábitos de consumo pueden provocar un rápido cambio de sus principales hallazgos.

1.2 Encuadre teórico-conceptual

Hay varios enfoques teóricos y conceptuales para analizar la concentración mediática y los grupos de comunicación. Este texto lo hará utilizando los planteamientos de la economía política de la comunicación, que aborda de manera crítica la relación entre medios, sistemas de comunicación, estructura social y Estados, así como la relación que estos factores tienen, a su vez, con cuestiones como la justicia social, la igualdad, el derecho a la libertad de expresión y el bien común (Murdock y Golding, 2000; McChesney, 2000).

La economía política de la comunicación se preocupa por las relaciones de poder en los sistemas de producción, distribución y consumo de la comunicación (Mosco, 2006). Además, considera al sistema de medios como un entramado simbólico y cultural subordinado al sistema económico, que mercantiliza la información y realiza funciones de reproducción ideológica del sistema de poder dominante (Mosco, 2006; Zallo, 1988, 1992; 2000; 2011).

Es un enfoque crítico, que parte del supuesto de que la cultura se convirtió - durante el siglo XX - en un bien de mercado que provocó que una parte importante de la producción cultural fuera absorbida por formas de producción capitalista, generando dinámicas de concentración e intercambio comercial en distintas áreas, incluidos los medios de comunicación (Becerra y Mastrini, 2017). En cierta medida, hereda la visión crítica y pesimista de la cultura de masas y los medios de comunicación que se planteó en

el enfoque de industrias culturales a partir de la segunda mitad del siglo XX (Adorno, 1967).

Es un encuadre útil, porque permite acercarse a las empresas de medios como grupos económicos de la comunicación, o a los actores mediáticos que operan en los mercados como parte de una industria cultural con funciones simbólicas de reproducción ideológica. Es decir, considera en el análisis no solo la dimensión económica de carácter empresarial sino también su rol político e ideológico.

La asignación de esta función simbólica de reproducción ideológica puede constituir una limitante que se debe tener clara. Si se parte del supuesto que los medios están supeditados al sistema económico internacional, y que buscan una reproducción del mismo, es factible caer en un determinismo que ignore la complejidad de los ecosistemas mediáticos actuales. Este trabajo, consciente de esta limitante, busca acercarse a este tema reconociendo que existen “zonas grises” en el mercado de los medios y en las actuaciones de las empresas de comunicación. Es decir, no toda actividad, decisión o contenido se explica desde ese interés por validar el sistema económico dominante, pues es posible que entren en juego otros factores de índole político, empresarial, simbólico e identitario ajenos a esta dinámica.

A pesar de esta eventual carencia, lo cierto es que la Economía Política de la Comunicación posibilita acercarse de manera crítica a las dinámicas y fenómenos que ocurren en los sistemas de medios. Uno de estos fenómenos es la concentración mediática, proceso complejo y ocasionado por múltiples factores que se relaciona con una “noción de control” o dominio de una empresa, un conglomerado económico o un conjunto de empresas sobre los medios de un determinado lugar (Fournier et al., 2018; Jiménez, 2017; Pérez y Acosta, 2003). Este control ocurre a través de mecanismos económicos como la adquisición, compra, fusión u operaciones comerciales entre empresas, o mediante

la generación de obstáculos que impiden el ingreso de más actores a un determinado mercado (Sánchez Taberero y otros, 1993; Jiménez, 2017; Jiménez y Voorend, 2019).

La concentración tiene una dimensión económica, una política y una geográfica. La primera –en la que se profundizará en este trabajo– se enfoca en los procesos financieros de las empresas de los medios, y hace énfasis en el estudio de la concentración de la propiedad, la pauta o las audiencias como transacciones económicas que permiten amasar poder de mercado y consolidar una posición dominante. La segunda se concentra en estudiar la acumulación del poder de los medios en una determinada sociedad, así como las relaciones entre élites y empresas de la comunicación.

La dimensión geográfica, por su parte, se acerca a la concentración considerando la dimensión espacial de la misma. Con ello, pretende evidenciar que los lugares no son neutrales, y en ellos se concentra poder y capital económico. Este énfasis ha permitido visibilizar, por ejemplo, las consecuencias en términos comunicativos y de contenido de que una gran cantidad de medios transmitan y produzcan únicamente desde San José (Garro et al., 2019).

No existe una clasificación única de los tipos de concentración que pueden ocurrir en la dimensión económica, pero es posible ubicar varias formas de relativo consenso, por ejemplo, la concentración vertical, la horizontal, la conglomeral, la internacional o la multimedia. De igual forma, también la concentración publicitaria o la concentración de audiencias.

De estas, las formas clásicas serían la vertical y la horizontal. La primera ocurre cuando una empresa o grupo económico controla todas las unidades de una cadena de producción. Es decir, cuando un mismo actor tiene dominio sobre las estructuras de transmisión de contenidos, sobre quienes producen la información y sobre quienes los distribuyen. En la segunda,

una empresa o grupo controla un conjunto de medios en un mismo nivel de producción, por ejemplo, cuando un conglomerado controla varios canales de televisión abierta (Labate et. al, 2013; Zelada, 2004; Pérez Gómez, 2002).

Otros tipos son la conglomeral o la multimedia. La conglomeral ocurre cuando un grupo empresarial ligado a la comunicación tiene inversiones o actividades en otros mercados que le genera un aumento del poder relativo en ese mercado y, por tanto, una mayor incidencia en su área de influencia (Jiménez, 2017). La multimedia, por su parte, es aquella que sucede cuando una empresa tiene dominio, de manera simultánea, de distintos medios de comunicación en distintas ramas o plataformas (Zallo 1988; 1992; 2000; 2011). Por ejemplo, cuando un conglomerado maneja al mismo tiempo emisoras de radio, cadenas de televisión, sitios web y periódicos.

La concentración internacional o transnacional hace referencia a los procesos económicos de fusión o compra que superan las fronteras de los estados nacionales, y que derivan en la consolidación de macro-grupos comunicativos de carácter regional o continental con filiales en varios países, holdings o múltiples formas o alianzas empresariales (Zallo, 2011).

Este tipo de concentración económica es de particular relevancia en Costa Rica, pues varias investigaciones han demostrado que este país vive un proceso de transnacionalización de su comunicación, debido al crecimiento de empresas y holdings internacionales en el ecosistema mediático nacional (Fournier et al., 2018; Jiménez y Voorend, 2019).

De igual forma, es importante reiterar que la concentración tiene consecuencias. Desde la perspectiva de la economía política de la comunicación, se asume que esta problemática afecta el ejercicio pleno y democrático de los derechos comunicativos de las personas y lesiona el pluralismo y la diversidad en las socie-

dades contemporáneas (Martín-Barbero, 2005; McChesney, 2005).

Este posicionamiento no es exclusivo de este enfoque. Organizaciones sociales, organismos internacionales e instancias que defienden la libertad de expresión también señalan que una alta concentración de muchos medios en pocas manos reduce las fuentes informativas, disminuye la pluralidad de voces, empobrece el debate público, precariza las condiciones de trabajo en los medios de comunicación, debilita la libre circulación de ideas y amenaza la libertad de expresión de las personas (Becerra y Mastriani, 2006a, 2009; CIDH; 2003, 2007, 2010, 2014; Jiménez, 2017; Fournier et. al., 2018).

Por lo consignado anteriormente es que se utiliza este enfoque para estudiar los grupos económicos de la comunicación que operan en Costa Rica, sus prácticas, sus negocios y sus estrategias de concentración. Es decir, el análisis que se presenta en este capítulo se realiza desde un claro posicionamiento de que la concentración mediática en sus diversas modalidades es negativa para la libertad de expresión y el pluralismo, y atenta, directamente, contra la posibilidad de consolidar un ecosistema comunicativo libre, diverso y representativo de las sociedades contemporáneas, que respete el derecho a la comunicación de todas las personas.

1.3 El ecosistema mediático de Costa Rica en 2021

En el transcurso de los últimos cinco años, el ecosistema mediático costarricense ha sufrido profundos cambios. Han ingresado nuevos actores transnacionales al negocio de la televisión, se han concluido transacciones entre grupos empresariales, se han generado alianzas relevantes entre actores dominantes y se ha profundizado la convergencia multimedia entre el mercado de los medios y las empresas del sector de telecomunicaciones.

Adicionalmente, en los últimos años las empresas mediáticas han enfrentado una compleja situación económica que se ha agravado debido a la pandemia de COVID-19, que paralizó producciones, generó recortes de personal y provocó reducciones de jornadas en las principales empresas de radio, prensa y televisión del país. En medio de toda esta situación, el proceso de digitalización de la TV abierta en Costa Rica continuó, tratando de sortear obstáculos de índole geográficos, tecnológicos y sanitarios. Estos cambios y continuidades son posibles de observar en cinco hechos clave o emblemáticos que han ocurrido de 2018 a la fecha, y que se enumeran a continuación.

El primer hecho clave es que el dinamismo que mostraron los actores mediáticos y la ebullición económica entre los principales grupos, no se acompañó de una actualización o reforma del marco jurídico en la materia. El carácter mixto de la regulación en radiodifusión sonora y televisiva, la ausencia de regulación en los negocios convergentes y la carencia de límites en materia de concentración mediática se mantuvo en el país.

La radio y la televisión que utilizan el espectro radioeléctrico para transmitir continúan, al momento de escribir este capítulo, estando reguladas por un régimen mixto, donde se aplica tanto la Ley de Radio N° 1758, del 19 de junio de 1954, como la Ley General de Telecomunicaciones N° 8642, del 30 de junio de 2008. Es decir, mantiene una situación jurídica que ha implicado que se sigan utilizando ambas legislaciones dependiendo del tema (PGR, 2013), a pesar de que la radiodifusión abierta de acceso universal es una actividad específica, con características muy distintas, a otros servicios de telecomunicaciones que se venden al público. También, ha mantenido una dinámica jurídica inusual que “... no ha quedado lejos de crear inconvenientes en la interpretación del régimen adecuado aplicable a dichos servicios” (CGR, 2017).

De estas dos leyes, la que sigue generando más señalamientos es la N° 1758. En principio, esta norma debería ser el principal instrumento para lo relacionado con la radiodifusión abierta. No obstante, esto no sucede porque se trata de un cuerpo normativo anacrónico, promulgado a mediados del siglo XX cuando la radio era una actividad incipiente y la televisión ni siquiera existía. Múltiples documentos de personas investigadoras e instituciones (Chinchilla, 2013; Boza, 2014; Alvarado, 2018; Rodríguez y Boza, 2018; CGR, 2013, 2017; PGR, 2010, 2013) han consignado las carencias, vacíos, desactualizaciones y omisiones de esta ley, pero los cambios no han llegado. Las críticas se han acumulado, sin que se haya logrado una mejoría en una regulación que - en la práctica - regula poco.

Todos los intentos que se han realizado para reformar integralmente esta legislación o para ajustar el régimen mixto de la radiodifusión no han fructificado- entre otras razones - a la oposición mediática, al desinterés gubernamental y a la ausencia de un músculo parlamentario que apruebe avances en este sentido.

Por ejemplo, en 2014 el tímido intento de la Administración Solís Rivera de presentar una reforma integral a este cuerpo normativo fracasó rotundamente debido a errores políticos del propio Poder Ejecutivo, que publicó un borrador de ley que nunca se llegó a presentar, con varios artículos que lesionaban la libertad de expresión y que fueron la base para una feroz oposición política y mediática. El fracaso de esta iniciativa significó la renovación completa de los jefes del MICITT, y una renuncia implícita del gobierno a tratar de modificar cualquier aspecto de esta ley. Una suerte similar enfrentó la iniciativa de los movimientos sociales, que se llegó a presentar.

Costa Rica, entonces, continúa con un marco jurídico mixto en materia de radiodifusión abierta conformado por dos leyes: Una con 68 años de antigüedad y 14 artículos vigentes que no regula lo que debería regular, y otra que

originalmente se aprobó para normar servicios de telecomunicaciones distintos como la telefonía celular, los cuales se ofrecen y venden al público, y funcionan bajo otra lógica y dinámica, diferente a la que existe dentro de los medios de comunicación.

El mantenimiento de dicho marco jurídico condiciona y explica el segundo hecho clave a considerar, que es la ausencia de límites a la concentración mediática desde una perspectiva integral. Ni en las dos leyes señaladas, ni en ninguna otra norma, se establecen regulaciones claras o mínimas en materia de concentración mediática con una perspectiva que busque garantizar el pluralismo, la diversidad y los derechos comunicativos de las personas (Jiménez, 2017).

En las normas vigentes, no existen topes a la cantidad de frecuencias del espectro radioeléctrico que puede poseer una empresa o un grupo económico determinado². Tampoco se establecen límites cruzados a la concentración entre conglomerados o a la concentración vertical u horizontal, por lo que los actores que participan en el escenario de medios pueden, en la práctica, ejecutar distintas estrategias para aumentar su poder relativo dentro del mercado de medios costarricense.

Esto no sería un problema si existieran procedimientos justos, democráticos y no discriminatorios que fomentaran la diversidad en

² Las frecuencias del espectro radioeléctrico son porciones de la atmósfera por donde viajan las ondas de energía que permiten la transmisión de las señales de radio y televisión. Se consideran un patrimonio público que no puede salir del poder del Estado por ser un bien finito perteneciente a la Nación. Una frecuencia del espectro radioeléctrico sólo puede ser explotada por particulares en las condiciones establecidas en la ley, o mediante una concesión especial otorgada por tiempo limitado, la cual se supedita al cumplimiento de una serie de requerimientos que aseguren un uso eficiente, racional y eficaz del espectro. En Costa Rica, el inciso 14 del artículo constitucional 121 señala que este bien no podrá salir del dominio estatal.

la propiedad de medios a través de procesos diferenciados. No obstante, esto tampoco ocurre. Es más, Costa Rica continúa siendo uno de los pocos países donde no existe un reconocimiento jurídico explícito sobre los medios comunitarios y donde no se fomentan distintos tipos de propiedad mediática, como lo recomiendan los estándares del Sistema Interamericano de Libertad de Expresión (Alvarado, 2021, p. 168).

La poca claridad con respecto a la regulación en materia de concentración ha sido motivo de debate interinstitucional, pero igualmente se ha omitido tomar decisiones. La Superintendencia de Telecomunicaciones (SUTEL), el Ministerio de Ciencia, Innovación, Tecnología y Telecomunicaciones (MICITT) y la Comisión de Promoción de la Competencia (COPROCOM) han tenido varios intercambios sobre el tema entre los años 2013 y 2014 (CGR, 2013; MEIC, 2014; MICITT, 2014). En dichos debates, estas instancias se trasladan la responsabilidad de definir qué se debe entender por concentración de espectro, sin que ninguna asuma realmente un liderazgo en la materia, o tome decisiones con respecto a este problema.

En una de las últimas discrepancias e intercambios la SUTEL emitió, a petición de la CGR, una serie de recomendaciones para medir la concentración en el área de la radiodifusión abierta y gratuita que incluían la utilización del Índice Herfindahl y Hirschman o IHH (Chacón, 2017; SUTEL, 2013; 2015). Esta sugerencia no fue implementada por el MICITT, cuyo jerarca implementó un artículo presente en la Ley General de Telecomunicaciones que permite a la institución apartarse de criterios técnicos sin necesidad de ser justificado (Alvarado, 2021, p. 168).

En todo caso, es pertinente cuestionar si lo que deben establecer las instituciones correspondientes es una definición sobre concentración limitada al espectro radioeléctrico. La erosión de las fronteras entre medios tradicionales y digitales, así como la disolución de lími-

tes entre los negocios de las telecomunicaciones con la radiodifusión plantea el reto de analizar a los grupos de la comunicación más allá de este bien demanial. Es decir, el momento histórico en el que se encuentra el desarrollo de estos negocios permite plantear la duda de que, quizás, el concepto de concentración que se necesita actualmente incluye la concentración del espectro, pero le supera, en tanto las concentraciones no ocurren únicamente mediante el acaparamiento de una frecuencia.

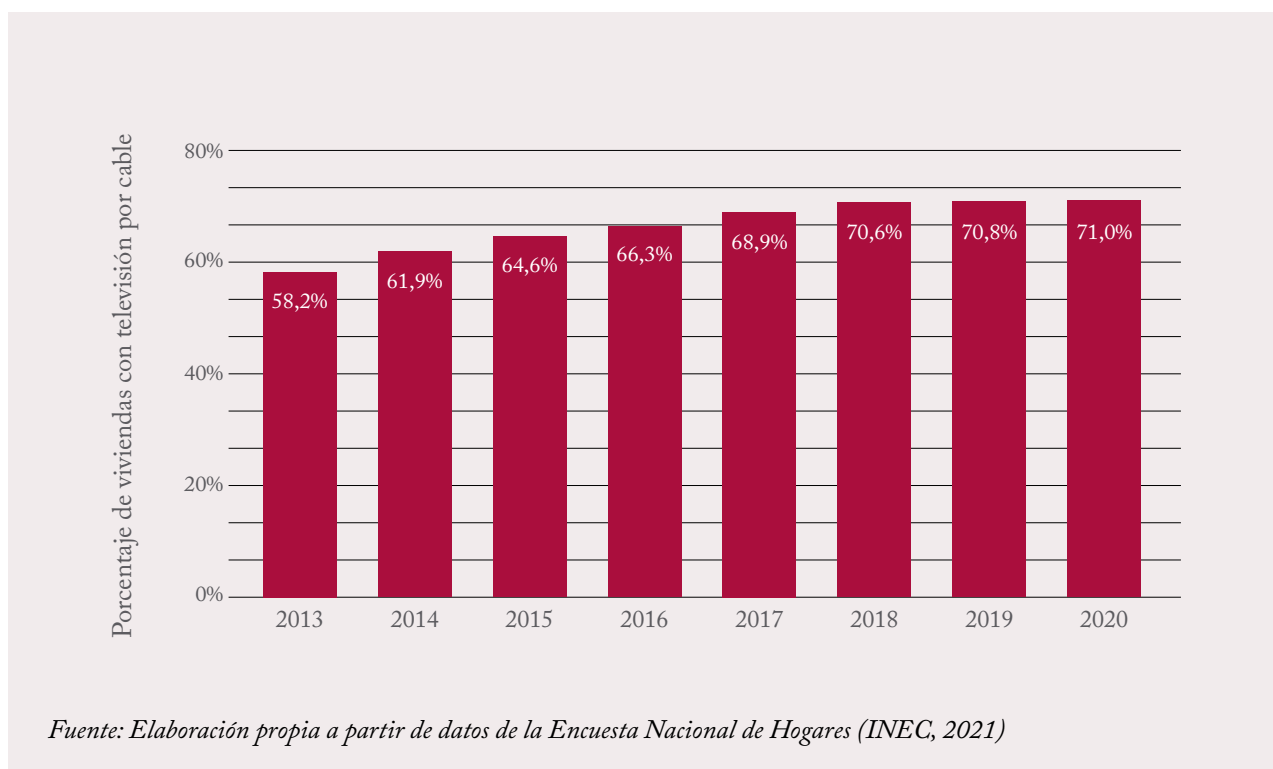
El tercer hecho clave es que el proceso de digitalización de las señales de televisión abierta entró a su fase final. En 2006, el Decreto No. 33058-006-MGP del 4 de mayo del 2006 dispuso formalmente el inicio de la planificación del espectro para este tema, así como la conformación de una comisión para este particular. Desde entonces, el Poder Ejecutivo conformó una comisión, emitió varios documentos y reali-

zó varias recomendaciones de aplazamiento del encendido digital.

Finalmente, en 2019 se decidió que el apagón analógico de la televisión ocurriría en dos momentos (Cordero, 2021a), el primero comprendería el territorio cubierto por las transmisiones provenientes del Parque Nacional Volcán Irazú, el cual se llevó a cabo el 14 de agosto de 2019, mientras que el segundo comprendería la denominada Región 2, que comprende el resto del país no cubierto por las emisiones de dicho lugar. En este caso, tendría fecha máxima el 14 de agosto de 2020. No obstante, esta fecha ha sufrido varios aplazamientos por diversas razones, y ahora las últimas señales analógicas se deberán ir apagando de manera paulatina hasta el 14 de julio de 2022 (Lara, 2021; Castro, 2021a).

Esto es fundamental para discutir sobre la concentración de medios en cuanto a propiedad, pues afecta la posesión de frecuencias del espectro radioeléctrico por parte de los grupos

Figura 1.1 Porcentaje de viviendas con televisión por cable, según año



de comunicación. A la fecha, se han entregado 27 títulos habilitantes para transmitir en el formato de televisión digital, por lo que es posible hacer un primer acercamiento comparativo sobre la cantidad de frecuencias que tenían los actores más relevantes antes del apagón con respecto a este momento.

Los cambios en la TV por suscripción es el cuarto hecho que se debe considerar. La Encuesta Nacional de Hogares (ENAHOG) publicada por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), en julio del 2021, señala un crecimiento en los últimos 8 años en este servicio (Figura 1.1).

Este dato coincide con la cantidad de suscripciones que registra la SUTEL. Según esta última instancia, en 2020 se contabilizaron 866.593 servicios de TV por suscripción en distintas modalidades. El predominio tecnológico se encuentra en el servicio por medio de cable coaxial que registra el 63% de este tipo de contratos, seguido por la televisión satelital con un 26%, y por la TV sobre IP y multipunto que agrupan el 11% restante (SUTEL, 2020).

Prestar atención a este servicio es fundamental porque es uno de los terrenos que se encuentra en disputa entre los grupos económicos. Además, es una de las áreas donde se observa la convergencia de las telecomunicaciones. En la arena de la TV de paga compiten y colaboran cableoperadoras tradicionales, empresas de televisión y actores de capital extranjero que ofrecen, apoyan o administran distintos servicios como canales de televisión, internet o telefonía. En cierta medida, es el terreno donde más claramente se puede observar la complejidad de relaciones empresariales, comunicacionales y tecnológicas que se está consolidando en el transnacionalizado y convergente escenario costarricense.

El quinto aspecto es la complejidad del ecosistema mediático. Actualmente, este país tiene un escenario de medios con múltiples ac-

tores e iniciativas de comunicación, que producen y transmiten contenidos por diferentes plataformas, formatos y tecnologías.

En 2020, PROLEDI realizó un mapeo sobre este particular y logró determinar que, en Costa Rica, operan 296 medios de comunicación, tanto privados como públicos, de alcance nacional, regional o local (Garro et al., 2020). Este mismo estudio visibilizó que el 43% de dichos medios eran emisoras de radio, el 19% canales de televisión, el 19% periódicos, el 11% revistas y el 8% medios digitales. Además, evidenció que el 41% operaba por medio del espectro radioeléctrico, el 33% lo hacía por internet, el 8% por un sistema de cable y el 19% a través de la impresión física tradicional (Garro et al., 2020). Esta multiplicidad de actores y plataformas no es, necesariamente, un sinónimo de pluralismo o de poca concentración. Esto es así porque dichos números no consideran factores de poder como audiencias, penetración, captación de pauta o ganancias, los cuales revelarían inequidades o posiciones dominantes de unos con respecto a otros. A pesar de ello, estos datos son útiles para evidenciar matices, complejidades y zonas grises en este tema.

Finalmente, también se deben tomar en cuenta las estrategias de captura de medios que se han presentado en el ámbito costarricense por parte de las élites en los últimos años. Esta práctica, que según Robles Rivera alude a “las disputas por ejercer acciones directas sobre los medios para suprimir o diseminar la información” (Robles, 2020, p.206), se puede ejercer mediante distintos mecanismos como el uso de la fuerza, la violencia, la influencia de los anunciantes o la compra de medios de comunicación (Robles-Rivera, 2020; 2021). Para el caso de esta contextualización, es de interés particular la última, relacionada con la propiedad.

Un primer caso ocurrió en 2019, cuando surgió *Diario La Carta*, cuyo dueño era Francisco Prendas, presidente de la agrupación política Nueva República, excandidato a la vicepresi-

dencia por esa misma divisa en las elecciones de 2018 y hermano del diputado conservador Jonathan Prendas (Alfaro, 2019a; Madrigal, 2019; Martínez, 2019). Este sitio web fue motivo de polémica en medios porque publicó una noticia falsa sobre el Impuesto al Valor Agregado en la coyuntura donde se debatía el plan fiscal (Alfaro, 2019b; Sequeira y Chinchilla, 2019). También evidenció un interés de un sector político-partidario por tener más influencia en contenidos informativos de carácter digital.

Un segundo caso ocurrió también en 2019, con el lanzamiento del sitio web *El Observador*. Este portal informativo surgió gracias al capital semilla de un grupo de empresarios costarricenses ligados a sectores como la industria, el comercio y los servicios, interesados en tener una participación más activa en el mercado de la información (Castillo, 2019). A la fecha, no se cuenta con información pública sobre sus dueños y es, al igual que el ejemplo anterior, una muestra de cómo la posibilidad de incidir en la definición de la agenda mediática despierta interés en las élites.

Como se observa, el ecosistema mediático pareciera ser estático en términos legales pero cambiante en cuanto a propiedad y movimientos empresariales. De alguna manera, es un escenario dual, donde conviven dos realidades: una jurídica, donde pareciera que nada cambia, y donde se mantiene el status quo de un marco regulatorio omiso y desactualizado; y otra empresarial, comercial y privada, con intensos movimientos de capital convergente y transnacional que no son motivo de interés estatal ni de ningún tipo de regulación.

1.4 Caracterización de los principales grupos económicos de la comunicación de Costa Rica para el año 2021

En este escenario, altamente desregulado, es donde operan los principales grupos económicos de la comunicación que procedemos a

caracterizar. Para el desarrollo de este punto, se toman como referencia los datos de Jiménez (2017), Fournier et al. (2018), Jiménez y Voo-rend (2019) y Garro et al. (2020). Los mismos se actualizan con información de fuentes periódicas y de los sitios web oficiales de cada actor.

La carencia de información pública sobre las inversiones de los distintos grupos representó un reto para la elaboración de esta sección. Como lo han señalado Mastrini y Becerra (2017, p. 19-20), la ausencia de legislación y obligaciones legales para que los medios brinden información accesible sobre sus propietarios e inversiones constituye una de las principales dificultades para estudiar la concentración y los grupos económicos que dominan la comunicación regional y continental.

A pesar de este obstáculo, se logró realizar un análisis de los siete grupos de la comunicación que son clave dentro del ecosistema costarricense: Grupo Repretel, Grupo Nación, Televisora de Costa Rica, Grupo Multimédios, Enlace-TBN, la Conferencia Episcopal y Grupo Extra (Jiménez, 2017). Para cada uno de ellos, se diseñó una matriz para visibilizar las inversiones en el área de la comunicación que tienen, así como otros negocios que administran. Esta información permite hacer un acercamiento integral al tema de la concentración.

De los siete grupos mencionados, tres tienen capital transnacional, tres capital nacional y la mitad son empresas cuyos recursos iniciales no provienen de la comunicación. De los siete actores, en seis fue posible ubicar a los inversionistas principales o dueños, teniendo prevalencia los grupos familiares, tanto de Costa Rica como de otros países (Tabla 1.1).

La diversificación hacia otras áreas de inversión y la convergencia en los negocios está siendo asumida de manera más contundente por tres de los siete actores: Repretel, Teletica y Grupo Nación. El resto está optando por la especialización en los medios tradicionales. Si

Tabla 1.1 Matriz de análisis de los principales grupos económicos de la comunicación de Costa Rica

Grupo Económico	Inversionistas o dueños	Medios	Capital	Casa matriz	Otras inversiones en Costa Rica	Origen del capital
Repretel	Ángel González	TV abierta TV suscripción Radio	Transnacional	Albavisión	Entretención Comercio Gastronomía	Comunicación
Grupo Nación	Familia Jiménez	Prensa	Nacional	No aplica	Entretención Bienes Raíces Comercio electrónico	Agricultura Industria Comunicación
Teletica	Familia Picado	TV abierta TV suscripción Streaming Radio Cableoperador	Nacional	No aplica	Deporte Telefonía Telecomunicaciones	Comunicación
Multimedios	Familia González (México)	TV abierta Radio	Transnacional	Multimedios de México	Publicidad en Exteriores	Comunicación
Enlace TBN	Familia González	TV abierta TV satelital	Transnacional	TBN	Negocios relacionados con religión	Organizaciones religiosas
Conferencia Episcopal	Conferencia Episcopal	TV abierta Radio Prensa	Sin información	No aplica	No aplica	Organizaciones religiosas
Grupo Extra	Familia Gómez	Prensa TV abierta Radio	Nacional	No aplica	No aplica	Comunicación

Fuente: Elaboración propia, a partir de Jiménez. (2018), Fournier et. al (2018) y páginas web. Adaptación de Mastrini y Becerra (2006).

se realiza el análisis por grupo de manera diferenciada es posible obtener más información. A continuación, se realiza este ejercicio.

1.4.1 Grupo Repretel

Grupo Repretel es un grupo de medios de capital transnacional con inversiones en TV abierta, TV por suscripción, radio, salas de cine, restaurantes y empresas de comercio electrónico (ver Tabla 1.2). Sus orígenes se ubican en 1994, cuando la empresa Representaciones Televisivas Sociedad Anónima comenzó a operar el canal 9 de la TV abierta (Rockwell y Janus, 2003). A partir de ese momento, ha ido creciendo hasta consolidarse en uno de los principales actores de la comunicación en Costa Rica.

La casa matriz de Repretel es el Grupo Albavisión, un conglomerado transnacional presente en el 70% de Latinoamérica que admi-

nistra 50 canales de televisión, 68 radioemisoras, un periódico, 101 salas de cine, 57 portales web y 63 canales de Youtube (Albavisión, 2021). Su dueño es Ángel Remigio González, conocido en el ámbito periodístico y académico como “El Fantasma”, empresario que ha sido objeto de críticas por la forma en que maneja sus negocios, por su relación con las élites políticas Centroamericanas y por las sospechas e investigaciones de vínculos con actividades ilícitas (Romero, 2014; Lucas, 2012; Melendez, 2015).

Participación en TV

En 1995, adquirió la señal del canal 6 y un año después la del canal 11 (La Nación, 2000). En el 2000, compró el Canal 4 a Televisión Azteca, empresa mexicana del Grupo Salinas que explotaba dicha señal desde 1998 (La Nación, 1998; Rockwell y Janus, 2003, p. 118-220; Gómez, 2004, p. 82). Cuando se hizo

Tabla 1.2 Inversiones del Grupo Repretel, según área de inversión, tipo de negocio y marcas asociadas

Área de inversión	Tipo de negocio	Marcas asociadas
Medios de comunicación	TV abierta (señales TDT)	Tienen 5 títulos habilitantes para TDT desde donde transmiten 4 señales (Canal 2, Canal 4, Canal 6 y Canal 11) propias y retransmiten 7 señales radiofónicas de Central de Radios
	TV suscripción	FUTV (en alianza con Teletica)
	Radio	A través de Central de Radios, opera las señales de Monumental (93.5 FM), Zeta FM (95.1 FM), Best FM (103.5 FM), Exa (102.7 FM), La Mejor (99.1 FM), Momentos Reloj (94.3 FM), Radio Managua (670 AM), Cristal (980 AM), Disney (101.1 FM) y Pacífico (730 AM).
Gastronomía	Restaurantes	Nova Restaurante & Sports Bar
Entretenimiento	Salas de Cine	Nova Cinemas
Comercio	Empresa de promociones	Titicupon

Fuente: Elaboración propia a partir de revisión de sitios web, Fournier et al. (2018), Jiménez, (2017) y títulos habilitantes para Televisión Digital Terrestre.

cargo de esta última frecuencia, la empresa se deshizo del canal 9 (Rojas y Valverde, 2014, p. 65-66). Finalmente, en 2010 adquirió el canal 2 con el objetivo de retransmitir - con cámaras e imagen - varios de los programas radiofónicos de su subsidiaria (La Nación, 2011a).

Previo al encendido digital de la TV, estos 4 canales de TV estaban ligados aproximadamente a unas 10 frecuencias del espectro radioeléctrico adjudicadas a concesionarios que, de una u otra forma, era parte de este grupo económico³ (Jiménez, 2017; Fournier et al. 2018). Si se toma como base estas 10 concesiones significa que - para ese momento - el Grupo tenía el 14,71% de las frecuencias de TV.

Al momento de escribir este capítulo, Repretel mantenía cinco títulos habilitantes para TDT, pero emite una señal solo en cuatro. En estos cuatro, emite las señales de los canales 2 (Canal 2.1 y Canal 11.2), 4 (4.1. y 6.2), 6 (Canal 6.1) y 11 (Canal 11.1). Adicionalmente, utiliza el canal 2 para retransmitir las señales de Ra-

3 La cantidad exacta de frecuencias del espectro radioeléctrico ligadas a este grupo económico ha variado dependiendo de la investigación, el enfoque y el momento en que se realiza. En 2009, un informe del Programa de la Sociedad de la Información y el Conocimiento le adjudicaba 8 frecuencias (PROSIC, 2009). Posteriormente, Jiménez (2017) le consignó 15 concesiones, mientras que en la investigación de Fournier et al (2018) se le adjudicaron 13 frecuencias. En otras notas periodísticas de Pomareda (2016), Soto (2017) y OBSERVACOM (2018) sobre la temática a esta empresa se le consignaron 10 frecuencias. Para efectos de este trabajo se utilizará el número 10 como un aproximado. Este número lo utiliza Soto (2017) para un artículo periodístico y surge de un análisis de los concesionarios consignados en el oficio 04821-SUTEL-CS-2017 del 12 de junio de 2017, emitido por la Superintendencia de Telecomunicaciones tras la sentencia N° 2018-002459 del 16 de febrero del 2018, interpuesta por el sitio informativo *CRHoy* ante la Sala Constitucional en contra de la SUTEL (Soto, 2018). Esta disparidad en datos de las frecuencias, dependiendo del enfoque, el año y la investigación, revela la dificultad de obtener información clara en este tema, aún cuando se supone que es un asunto de carácter e interés público.

dio Monumental, Exa, Radio Disney, La Mejor, Z-FM, Best FM y Momentos Reloj.

En cuanto a la televisión por suscripción, Repretel tuvo una primera incursión infructuosa en noviembre de 2015, cuando lanzó al mercado costarricense, nicaragüense y guatemalteco el servicio satelital *Qualy TV*, que se dejó de comercializar un año después, en agosto de 2016 (Pautasio, 2014; Larroca, 2014; Cordero, 2014; Castro, 2016; Madrigal, 2016).

En febrero de 2020 comenzó a operar *FUTV*, un canal especializado en fútbol, que transmite, en exclusiva, los partidos de la mayoría de los equipos de la Primera División del fútbol costarricense (Araya, 2020; Castro, 2020; Cordero, 2020; Rocca, 2020).

Tanto Repretel como *FUTV* han negado una alianza entre Repretel y Teletica para la operación de dicha señal (Quirós, 2019; Montero, 2020), pero en medios periodísticos trascendió que estos dos últimos grupos acordaron sublicenciar los derechos de transmisión de sus equipos a esta nueva empresa, cuya sociedad fue controlada en sus inicios “por altos colaboradores de Teletica” (Brenes, 2019; Solano, 2020). Además, la primera transmisión estuvo a cargo de presentadores de ambas televisoras, los cuales siguen siendo actores relevantes un año después de su lanzamiento (Quirós, 2020; Nuñez, 2021).

A estos antecedentes se suma un posicionamiento de la COPROCOM, en donde se señala que, en apariencia, hay hechos que permiten presumir una alianza entre rivales, así como un “*acuerdo horizontal*” entre Teletica y Grupo Repretel que podría implicar una eventual práctica monopolística (Cordero, 2020a, 2020b; Fallas y Cordero, 2020). Por eso, en esta investigación se consigna como parte de ambos grupos mediáticos.

Participación en radio

Repretel llegó a las ondas radiofónicas en julio de 2006, cuando Central de Radios - una

empresa subsidiaria del grupo - puso en funcionamiento *Radio Disney* (Nación, 2006a; Zuñiga, 2016, p. 25). En septiembre de ese año, el proceso de concentración horizontal continuó con la compra del Grupo Monumental-Reloj, que para ese entonces administraba aproximadamente 10 señales en AM y FM (Nación, 2006b; Pomareda, 2016). Al momento de escribir este capítulo, la subsidiaria es propietaria de 11 radioemisoras (Tabla 1.2).

Participación en otras inversiones

Además de la radio y la TV, Repretel también participa en el ámbito del cine, la gastronomía y el comercio electrónico. En 2009, puso en funcionamiento sus primeras salas de cine bajo la marca *Novacinemas* (González, 2009). Actualmente, esta empresa administra tres complejos de proyección cinematográfica en Curridabat, Escazú y Alajuela, además de un restaurante que opera bajo la misma marca

(Nova Cinemas, 2021). En 2013, se dio a conocer que la corporación buscaba internacionalizar esta inversión con la apertura de varias salas de cine en Panamá (El Financiero, 2013); sin embargo, pareciera no mantenerse activa. De igual forma, respalda *Titicupón*, una empresa de comercio electrónico surgida en 2012 que ofrece promociones comerciales (Titicupón, 2021).

1.4.2 Grupo Nación

Esta empresa de capital costarricense surge formalmente como grupo a inicios del siglo XXI, pero sus raíces están en 1946 cuando comienza a circular el periódico *La Nación* (Jiménez, 2017). Este rotativo -que en 2021 cumplió 75 años- es la marca insignia de este conglomerado, consolidado en la actualidad como uno de los actores mediáticos más importantes, tanto en lo político como en lo económico (Robles y Voorend, 2012; Mora y García, 2007; Sánchez, 2004).

Tabla 1.3 Inversiones del Grupo Grupo Nación, según área de inversión, tipo de negocio y marcas asociadas

Área de inversión	Tipo de negocio	Marcas asociadas
Medios de comunicación	Prensa escrita	<i>La Nación</i> (diario), <i>La Teja</i> (diario), El Financiero (semanario)
	Revistas	<i>Perfil</i> , <i>Sabores</i>
	Sitios web	eempleo.com sabores.com
	Mercadeo, Impresión y Publicidad	Brand Voice (dedicado a publireportajes) Fussio (aceleradora de empresas) Printea (impresión digital)
Entretenimiento	Centro de eventos y actividades	Yuplón
Bienes Raíces	Desarrollo de proyectos inmobiliarios	No hay marca asociada, pero hay participación en la sociedad Tres - ciento uno - setecientos noventa y tres mil setecientos treinta y tres, S.A,

Fuente: Elaboración propia propia a partir de revisión de sitios web, Fournier et al. (2018), Jiménez, (2017) e informes del Grupo Nación.

Este grupo está asociado a la familia Jiménez, principales accionistas de la empresa (Salazar, 2019). Además, este clan empresarial mantiene inversiones en bienes raíces, producción de azúcar, producción de bebidas, comida rápida, eventos, finanzas, banca, entre otros (Robles Rivera y Voorend, 2011; Rivera y otros, 2016). Se le considera un grupo familiar clave dentro de las élites económicas del país, por su rol central desde inicios del siglo XX en actividades políticas y económicas (Jiménez y Sáenz, 2012; Rojas, 2014; Leandro, 2013; Córdoba, 2016; Marchena 2020).

Los integrantes de la familia han ocupado posiciones clave dentro del Grupo Nación a lo largo de las últimas siete décadas (Marchena, 2020). En 2017, Pedro Abreu Jiménez, un miembro de la tercera generación de la familia, asumió la Dirección Ejecutiva del Grupo, cargo que heredó de su tío Manuel Francisco Jiménez Echeverría (La Nación, 2017; Martínez, 2017). La Presidencia de la Junta Directiva, por su parte, está en manos de Carlos González Jiménez, también miembro de este grupo sanguíneo (Barquero, 2020).

La transformación del Grupo en los últimos 30 años ha sido intensa. En la década final del siglo XX inició un proceso de expansión horizontal que generó el lanzamiento de *El Financiero*, la compra del periódico *Al Día* y la salida al mercado de varias revistas. En los primeros 10 años del presente siglo, la expansión se profundizó con el Grupo Latino de Radiodifusión, una subsidiaria que conformó con Grupo Caracol de Colombia y Grupo PRISA de España, y que operó varias radioemisoras (El País, 2000). Además, en ese período la empresa comenzó su diversificación en otras áreas de negocio distintas a la comunicación (Jiménez, 2017).

En 2011, puso en marcha un proceso de transformación para afrontar los retos generados por los cambios en los hábitos de consumo del sector de la comunicación (Grupo Nación, 2011; Ramírez, 2018). Esta etapa implicó el

cierre de la emisora *ADN*, de los periódicos *¡Vuelta en U!*, *Al Día* y *Ahora*, y las revistas *Soho* y *Su Casa* (Grupo Nación, 2012, 2013, 2014). Comenzó, entonces, un proceso de crecimiento en las áreas de entretenimiento, comercio electrónico y bienes raíces donde, actualmente, se concentran la mayoría de sus negocios (Tabla 1.3).

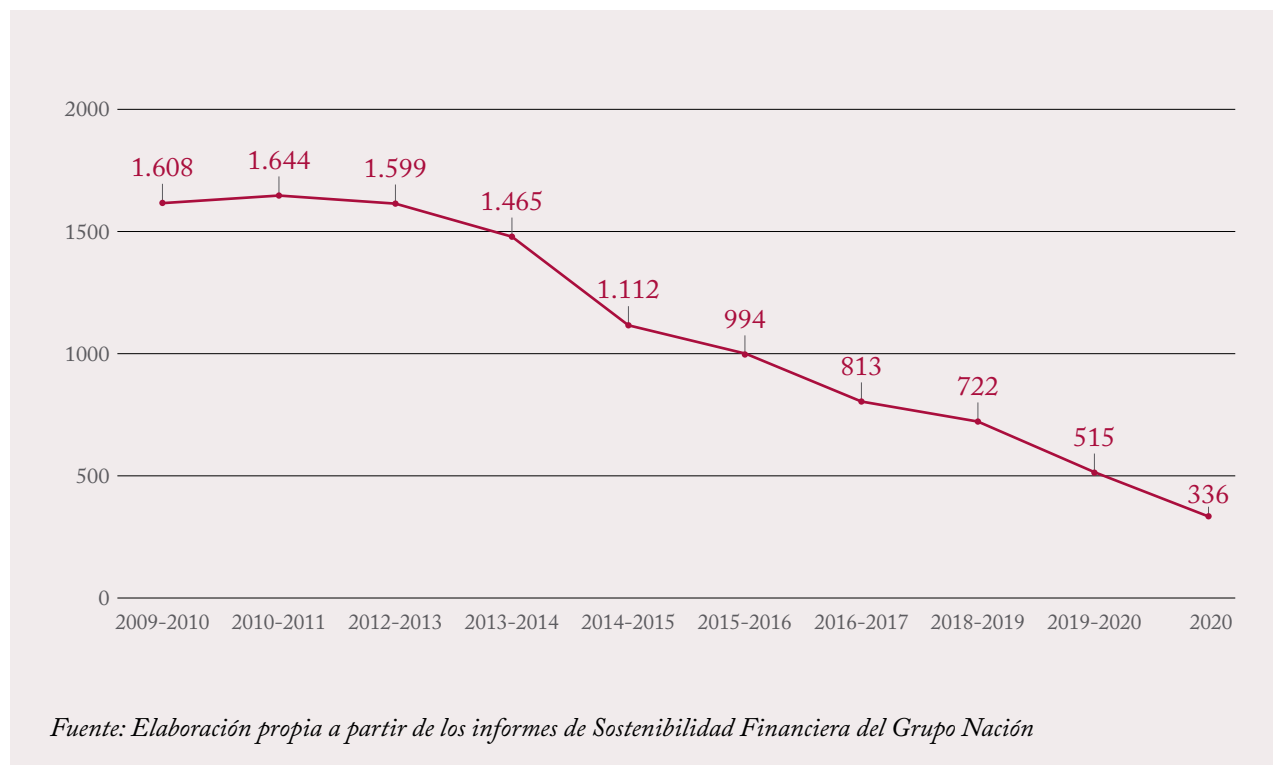
Hace 5 años, el Grupo tenía inversiones en aproximadamente 25 empresas de áreas tan diversas como la gastronomía, la comercialización de útiles escolares o el desarrollo de productos tecnológicos (Jiménez, 2017). También, había ingresado al negocio del entretenimiento con la compra del Parque Viva, un complejo para actividades masivas y conciertos. Sin embargo, entre 2017 y 2021, se han fusionado o cerrado varios de estos negocios o se han vendido otros que ya no se consideraban rentables, como el Grupo Latino de Radiodifusión, que ahora pertenece al Grupo Multimedios (Mora, 2018; Fallas, 2018).

Esta reducción se ha reflejado en la cantidad de personas que emplea la compañía, la cual también ha disminuido sustancialmente (Figura 1.2). Según datos de sus informes de sostenibilidad financiera y los prospectos del grupo y sus subsidiarias facilitados a sus accionistas, hace una década, la empresa tenía contratadas aproximadamente a 1600 personas, mientras que para 2020 cerró con 336 funcionarios. Es decir, en los últimos 10 años ha prescindido aproximadamente del 80% del personal.

Participación en prensa escrita

El periódico *La Nación*, fundado en 1946, es el principal producto informativo del Grupo y uno de los medios de referencia en el entorno comunicativo costarricense. Además de ser un medio de comunicación, también actúa como un actor político y social que busca articular, pública y mediáticamente, los discursos e intereses de las élites con el fin de promover valores y agendas económicas ligadas al modelo de

Figura 1.2 Personas trabajadoras del Grupo Nación, según período y cantidad



desarrollo neoliberal (Sandoval, 2007; Ramírez, 2018; Rockwell y Janus, 2003).

En lo económico, *La Nación* se mantiene actualmente por medio de la venta de publicidad, la circulación de sus ejemplares físicos y a través de un sistema de pago por contenido en su versión digital (Grupo Nación, 2020). Cuenta con una aplicación para dispositivos móviles y tiene una serie de productos audiovisuales ligados al periódico, como podcasts o entrevistas en video.

Por su parte, *La Teja* -que tuvo su primera edición en 2006- tiene como público meta los sectores populares de renta media o baja. Además de dar cobertura a distintos temas, complementa su área periodística con un agresivo sistema de promociones diarias y para efemérides nacionales.

Estos dos productos se han visto afectados debido a los vertiginosos cambios del mer-

cado publicitario y al aumento del consumo mediante otras plataformas. En el último lustro, han perdido lectores en su versión en papel de manera sostenida (Figura 1.3). En el caso de *La Nación*, pasaron de los 518.000 lectores en septiembre de 2015 a 360.000 en el mismo mes de 2019. *La Teja*, por su parte, ha tenido una caída aún más vertiginosa, perdiendo aproximadamente 366.000 lectores en su edición física.

La empresa también cuenta con el semanario *El Financiero*, cuya primera edición salió a la venta en 1996. Originalmente, pertenecía a la subsidiaria denominada Prensa Económica. Sin embargo, en octubre de 2019, el conglomerado decidió fusionarla con la sociedad Grupo Nación GN S.A., prevaleciendo esta última (Grupo Nación, 2020).

Este producto se dedica a temas de política económica y asuntos financieros, y cuenta con 61.000 lectores mensuales, según el estudio de Ipsos Media Tracker de diciembre de 2020

(Grupo Nación, 2021). Este mismo estudio, en sus ediciones de 2017, 2018 y 2019, señala que el medio contaba aproximadamente con 90.000 lectores, por lo que también ha sufrido una disminución en sus lectores de versión física (Grupo Nación, 2018, 2019, 2020).

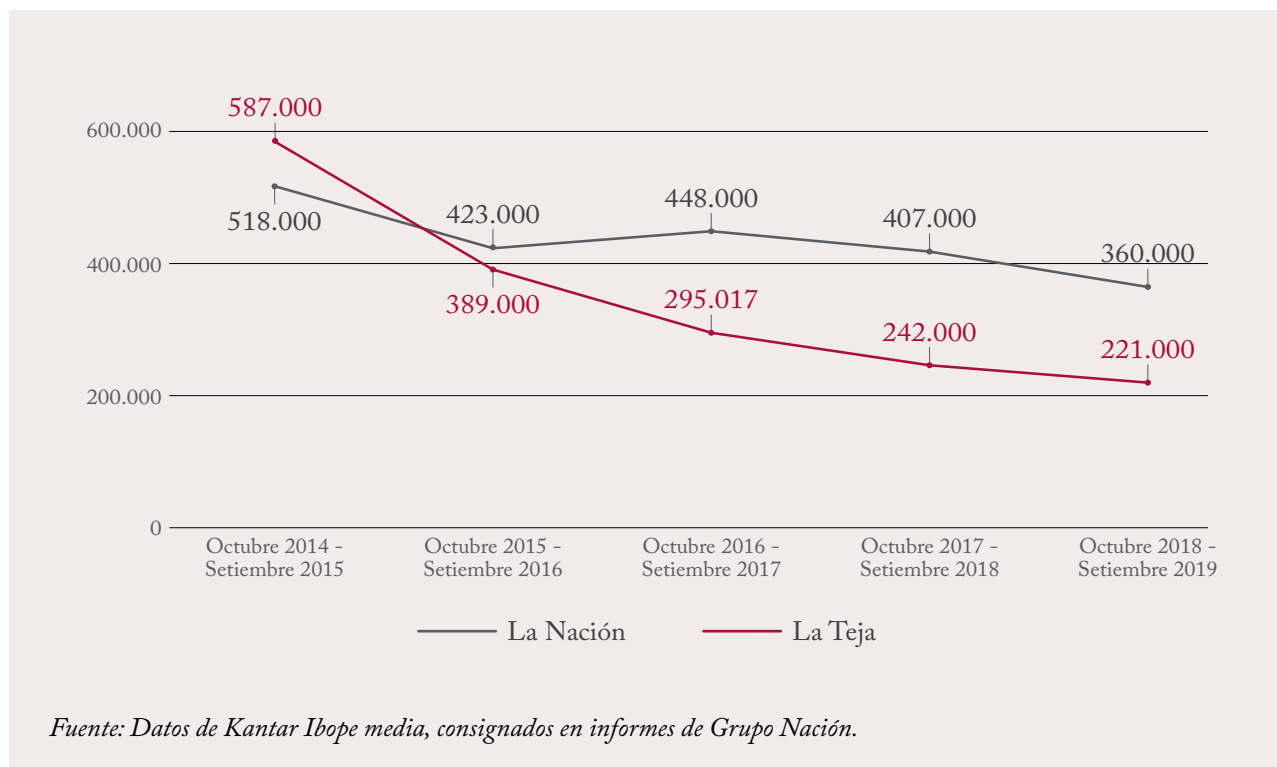
La disminución en el consumo de los productos en sus versiones físicas no ha sido compensada por sus versiones digitales. Un estudio del Centro de Investigaciones y Estudios Políticos (CIEP) de la UCR señaló que las personas se informan con más frecuencia mediante la plataforma WhatsApp, en comparación con otros medios tradicionales presentes en plataformas digitales. Pero, además, entre esos medios tradicionales *La Nación* ocupaba un cuarto lugar, por detrás de *Telenoticias*, *Noticias Repretel* y *CRHoy*, mientras que *El Financiero* se ubicaba en una séptima posición (CIEP, 2019).

En el mismo sentido, según la información de *Alexa*, una empresa subsidiaria de Ama-

zon que proporciona datos sobre visitación en sitios web, *La Nación* es el tercer sitio de noticias más visitado en Costa Rica por detrás de *CRHoy* y *Teletica*, y el 18° en la clasificación general del país según consultas hechas en noviembre de 2021. Es decir, la preeminencia que tenía en el pasado su edición en papel, en términos de distribución y alcance como producto informativo, ha mermado si se compara en el espacio digital con otros medios noticiosos.

En cuanto a las revistas, edita de manera periódica dos: *Sabores* y *Perfil*. La primera surgió en 2003 y es de carácter gastronómico. En algún momento, estuvo asociada a un programa de televisión que se transmitía a través de *Teletica* y a una escuela de cocina, pero la producción salió del aire y el centro culinario fue vendido como parte de la estrategia de enfocarse en los negocios considerados rentables (Ugalde, 2019). *Perfil*, por su parte, es el buque insignia en lo relativo a revistas. Tiene más de

Figura 1.3 Cantidad de lectores de *La Nación* y *La Teja* en sus versiones físicas 2015-2019



37 años de ser una publicación mensual, disponible por medio de suscripción con un público conformado mayoritariamente por mujeres (Grupo Nación, 2021).

El peso en el mercado publicitario costarricense de estas publicaciones también ha disminuido. Han pasado de representar en conjunto casi una cuarta parte de lo que se invierte en pauta en medios físicos a representar únicamente un 5% del total (Figura 1.4).

Participación en el área del entretenimiento

El entretenimiento se ha convertido en pieza fundamental dentro del engranaje del Grupo Nación. De eso da cuenta el Parque Viva, una inversión a largo plazo que, durante el 2020, sufrió una reducción del 60% de sus ganancias en comparación con el 2019 debido a las restricciones establecidas por la pandemia de COVID-19 (Grupo Nación, 2021, p. 42). En esta área, también se encuentra La Boletería,

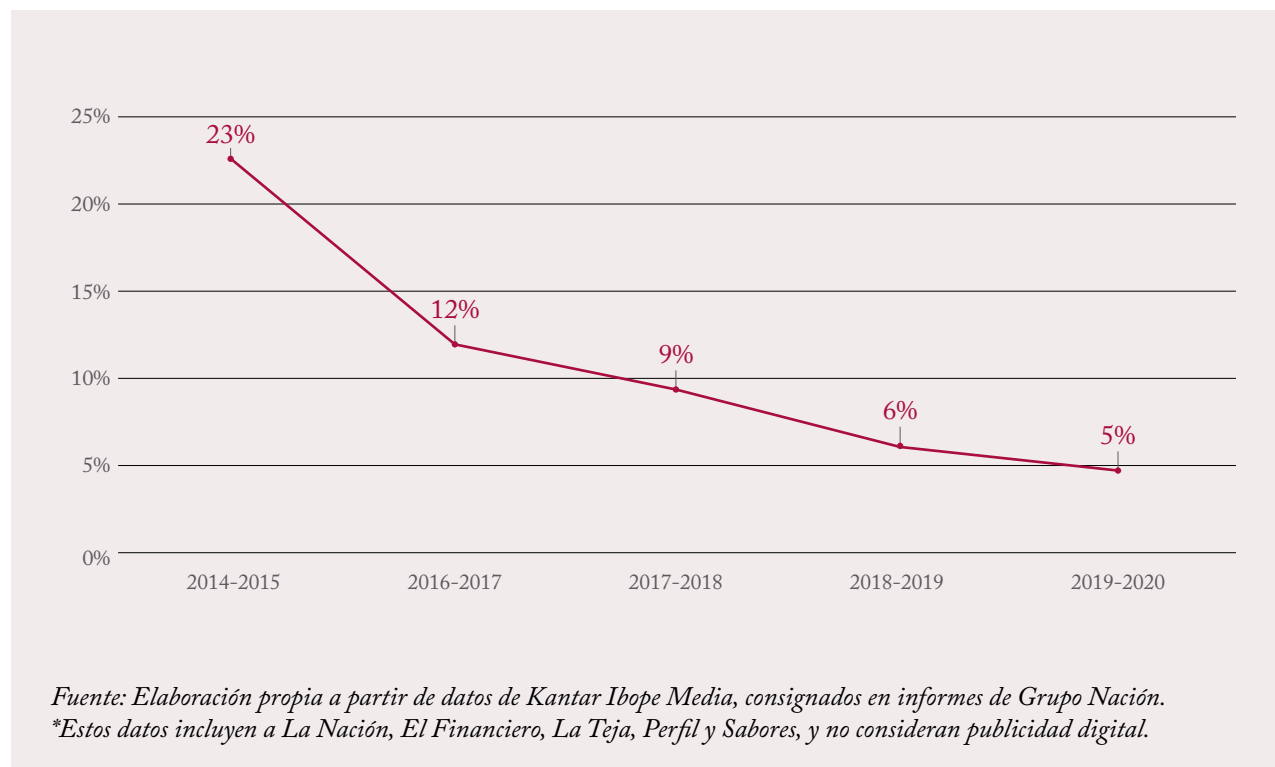
empresa dedicada a la venta de entradas para eventos y conciertos.

Participación en bienes raíces

La empresa comenzó el arrendamiento de diferentes propiedades disponibles tras la reestructuración de sus negocios (Grupo Nación, 2021, p. 49). Además, según el informe anual a sus accionistas, tiene una clara intención de monetizar las instalaciones de Llorente de Tibás y el complejo *Parque Viva*. En el caso del lugar donde se encuentran las oficinas centrales, planea desarrollar un proyecto inmobiliario de 90.000 metros cuadrados de área alquilable, tanto de oficinas como de comercios para incursionar en los servicios de *nearshoring* (Grupo Nación, 2021).

En el mismo sentido, planea impulsar en los terrenos aledaños al Parque Viva el proyecto Ciudad Viva, un desarrollo inmobiliario de 85 hectáreas que incluye oficinas, comercio, hotel,

Figura 1.4 Participación en el mercado publicitario de productos periodísticos del Grupo Nación



viviendas y servicios de salud (Grupo Nación, 2021, p. 7).

Participación en otras áreas y empresas

Adicionalmente a los productos en prensa y a los proyectos inmobiliarios, mantiene otras inversiones. En julio de 2015, puso en funcionamiento *Brand Voice*, marca encargada de gestionar publireportajes y contenidos patrocinados en las plataformas del conglomerado (Grupo Nación, 2021). Además, también cuenta con una aceleradora de empresas (*Fusio*), servicios de impresión digital (*Printea*), una bolsa de empleo (*empleo.com*), servicios de comercio electrónico (*Yuplón*) y comercio en general (*Quantik Web*). Es decir, hay seis empresas adicionales en las cuales tiene participación (Grupo Nación, 2021).

1.4.3 Teletica (Televisora de Costa Rica)

En 1960, la señal del Canal 7 de la TV abierta comenzó a operar en Costa Rica gracias a una alianza entre René Picado Esquivel, Carlos Manuel Reyes y la American Broadcasting Company (ABC, por sus siglas en inglés). Esta señal fue la primera inversión de un grupo económico que, actualmente, mantiene participación en la TV abierta, en la TV por suscripción, en radioemisoras, plataformas de streaming y una empresa que brinda televisión por cable, servicios de telecomunicaciones y telefonía, además de una poderosa marca deportiva de alcance nacional (ver Tabla 1.4).

Los dueños de esta empresa son los integrantes de la familia Picado Cozza. La empresaria Olga Cozza, costarricense de ascendencia

Tabla 1.4 Inversiones de Teletica, según área de inversión, tipo de negocio y marcas asociadas

Área de inversión	Tipo de negocio	Marcas asociadas
Medios de comunicación	TV abierta (señales TDT)	Mantiene 2 títulos habilitantes para TDT desde donde transmite 3 señales: Teletica Canal 7, Teletica Radio HD y Xpert TV
	TV suscripción	FUTV (en alianza con Repretel) TD Más TD Más 2
	Radio	Teletica Radio (101.5FM)
	Streaming	TD Más CR CableticaPlay
	Cableoperador	Cabletica (20% del capital accionario)
Servicios de Telecomunicaciones	Internet	
	Telefonía (Troncalizada, IP)	
	Telecomunicaciones (Datos, punto a punto, tecnología MPLS, entre otros)	
Deportes	Empresa de futbol y productos asociados	Saprissa: Estadio, escuelas de fútbol, equipo (a través de Horizonte Morado)

Fuente: Elaboración propia, a partir de títulos habilitantes para TDT, sitios web y Jiménez (2017).

italiana, es quien ostenta actualmente el liderazgo de Teletica junto con su hijo René Picado, presidente ejecutivo del grupo, y su hija Paula Picado, que ocupa la Vicepresidencia y la Dirección de Teletica Formatos, el departamento encargado de las grandes producciones del canal (Andino, 2020; Lobo, 2008; Brenes, 2014; Brenes 2013; Córdoba, Ocampo y Salazar, 2004).

Participación en TV abierta

El canal 7 es la señal emblemática de la empresa. Surgió en 1962, y concentra buena parte de la audiencia que consume televisión abierta, así como un alto porcentaje del mercado publicitario nacional (Rodríguez, 2020). Este canal, además, es altamente consumido en otras plataformas. Su sitio web es el 16° más visitado del país y su noticiario, *Telenoticias*, es de los que más se consumen mediante otras plataformas como internet o redes sociales (Alexa, 2021; CIEP, 2019). Mantiene 2 títulos habilitantes para TDT, desde donde transmite las señales de *Teletica Canal 7* (Canal 7.1), la señal de *Teletica Radio* con cámaras (canal 7.2) y la señal de *XperTV* (Canal 10.1).

A partir de 2013, la empresa comenzó a incursionar en la producción de canales de TV por suscripción. En junio de ese año, lanzó al mercado *TD+*, señal con contenido netamente deportivo. El crecimiento del negocio permitió que, en 2017, se pusiera en funcionamiento *TD+2*, una señal con programación deportiva que se complementa con programas, show y documentales sobre distintas temáticas de producción nacional (Herrera, 2017). Finalmente, en 2020 - en conjunto con Repretel - lanzan *FUTV*, en el que se transmiten los partidos de los principales equipos de fútbol de la primera división costarricense (Castro, 2020; Cordero, 2020a, 2020b).

Participación en radio

En abril de 2017, puso en funcionamiento *Teletica Radio* (Sánchez, 2017). Esta emisora

-que se transmite en la frecuencia 95.1 FM- fue la primera incursión del grupo en un negocio mediático distinto al de la televisión. Su salida al mercado pudo ocurrir porque, posiblemente, la empresa logró cerrar un acuerdo con la Fundación Ciudadelas de la Libertad, adjudicataria formal de esta frecuencia del espectro radioeléctrico (Jiménez 2017). Hasta 2020, la radioemisora era una unidad de negocio dentro de Televisora de Costa Rica, y contaba con su propia dirección. Sin embargo, debido a la crisis económica provocada por la pandemia de COVID-19 la misma fue fusionada con la unidad de negocio teletica.com, a cargo del periodista Rodolfo González (Soto, 2020).

Participación en negocios convergentes

En la última década del siglo XX, el grupo puso en funcionamiento Cabletica, una empresa que inició como una cableoperadora pero que, actualmente, es un negocio que ofrece múltiples servicios convergentes en el área de la comunicación y las telecomunicaciones para hogares y empresas. A través de esta marca, y según su sitio web, se ofrece televisión digital, telefonía, internet y alquiler y administración de infraestructuras de tecnologías de la información, además de paquetes de datos (Cabletica, 2021). También ofrece servicios de instalación de redes a proyectos inmobiliarios y hoteleros (Cabletica, 2021).

Mediante esta marca ha puesto en funcionamiento la plataforma de streaming *Cabletica Play*, la cual es accesible mediante computadoras o dispositivos móviles, y en la que se transmiten películas, series, canales de televisión por suscripción y eventos deportivos (Cabletica, 2021). No se encontraron incursiones previas de una televisora local en este tipo de plataforma de distribución de contenidos, por lo que es factible señalar que es la primera experiencia de este tipo en el escenario mediático nacional. Además, muestra la apuesta por la convergencia entre servicios audiovisuales y servicios de

telecomunicaciones por parte de Televisora de Costa Rica.

En 2018, la familia Picado vendió el 80% de las acciones de Cabletica a Liberty Latin America, multinacional que forma parte de Liberty Global, una compañía de telecomunicaciones de capital inglés, estadounidense y holandés (Cordero, 2018). En esta transacción Cabletica fue valorada en \$250 millones (Cordero, 2018). Recientemente, Liberty completó la compra de *Telefónica* en Costa Rica -que opera bajo la marca comercial Movistar- por \$538 millones, y comunicó que tenía intenciones de combinar este negocio con Cabletica (Campos, 2020; Castro, 2021). Previamente, Teletica había tenido presencia en el área de la telefonía móvil mediante la marca *Tuyo Móvil*, un operador virtual que dejó de funcionar en 2018 (Lara, 2018).

Estos importantes movimientos empresariales evidencian la apuesta de Teletica y sus socios comerciales por la convergencia entre la comunicación y las telecomunicaciones. Además, son otro ejemplo de la tendencia a la transnacionalización que se presenta en el ecosistema costarricense, y que pareciera consolidarse con este tipo de alianzas y fusiones empresariales.

Otro negocio que apuesta por la convergencia es *TD Más*. Este canal desarrolló en 2018 una plataforma de streaming similar a la de *Cabletica Play* para transmitir contenidos de sus dos señales y del canal *FUTV*, así como producciones originales, pensadas exclusivamente para la plataforma (Herrera, 2018; Prensario, 2021). En el mismo sentido, ha desarrollado una serie de podcasts sobre temas de interés general, deportes, moda o humor (Teletica, 2020). En cierta medida, esta marca está buscando dejar ser de un canal de televisión por cable para convertirse en una generadora de contenidos audiovisuales multiplataforma, en la misma línea de convergencia que parece vislumbrarse en el caso de Cabletica.

La administración de esta señal también se encuentra vinculada a la familia Picado, pues según informaciones de prensa es Rene Picado Riba -hijo de René Picado y nieto de Olga Cozza- quien funge como su director ejecutivo (Vallejos, 2021). Este rol de liderazgo de un miembro de la tercera generación del clan familiar en los negocios convergentes evidencia un interés por formar nuevos cuadros que sepan desenvolverse en el nuevo entorno empresarial. De igual forma, visibiliza que existe posibilidades de sucesión dentro del propio grupo familiar, en caso de que se busque una renovación en la cabeza del grupo multimedia.

Participación en otras áreas y empresas

Desde 2011, el presidente de Televisora de Costa Rica participa en la sociedad Horizonte Morado, que maneja el 68% del capital accionario de *Sapriisa* (Williams, 2011; La Nación, 2011b). Esta marca deportiva emblemática en Costa Rica administra equipos de fútbol, escuelas deportivas, un estadio con una capacidad de 30 mil localidades, así como una fundación a través de la cual promueven acciones de responsabilidad social empresarial (La Nación, 2012; Sapriisa, 2021).

1.4.4 Grupo Multimedios

Lo que hoy se conoce como el Grupo Multimedios, fue originalmente una estación de radio que comenzó a transmitir en México durante 1930 (Arteaga, 2014). Actualmente, es un grupo empresarial con presencia en ese país, en Estados Unidos y en Costa Rica (Multimedios, 2020). Mantiene inversiones en la TV abierta, TV por suscripción, radio, editoriales, prensa escrita, publicidad exterior, sitios web, partidos de fútbol y empresas de distinta índole.

Según el proyecto Media Ownership Monitor (MOM), de Reporteros Sin Fronteras y el Centro Nacional de Comunicación Social de México, los propietarios de este grupo son la familia González, un clan empresarial con

Tabla 1.5 Inversiones de Grupo Multimedios, según área de inversión, tipo de negocio y marcas asociadas

Área de inversión	Tipo de negocio	Marcas asociadas
Medios de comunicación	Radio	Grupo Latino de Radiodifusión: Bésame, Q'Teja y Los 40 Principales
	TV abierta (señales TDT)	Mantiene 2 títulos habilitantes para TDT desde donde transmite 2 señales: Multimedios y Milenio TV
Publicidad	Publicidad Exterior	Pol S.A.

Fuente: Elaboración propia propia a partir de revisión de sitios web, Fournier et. al. (2018), Jiménez, (2017) e informes del Grupo Nación.

negocios en distintas áreas de la cual se tiene información escasa (Arteaga, 2014; Reporteros sin fronteras, 2021).

En el caso de Costa Rica, este actor ya contaba con presencia en el sector de los medios y la publicidad, pues es dueña de la empresa de vallas publicitarias *Pol* desde 1998 (Arias, 2016). Posteriormente, ingresó a la televisión abierta y más recientemente a la radio, mediante la compra de las emisoras del Grupo Latino de Radiodifusión, la sociedad conjunta que fundó el Grupo PRISA de España y el Grupo Nación (Tabla 1.5).

Participación en TV abierta

Multimedios comenzó a transmitir en la TV abierta de Costa Rica en 2017 a través de los canales 44 y 66, concesionados a la Fundación Internacional de las Américas según consta en los contratos de concesión de uso de frecuencia radioeléctrica No. 044-2006-CNR No. 043-2006-CNR (Herrera, 2017; Fallas, 2018). Sin embargo, un acuerdo entre dicha instancia y el Grupo hizo posible el nacimiento de esta televisora.

Mantiene 2 títulos habilitantes para TDT, desde donde emite las señales de *Multimedios* (Canal 8.1) y *Milenio TV* (8.2), una cadena tele-

visiva de noticias mexicanas cuya programación se repite íntegra en el territorio nacional.

Participación en radio

En 2018, la empresa adquirió el Grupo Latino de Radiodifusión tras un acuerdo con el Grupo Nación. Este trato incluyó el licenciamiento por cinco años para las marcas *Q' Teja*, propiedad de Grupo Nación, y *Los 40 Principales* del Grupo Prisa (Fallas, 2018; La Nación, 2018; Mora, 2018; Arrieta, 2018). No se ha encontrado información que permita verificar que el Grupo Prisa, conglomerado español que tenía el 50% del capital accionario ya no forma parte de la alianza.

1.4.5 Grupo Extra

Este grupo económico de la comunicación de capital nacional inicia operaciones en 1979 con la fundación del periódico *Diario Extra*, periódico sensacionalista que brinda alta preeminencia a los sucesos y a las informaciones relacionadas con la *nota roja* como crímenes o asesinatos utilizando un lenguaje de corte popular (Cordero, 2002). Actualmente, además de editar este producto mantiene una radio y una concesión de TDT a través de la cual multiprograma varias señales (Tabla 1.6).

Tabla 1.6 Inversiones de Grupo Extra, según área de inversión, tipo de negocio y marcas asociadas

Área de inversión	Tipo de negocio	Marcas asociadas
Medios de comunicación	Radio	Radio América (870 AM)
	TV abierta (señales TDT)	Mantiene 1 título habilitante para TDT desde donde transmite 3 señales: Extra TV, Radio América HD y TVSUR (señal a la que le alquila un canal virtual o programación no relacionada con el grupo)
	Prensa	Diario Extra

Fuente: Elaboración propia a partir de sitios web y Jiménez (2017).

Grupo Extra es propiedad de la familia Gómez. Fue fundado y liderado por el periodista William Gómez Vargas durante más de 35 años. En 2014 fallece y el liderazgo pasa a su hija Iary Gómez Quesada, quien ostenta el cargo de Gerente General (Vargas, 2012; Bonilla, 2019).

Participación en prensa

Actualmente, solo edita *Diario Extra*. Durante 2020, decidió cerrar definitivamente las operaciones de *La Prensa Libre*, periódico con 125 años de antigüedad que, tras la eliminación de su edición física en 2015, se mantenía únicamente en digital (Cerdas, 2020). Esta decisión se debió a la imposibilidad de sostenerlo económicamente debido a la crisis económica generada por la pandemia de COVID-19 (Cerdas, 2020; Gómez, 2020).

Participación en TV abierta

En 1992, la Sociedad Periodística Extra Ltda. logra la concesión para el canal 42 de la TV abierta (Ramirez, 2021). Actualmente, mantiene 1 título habilitante para TDT, desde donde transmite las señales de *Extra TV 42* (Canal 42.1) y *Radio América con cámaras* (Canal 42.2).

Adicionalmente, el canal 42.3 se utiliza, desde julio de 2021, para transmitir *TV Sur* (Colosal, 2021). Esta televisora local, originaria de Pérez Zeledón, transmitía analógicamente en el Canal 14. No se encontró información relativa al posible acuerdo que facilitó la transmisión de esta señal local en abierto a nivel nacional.

Participación en radio

Extra posee la frecuencia 870AM desde 1996. Desde abril 2021, la emisora renovó su imagen y su equipo de locutores, y comenzó a transmitir radio con cámaras utilizando la señal 42.2 del Grupo Extra en TDT (Taboada, 2021).

1.4.6 Enlace

Enlace es la empresa adjudicataria de varias señales del espectro radioeléctrico de Costa Rica y operador de varias señales de TDT (Tabla 1.7). Emite desde hace 27 años contenidos religiosos de orden evangélico (Jiménez, 2020). La compañía fue fundada por el pastor Jonás González Rodríguez, un estadounidense de ascendencia mexicana, que obtuvo una frecuencia en 1986 (Mundo Cristiano, 2021).

Actualmente, el liderazgo lo ostenta la familia de Jonás González Ortiz, hijo de González Rodríguez. No hay información pública que permita saber el grado de control que los Gon-

Tabla 1.7 Inversiones de Enlace, según área de inversión, tipo de negocio y marcas asociadas

Área de inversión	Tipo de negocio	Marcas asociadas
Medios de comunicación	TV abierta (señales TDT)	Mantiene 3 títulos habilitantes para TDT. Sin embargo, solo utiliza 1 desde donde transmite 4 señales: Enlace, Enlace +, Enlace Juvenil y Enlace Costa Rica

Fuente: Elaboración propia a partir de sitios web, Jiménez (2017) y títulos habilitantes para TDT.

zález tienen sobre el grupo económico. Sin embargo, medios de prensa consignan a este núcleo como los dueños de la compañía y como receptores de las donaciones que se realizan por medio del canal (La Nación, 2005; Salazar, Agüero y Chinchilla, 2018). Además, sus integrantes son rostros asiduos dentro de la televisora: Juanita Cercone, esposa de Jonás González Ortíz, así como Rebecca González Cercone, la hija de ambos, son presentadoras en varios programas televisivos (Enlace Plus, 2021).

En la década de 1990, Enlace se asoció con TBN (Trinity Broadcasting Network), un conglomerado mundial de comunicación cristiana (Nuevo Enlace, 2021). Esta acción le permitió iniciar un proceso de expansión internacional en todo el continente e ingresar su señal a la televisión satelital, con lo que se ha podido expandir a los cinco continentes. Según su sitio web, la empresa tiene oficinas en 20 países y cobertura en cerca de 60 (Enlace, 2021).

Enlace ha ido aumentando su incidencia y sus nexos en la política nacional hasta convertirse en el brazo mediático de las opciones políticas evangélicas de base neopentecostal, las cuales han ido creciendo dentro del escenario político costarricense (Belgrave, 2019; Zuñiga, 2018; Pérez Guadalupe, 2018). Esto se visibiliza en los ligámenes de distinto tipo que mantiene el canal con asesores legislativos de las fuerzas parlamentarias religiosas, invitados asiduos a programas de sus señales. Otras figuras políticas evangélicas de Costa Rica como Fabricio

Alvarado, Francisco Prendas, Carlos Avendaño o Ivone Acuña también eran invitados al canal o inclusive tenían programas dentro de su parrilla (Salazar, Agüero y Chinchilla, 2018). Es más, los padres de Acuña -actual Diputada elegida por un partido con estas características y ex-candidata a la Vicepresidencia de la República- tienen sociedades en común con los González; y su madre, María Teresa Cabrera, participa en el mismo programa de televisión que Juanita Cercone (Salazar, Agüero y Chinchilla, 2018).

Participación en TV abierta

Mantiene tres títulos habilitantes para TDT, sin embargo, solo utiliza uno de estos canales, desde el cual multiprograma 4 señales relacionadas con la marca Enlace: *Enlacetv* (Canal 23.1), *Enlace +* (Canal 23.2), *Enlace Juvenil* (Canal 23.3) y *Enlace CR* (Canal 23.4), todas con programación religiosa de corte evangélico.

Varias de estas señales se transmiten internacionalmente, por ejemplo en 1996, *Enlace* comienza a transmitir por el satélite mexicano Solidaridad 2, lo que permitió extender su cobertura a todo el continente americano (Enlace, 2021).

1.4.7 Conferencia Episcopal de Costa Rica

Es el órgano de máxima jerarquía de la Iglesia Católica de Costa Rica. Esta instancia religiosa, tiene incidencia de manera directa o indirecta en TV, radio y prensa (Tabla 1.8). Su

Tabla 1.8 Medios ligados a la Iglesia Católica, de manera directa o indirecta

Área de inversión	Tipo de negocio	Marcas asociadas
Medios de comunicación	TV abierta (señales TDT)	Mantiene 1 título habilitante para TDT desde donde transmite la señal de Telefides y otra señal no perteneciente a la Iglesia
	TV por internet	San José TV
	Radio	Radio Fides (93.1 FM) Radio Sinaí (103.9 FM) Radio María (100.7 FM) Santa Clara (550AM) María (610AM) Metropoli (1020AM) Fides (1040AM) Chorotega (1100AM) Nueva Diócesis Limón (1140AM) Emaús (1260AM) Sinaí (1400AM)
	Prensa	Eco Católico

Fuente: Elaboración propia a partir de sitios web de la Conferencia Episcopal y Jiménez (2017).

participación está coordinada o articulada por la Red Nacional de Medios Católicos, en la que convergen señales concesionadas a distintas diócesis del país, medios gestionados directamente por la Iglesia o actores privados con los que articulan en términos discursivos y de producción.

Participación en radio

La participación de la iglesia católica costarricense en la radio es posible rastrearla hasta la segunda mitad del siglo XX. Fue en 1952 cuando se produjo la primera transmisión formal de una señal de corte religioso en Costa Rica con la puesta en marcha de *Radio Fides*, en los 1040AM, la actual emisora oficial de la Arquidiócesis de San José (Jiménez, 2020).

Desde entonces, las emisoras y televisoras católicas han ocupado un lugar relevante en el escenario mediático nacional. Para 2020, un 39% de los medios de comunicación religiosos que funcionaban en el país mediante el espectro radioeléctrico tenían un enfoque o ligamen con

la iglesia católica, apostólica y romana (Jiménez, 2020). Actualmente, tiene relación directa o indirecta en 11 radioemisoras de AM y FM (Tabla 1.8).

Participación en prensa

La Iglesia Católica administra, además, el *Semanario Eco Católico*, fundado en 1883 por Monseñor Bernardo Augusto Thiel, segundo obispo de San José de Costa Rica. Es un medio confesional que transmite la posición oficial de los obispos, por lo que su línea editorial es conservadora en temas sociales, culturales o identitarios (Eco Católico, 2021).

Participación en TV abierta

La principal participación de la Iglesia Católica en televisión ocurre a través de *Telefides*, fundada en 1986 mediante la razón social, La Productora Centroamericana de Televisión S.A., una sociedad anónima sin fines de lucro (Telefides, 2021).

Actualmente, tiene 1 título habilitante para TDT en el Canal 40, desde donde multiprograma la señal de *Telefides* (Canal 40.1) y la señal de *Tele Uno* (Canal 40.2), una televisora de carácter comercial. Adicionalmente, participa en *San José TV* una iniciativa de comunicación por internet que produce contenido religioso.

1.5 Acercamiento a la concentración mediática en tiempos de convergencia y TDT

La caracterización de los principales grupos mediáticos hecha previamente permite interpretar de manera integral una serie de datos que se presentan a continuación. Además, en esta sección, se muestra un análisis sobre los niveles de concentración y convergencia presentes en el escenario mediático nacional. Este análisis evidencia una preocupante tendencia a la concentración de la propiedad y las audiencias en la TV por suscripción, la TV abierta, la radio y la prensa escrita, así como una consolidación de los procesos de transnacionalización de la comunicación.

La imposibilidad material de obtener información relacionada con los negocios e inversiones de los grupos mediáticos, la ausencia de regulación clara en materia de radiodifusión, así como la inexistencia de datos públicos y lineamientos institucionales en lo relacionado con la concentración obligan a realizar un acercamiento que combina metodologías, fuentes y datos de muy diversa índole. Como lo señalan Mastrini y Becerra (2017, p. 19-20), este es el único camino posible en Latinoamérica, región donde se hace difícil obtener información sobre esta temática.

En esta sección se utiliza como base la información presentada en Jiménez (2017), Fournier et al. (2018), Jiménez y Voorend (2019) y Garro et al. (2020). Para su ampliación y actualización, se recurre a informes estadísticos del sector de telecomunicaciones emitidos por la SUTEL, a información pública sobre el

proceso de transición a la TDT emitida por el MICITT y a los títulos habilitantes para TDT publicados por el Estado. También se recurre a notas periodísticas, estudios de audiencias y a la información obtenida mediante una entrevista realizada a dos expertos.

Adicionalmente, para el acercamiento a la concentración de la TV abierta se realizó un ejercicio de síntesis y precisión a partir de distintas fuentes. Primero, se realizó un monitoreo empírico durante los meses de octubre y noviembre de 2021. En este ejercicio, se consignó, entre otros datos, el nombre de la señal radiofónica o televisiva, la frecuencia del espectro radioeléctrico asociada y el grupo económico de la comunicación correspondiente. Esta información se comparó con una base de datos recopilada bajo un sistema similar por el académico Sebastián Fournier, representante del Consejo Nacional de Rectores ante la Comisión Mixta de Televisión Digital (CONARE), y a un ejercicio de monitoreo realizado por instaladores de antenas de TDT al cual se tuvo acceso.

1.5.1 TV por suscripción

Para estimar la concentración en el mercado de la TV por suscripción, la SUTEL aplica el Índice Herfindahl-Hirschman (HHI) a partir del peso económico de los actores. El último ejercicio hecho por el regulador en 2020 dio como resultado un valor de 1725 puntos (SUTEL, 2020). Por estar por debajo de los 3000 puntos, pero por encima de los 1500, esta instancia técnica califica este mercado como “moderadamente concentrado”. Si bien esto ya debería ser una advertencia lo suficientemente clara de que este escenario está presentando una tendencia a la concentración, datos adicionales permiten ampliar el análisis desde una perspectiva de derechos comunicativos.

Un primer punto adicional es que el escenario de la TV por suscripción en Costa Rica se encuentra altamente transnacionalizado (Tabla

Tabla 1.9 Caracterización de principales empresas de televisión por suscripción

Cablera	Casa Matriz	Sede principal	Capital	Otros servicios
Cabletica	Liberty (Teletica posee el 20% de las acciones)	Inglaterra, EEUU y Países Bajos	Transnacional	Internet Telefonía (IP, troncalizada) Datos
Tigo	Millicom International Cellular S.A	Luxemburgo	Transnacional	Telefonía (Fija), Internet, Empresariales (ciberseguridad, cloud y data center, SD Wan)
Claro	América Móvil	México	Transnacional	Telefonía (Móvil), Internet
Telecable	No aplica	Costa Rica	Nacional	Internet, Telefonía, Servicios empresariales (ciberseguridad, data center, cloud, SD Wan, etc)

Fuente: Elaboración propia, a partir de sitios webs de empresas.

1.9). De los cuatro principales cableoperadores, tres forman parte de conglomerados transnacionales de vocación regional o global que ingresaron al país desde la década de 1990, mediante la compra de empresas de capital nacional o alianzas de distinta índole.

Por ejemplo, en 1982 inició operaciones Cable Color, la primera empresa de TV por cable de Costa Rica (Revista Summa, 2015). Dicha compañía fue comprada en 1997 por Amzak, de capital canadiense y estadounidense, quien lanzó la marca Amnet. En 2008, esta marca es vendida a la multinacional sueca Millicom International Cellular, quien en 2012 la sustituye por la marca Tigo (Canales, 2008; La Nación, 2012).

Otro aspecto que se debe considerar es que estas compañías no ofrecen únicamente servicios de TV por suscripción. La apertura de las telecomunicaciones profundizó los procesos de convergencia e incentivó que estas empresas incursionaran en negocios relacionados con la telefonía, la ciberseguridad y el internet (Tabla 1.9). Inclusive, también han incursionado en la producción de contenidos de carácter deporti-

vo. En 2018, Tigo lanzó el canal por suscripción *Tigo Sport*, competidor directo de *FUTV* y *TDMás*, marcas ligadas a Teletica, Repretel y Cabletica (Valverde, 2020).

Por su parte, Cabletica es quien tiene la mayor cantidad de abonados en este ámbito (Figuro 1.5). De los más de 866 mil servicios registrados por la SUTEL (2020), el 27,1% pertenece a esta empresa. El segundo y tercer lugar son de Tigo (21,8%) y Claro (13,6%), mientras que el cuarto lugar es de Telecable (12,4%), seguido de cerca por el estatal Instituto Costarricense de Electricidad (11,6%), quien compite a través de su marca *Kolbi*.

El acercamiento se puede detallar más si se divide la información por el tipo de tecnología en los servicios (Tabla 1.10). De la totalidad de abonados, el 66% corresponde a TV por cable, el 26% a TV por satélite y el restante 11% a servicios IP y multipunto. En aquellos servicios que utilizan cable coaxial entre las empresas Cabletica, Tigo y Telecable acaparan el 87,4% del total de suscripciones de esta tecnología. Es decir, dos de las tres empresas que tienen la mayo-

Figura 1.5 Servicios de TV por suscripción para 2020, según empresa

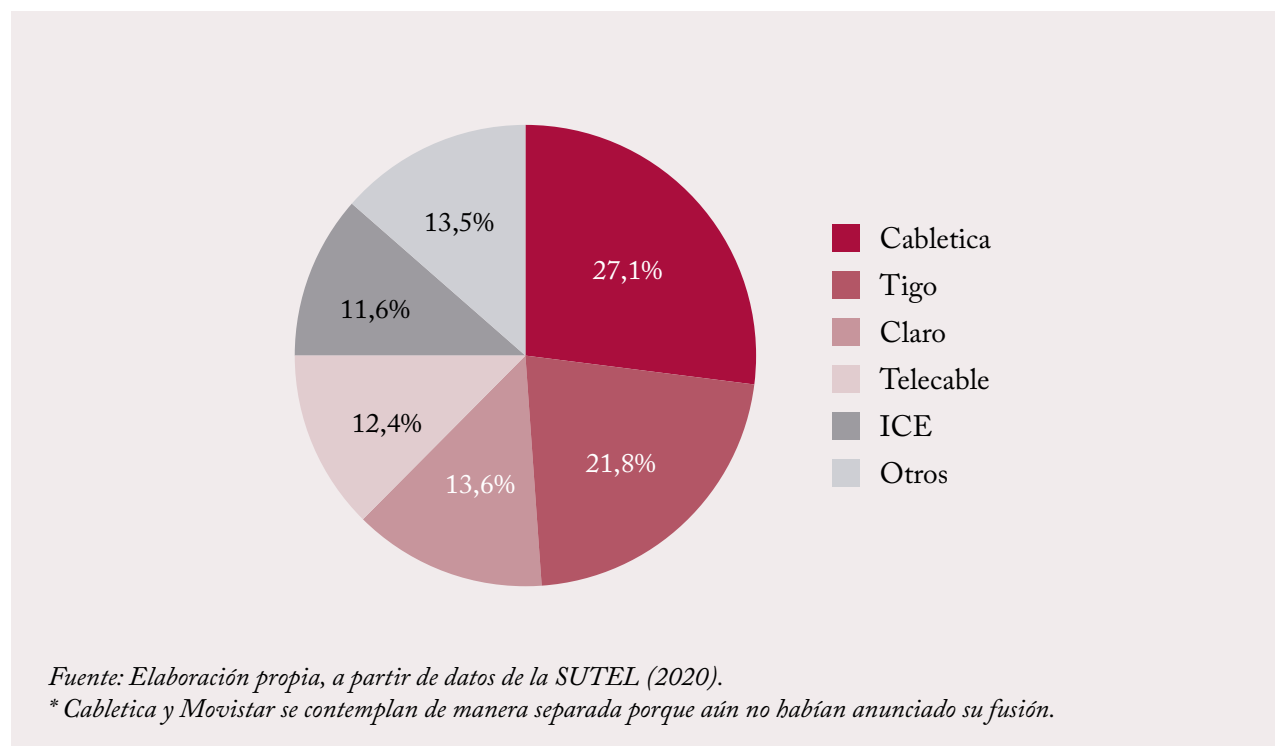


Tabla 1.10 Servicios en TV por suscripción para 2020, según empresa y tecnología			
Tipo de tecnología	TV por cable	Satélite	IP y Multiseñal
% con respecto a total de suscripciones	63%	26%	11%
Cabletica*	42,23%	0,00%	3,68%
Tigo	25,46%	22,00%	0,00%
Claro	0,00%	52,35%	0,00%
Telecable	19,67%	0,00%	0,00%
ICE	2,42%	0,00%	92,71%
COOPELESCA	2,66%	0,00%	0,00%
COOPESANTOS	2,59%	0,00%	0,00%
Movistar TV*	0,00%	2,86%	0,00%
Sky	0,00%	22,79%	0,00%
Otros	4,98%	0,00%	3,61%
Total	100,00%	100,00%	100,00%

Fuente: Elaboración propia, a partir de datos de SUTEL (2020). * Cabletica contempla de manera separada a Movistar porque aún no se concreta la compra del segundo por parte del primero a noviembre de 2021.

ría de los servicios a nivel general son los principales jugadores en la tecnología predominante.

La empresa Claro no participa en la televisión por cable, pero sí lo hace en la satelital donde acapara el 52% de este tipo de servicios. En conjunto con Tigo y Sky suman el 97,14% de los abonados de esta tecnología. En este escenario es donde está presente Movistar, marca recientemente comprada por Cabletica que le permitirá ofrecer al público telefonía móvil y televisión satelital.

Otro aspecto que revela una tendencia a la concentración es la cantidad de actores en el mercado, el cual ha ido disminuyendo con el paso de los años. Según cifras de la SUTEL en algún momento hubo 34 empresas ofreciendo este tipo de servicio. En 2019 la cifra era de 28. En 2020, disminuyó para ubicarse en 26 empresas (SUTEL, 2020). Esta cifra disminuirá aún más con el reciente movimiento Cabletica-Movistar, que todavía no se contempla en estos datos.

Precisamente, el movimiento de integración horizontal/conglomerado hecho por Cabletica con la compra de Movistar debe ser de atención, pues le permitirá estar presente en la TV satelital y en la telefonía móvil. Además, puede que fortalezca su posición como actor dominante del mercado, y le brinde a Teletica -quien posee el 20% de su capital accionario- alguna fortaleza relativa en los otros medios como la TV abierta o la radio donde participa.

Si se considera la reducción de las cableoperadoras, el predominio de cuatro actores a nivel general del mercado y la concentración de los servicios en las principales tecnologías, es factible señalar que el escenario de la TV por suscripción presenta una tendencia a la concentración, que podría fortalecerse cuando se contemple el impacto que tendrá la unión de Movistar y Cabletica.

Esto puede generar afectaciones concretas a la libertad de expresión, en tanto el marco

jurídico de Costa Rica no contempla las llamadas *must carry rules* o “deber de portar y deber de ofrecer” en ninguna de sus variantes. Estas reglas consisten, según Rueda de León y Motta (2014), en establecer una obligatoriedad de doble vía en la que los canales de TV abierta, no comerciales o de carácter público deben poner a disposición de las cableras sus señales para que sean difundidas gratuitamente dentro de su grilla de programación (*Must offer* o deber de ofrecer); al mismo tiempo, las cableras tienen la obligación de incluir dichas señales en su oferta de servicios, sin discriminación o exclusión de ningún tipo (*Must carry* o deber de portar).

Los beneficios de estas reglas han sido señalados por instancias que defienden la libertad de expresión. Las relatorías para la libertad de expresión de la OEA y la ONU han afirmado que las *must carry rules* facilitan el ingreso de nuevos actores al sistema mediático y promueven la diversidad en medio de procesos de digitalización (CIDH, 2014; ONU, 2013). La UNESCO también ha señalado los beneficios de este tipo de normas (UNESCO, 2008) y el Parlamento Europeo ha establecido obligaciones en este sentido con el fin de asegurar la diversidad y la difusión de señales de carácter público, mediante las directivas 2007/65/CR del 11 de diciembre de 2007 y 2002/22/CR del 7 de marzo de 2002.

A pesar de sus ventajas, en Costa Rica no existen estas reglas, por lo que la concentración de suscripciones otorga, de facto, un poder de acceso a las cableoperadoras. Una empresa de TV por suscripción puede decidir -por política empresarial, decisión ideológica o cualquier otra razón- no colocar dentro de su grilla de programación un canal local o una señal de carácter no comercial, afectando con ello el derecho a la información de la ciudadanía.

El académico Sebastián Fournier señala que ya se han dado casos de este tipo. En una entrevista señaló que, en el cantón de Pérez Zeledón, Cabletica se ha negado históricamen-

te a incluir dentro de su grilla de programación dos canales locales de la zona por considerarlos competencia de una señal regional administrada por ellos. Según sus declaraciones, situaciones similares existen “en cada región de Costa Rica” (Fournier, 2021). El también representante de CONARE ante la Comisión Mixta de TV Digital advierte que esto convierte a las cableras en “puertas de acceso” para la difusión de contenidos y les brinda un poder de veto sobre “*qué voces se escuchan y qué voces no se escuchan*” en una zona, afectando con ello la diversidad y el pluralismo (Fournier, 2021).

Otra consecuencia también tiene relación con el acceso a contenidos, pero desde otra perspectiva. Por ejemplo, una empresa podría trasladar de la TV abierta a la TV por suscripción algún evento específico de interés público o nacional, impidiendo eventualmente que un 30% de la población aproximadamente tenga acceso a dicho contenido.

En Costa Rica, también han ocurrido debates en este sentido. El surgimiento de *FUTV* generó reacciones políticas de distinta índole, y llevó al Diputado José María Villalta, del Partido Frente Amplio, a presentar un proyecto de ley con el fin de prohibir que eventos declarados de interés público se excluyan de la radiodifusión abierta y gratuita (Quirós, 2021). Si bien el expediente parlamentario no habla concretamente de los partidos de fútbol, la motivación de la iniciativa está relacionada con esta señal, surgida de una alianza hecha por las dos principales empresas televisivas del país.

1.5.2 TV abierta (Televisión Digital Terrestre o TDT)

El acercamiento a la concentración se complejiza si consideramos lo que ocurre en TV abierta. En este caso, el análisis se realiza considerando que Costa Rica se encuentra en la etapa final de su proceso de transición a la televisión digital terrestre (TDT) tras 12 años de

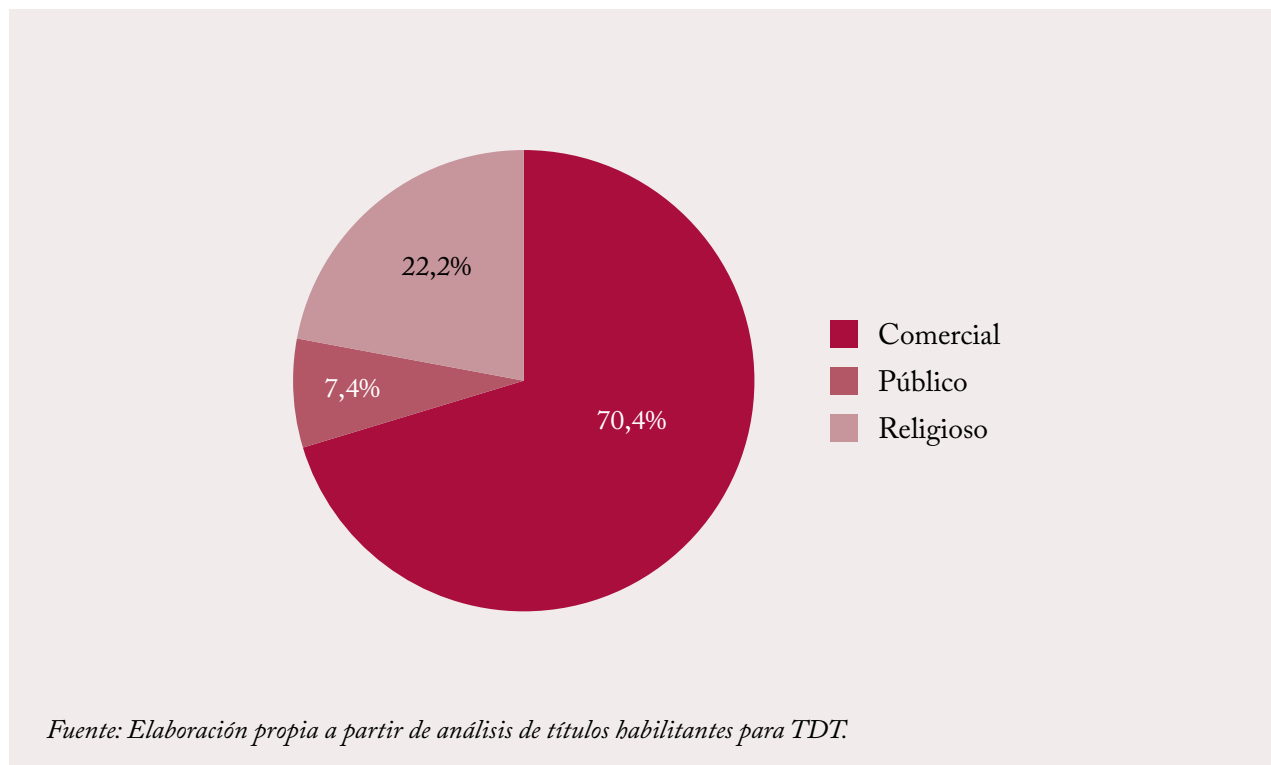
implementación. Por eso, los datos presentados en este apartado constituyen una primera fotografía de hechos jurídicamente consolidados a noviembre de 2021, más que un estado final de la situación. La evaluación global y final de los resultados de la digitalización y sus afectaciones a la libertad de expresión se podrá realizar cuando el uso de esta tecnología se encuentre implementada por completo.

La documentación emitida por el MICITT señala que se lograron resolver afirmativamente 27 solicitudes de adecuación de títulos habilitantes para transmitir en TDT, hechas por adjudicatarios (Viceministerio de Telecomunicaciones, 2021, p. 9-11). Esto significa que el 75% de las 36 frecuencias del espectro radioeléctrico disponibles para emitir en digital se han concesionado, mientras que las nueve frecuencias restantes se encuentran libres y en poder del Estado. De este último grupo, cuatro se deberán dedicar a la reserva de 24 MHz establecida por el Poder Ejecutivo para fines comunitarios y sociales, por lo que se podrán subastar cinco concesiones adicionales al sector privado.

De las 27 frecuencias para TDT otorgadas hasta el momento, 19 son de empresas privadas de carácter comercial, seis pertenecen a alguna instancia de carácter religioso y solamente dos son de propiedad pública o estatal (Figura 1.6). Esta distribución es prácticamente igual a la que se constató en el informe anterior del PROLEDI, cuando no había ocurrido el encendido digital (Fournier et al., 2018, p. 148). Es decir, el escenario televisivo, tanto en analógico como en digital, es fundamentalmente privado y de carácter comercial, con una participación relevante de la televisión con contenido religioso, poca presencia pública y una ausencia total de la propiedad comunitaria o social.

Esta distribución, así como la ausencia de diversidad de propietarios es una carencia que genera un escenario concentrado en un tipo específico de propiedad. Además, aleja al país de recomendaciones emitidas por los mecanismos

Figura 1.6 Títulos habilitantes para TDT otorgados por el MICITT, según tipo de concesionario



internacionales para la promoción de la libertad de expresión, que han señalado que la diversidad debería ser un criterio obligatorio en el proceso de digitalización digital y que “se deberían adoptar, según sea necesario medidas especiales para evitar (...) una concentración mayor o indebida de la propiedad o el control de los medios” (CIDH, 2013).

Este escenario de preeminencia de un tipo de propiedad por encima de otros, no sufrirá grandes transformaciones. Esto es así porque, una vez otorgadas las cinco frecuencias que son posibles de subastar en el sector privado, las empresas de carácter comercial tendrán en su poder el 88% del escenario televisivo de Costa Rica. Esta proyección hipotética no cambiará, independientemente de si las cuatro frecuencias que reunirán los 24 MHz de reserva se entregan para fines culturales, o pasan a formar parte de las televisoras de propiedad pública.

El análisis de los concesionarios de frecuencias para TDT bajo la perspectiva de grupos económicos tampoco invita al optimismo. El Grupo Repretel obtuvo cinco de las 27 adjudicaciones de títulos habilitantes para transmitir en esta tecnología, lo que significa que tiene por el momento en su poder el 18% de estos permisos (Tabla 1.11). Esta cantidad es suficiente para mantener la condición que tenía antes del encendido digital, de ser la empresa con más frecuencias del espectro dedicado a la TV (Fournier, et al., 2018). En cierta medida fue el actor -público o privado- más beneficiado de esta transición.

De la misma manera, Enlace se mantuvo como la segunda empresa con más concesiones. De los nueve contratos de concesión para TV analógica registrados por Fournier et al. (2018), ahora cuenta con tres títulos para TDT. En una tercera posición se encuentran Teletica, Teleplus y Multimédios con dos licencias cada una,

Tabla 1.11 Porcentaje de títulos habilitantes para TDT, según grupo económico

Grupo Económico	Concesionarios asociados al grupo económico	Títulos habilitantes para TDT	
		Cantidad	% sobre el total
Grupo Repretel	Corporación Costarricense de Televisión S.A., Telesistema Nacional S.A., Televisora Sur y Norte S.A., Teleamerica S.A.	5	18,52%
Enlace TV	Asociación Cristiana Canal Veintitrés, Televisión y Audio S.A., Red Televisión y Audio	3	11,11%
Teletica	Génesis Televisión S.A., Televisora de Costa Rica S.A.	2	7,41%
Teleplus	T.V. Diecinueve UHF S.A., Radio Costa Rica Novecientos Treinta AM S.A.	2	7,41%
Multimedios	Fundación Internacional de las Américas	2	7,41%
VM Latino	Bivisión de Costa Rica S.A.	1	3,7%
Visión América	Asociación Cultural Cristo Visión S.A.	1	3,7%
UCR	UCR	1	3,7%
SINART	SINART S.A.	1	3,7%
Iglesia Católica	La productora Centroamérica S.A.	1	3,7%
Grupo Extra	Sociedad Periodística Extra LTDA	1	3,7%
Coopesca	TV Norte Canal Catorce S.A.	1	3,7%
Coccio Carranza	Canal Color S.A.	1	3,7%
Canales 36	Trivisión de Costa Rica S.A.	1	3,7%
Canal 50	Canal Cincuenta de Televisión S.A.	1	3,7%
Canal 27	Televisora Canal Veintisiete M.M. S.A.	1	3,7%
CelestroN	Celestron S.A.	1	3,7%
Tagama	Grupo Tagama S.A.	1	3,7%
Total		27	100%

Fuente: Elaboración propia, a partir de títulos habilitantes.

Tabla 1.12 Uso de canales físicos concesionados. Noviembre, 2021

Uso	Nº
Tienen programaciones	21
Sin programaciones	6
Total de canales concesionados	27

Fuente: *Elaboración propia.*

lo que representa un 7,4% del espectro adjudicado. El resto de los actores solamente tienen una frecuencia.

En este análisis es importante tener en cuenta dos aspectos. Primero, el hecho de que una frecuencia esté concesionada no quiere decir, necesariamente, que esté en uso. De hecho, de las 27 frecuencias que cuentan con un título habilitante, solamente 21 se encuentran emitiendo una señal de TV al momento de escribir este capítulo (Tabla 1.12).

Si en el mediano plazo no se utilizan estas frecuencias, eventualmente se aplicaría el artículo 7 de la Ley de Radio del 19 de junio de 1954 (Ley N° 5768), que establece un lapso de seis meses, prorrogables a otros seis, para poner en operación la señal concesionada y comprobar que ha hecho inversiones considerables en la misma que justifiquen dicha extensión. Si no se realizan estos pasos o se incumple con el uso después de este período, el título debería, en teoría, extinguirse por un uso ineficiente del espectro.

Segundo, se debe también considerar que una frecuencia que esté en uso tiene la posibilidad de multiprogramar. La digitalización permite aumentar la eficiencia en el uso y la explotación del espectro. Por tanto, es factible emitir una señal en una calidad igual o mayor a la analógica utilizando menos espacio de la frecuencia otorgada. Esto hace posible que, en el mismo espacio donde antes únicamente se transmitía una señal o programación de televi-

sión, ahora se puedan transmitir varias. Técnicamente, esto se conoce como multiprogramación o multiplexación.

La información recopilada revela que, en 16 de los 21 canales adjudicados y que se encuentran en uso, hay multiprogramación. Es decir, en ellos se transmiten de manera simultánea varias señales de TV o programaciones. En total, en estos 15 canales se contabilizan 40 programaciones. En los otros seis canales solo hay una programación, por lo que si se realiza la sumatoria de ambos podemos afirmar que, para noviembre de 2021, Costa Rica cuenta con 46 programaciones o señales activas, abiertas y gratuitas de TDT (Tabla 1.13).

Una mirada rápida al uso de las programaciones en TDT evidencia que, con sus debidas excepciones, no es una parrilla que incentive necesariamente el pluralismo mediático. En la mayoría de ellas, los grupos económicos retransmiten sus propias señales o la señal con cámara de sus radioemisoras (Tabla 1.13). Es decir, la digitalización no ha sido de utilidad - por el momento - para incentivar una democratización real de los medios de comunicación en Costa Rica.

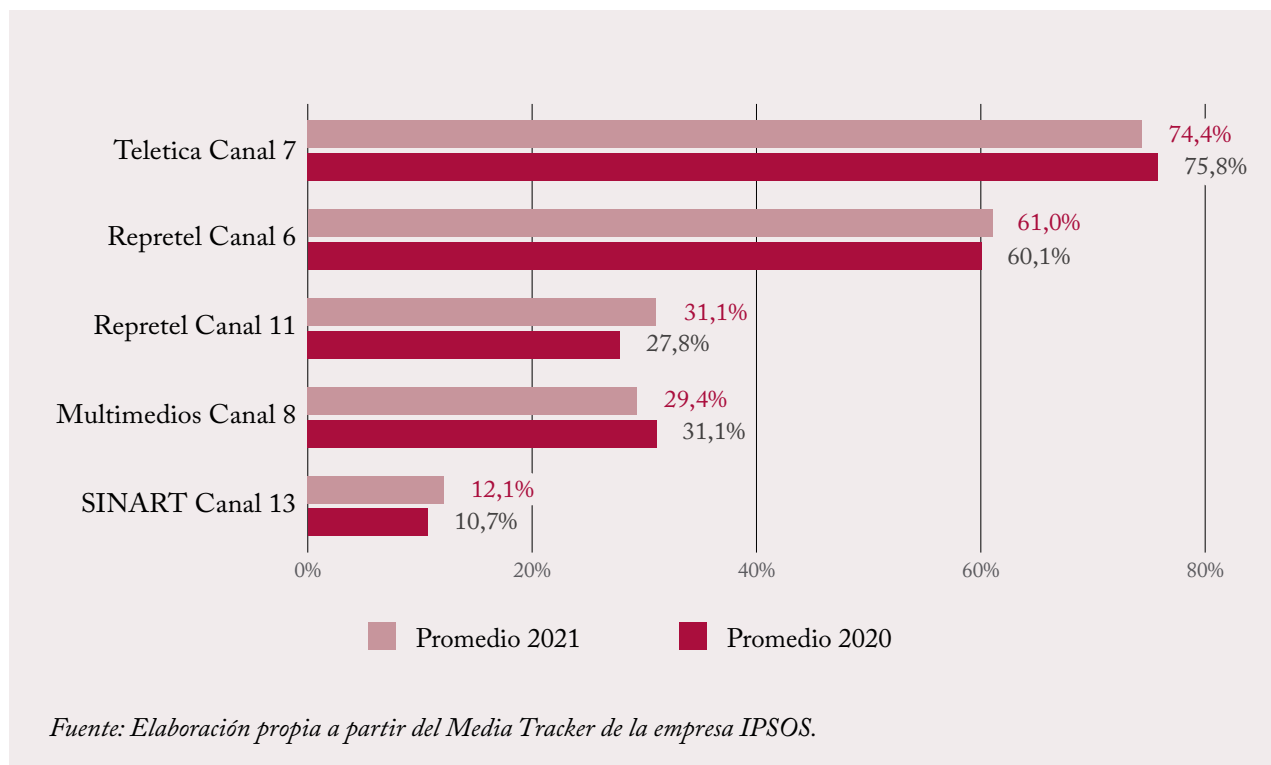
Por ejemplo, Grupo Repretel retransmite en el 6.2 la señal del *Canal 4*, a pesar de que la misma ya se ubica en el canal 4.1. Por su parte, Enlace aprovechó la multiprogramación para ubicar tres marcas de su propiedad en un mismo canal y, además, para generar una marca adicional llamada *Enlace CR* en el espacio del

Tabla 1.13 Canales virtuales y físicos de grupos mediáticos, con programaciones asociadas para el mes de noviembre de 2021

Grupo económico	Canal Virtual	Programación 1	Programación 2	Programación 3	Programación 4	Canal Físico
Canal 27	1	Canal1	Canal 1.2	Tica Visión Radio		27
Repretel	2	CRC Canal 2	Audio de radioemisoras de Central de Radios			29
Repretel	3	- Sin Uso -				17
Repretel	4	Canal 4 HD				26
Multimedios	5	Milenio TV				47
Repretel	6	Canal 6 HD	Canal 4 HD			22
Teletica	7	Teletica HD	Teletica Radio HD			18
Multimedios	8	Multimedios				44
Celestron	9	Canal 9				39
Teletica	10	XperTV HD				30
Repretel	11	Canal 11 HD	Canal 2 HD			34
VM Latino	12	VM Latino	Soy Plancha	VM Latino Vintage		24
SINART	13	Sinart 1 HD	Sinart 2 SD	CR Radio Nacional		20
Coopesca	14	TVN-1	TVN-2			14
UCR	15	UCR-1	UCR-2			15
Teleplus	19	Señal de RTVE				19
Enlace TV	23	Enlace	Enlace +	Enlace Juvenil	Enlace CR	32
Visión América	31	Life TV	Visión América	SMO Positivo Channel	Positivo Channel	31
Enlace TV	35	-Sin Uso -				35
Coll	36	- Sin Uso -				36
Coccio Carranza	38	Canal 38 HD	Canal 38.2			38
Iglesia Católica	40	Telefides	Tele UNO			40
Extra TV	42	Extra TV HD	Radio América	TVSur PZ		42
Enlace TV	43	- Sin Uso -				43
Teleplus	49	TV+	Urbano TV	TV+ 2		49
Canal 50	50	Bethel TV1 HD	Bethel TV2 HD			50
Tagama	52	- Sin Uso -				48

Fuente: Elaboración propia a partir de monitoreo, Fournier (2021) y consulta a material elaborado por instaladores de antenas de TDT.

Figura 1.7 Promedio de audiencias 2020 y 2021 en TV abierta



cuarto subcanal. De esa forma, utilizó la TDT y el múltiplex para crear un nuevo canal evangélico en la TV abierta del país.

Ahora bien, es posible ubicar excepciones y experiencias positivas desde el punto de vista de la democratización, en el uso de la multiprogramación y en la digitalización de la TV como tal. Gracias a esta tecnología TV Sur y TV Norte -televisoras regionales de amplia tradición en sus zonas- pueden sintonizarse a nivel nacional. También es gracias a este proceso que Ticavisión -una señal dedicada a la comunidad nicaragüense residente en Costa Rica- puede transmitir sus programas para que sean vistos de manera gratuita en el país.

Esta información sobre TDT se debe problematizar con datos sobre las audiencias. En ese sentido, es posible señalar que Teletica es el canal en abierto más visto según el estudio Media Tracker de la empresa IPSOS (Figura 1.7).

Por la forma de recolección de los datos en estos resultados no es posible calcular la concentración de audiencias por grupo económico. No obstante, la información es suficiente para afirmar que *Teletica Canal 7* y *Repretel Canal 6* como las dos señales más vistas en el país. Estas dos empresas tienen cifras de audiencia que superan, por mucho, a *Multimédios Canal 8*, el tercer actor privado presente en esta disputa, quien se debe conformar - según estos datos - a luchar con el *Canal 11* de la subsidiaria de Albavisión.

Estas cinco señales televisivas son las que acaparan la mayoría del mercado. De las 37 programaciones restantes no se consignan datos en este estudio particular, por lo que es factible plantear que no son competencia para Teletica, Repretel y Multimédios.

Como se observa, la promesa de diversificación y aumento del pluralismo producto de la TDT aún no se concreta. Queda pendiente la definición del mecanismo para adjudicar los 24

MHz reservados para fines sociales y culturales, así como la concesión de nuevas frecuencias al sector privado, por lo que algunos de estos aspectos, eventualmente, podrían cambiar.

El viceministro de Telecomunicaciones, Teodoro Willink, afirmó en una entrevista para esta investigación que la adjudicación de los 24 MHz debe darse bajo un sistema diferenciado, que no emule el mecanismo de subasta que se lleva a cabo para adjudicar concesiones a televisoras comerciales (Willink, 2021). En el mismo sentido opina el activista y académico Sebastián Fournier, quien inclusive brinda ideas de posibles formas de adjudicar estos nuevos títulos habilitantes. En entrevista para este capítulo, Fournier señaló la posibilidad de que las universidades públicas puedan ser adjudicatarias con el fin explícito y regulado de que multiprogramen para iniciativas de comunicación no comercial. Es decir, que actúen como una especie de actor neutro estatal proporcionando la infraestructura a actores de comunicación que no cuentan con la capacidad económica para invertir en un transmisor, pero sí son capaces de producir contenido (Fournier, 2021). De igual forma, otra idea que brinda es que se creen asociaciones conformadas por varios actores no comerciales con el objetivo de aumentar la capacidad económica y hacerles frente a las inversiones que conlleva administrar un canal de TDT.

Finalmente, el tema de la multiprogramación merece atención. Tanto Willink (2021)

como Fournier (2021) confirmaron que no existe ningún tipo de regulación en ese tema. Es decir, un concesionario puede establecer la relación contractual que desee con otro actor privado para que el segundo utilice una fracción del espectro radioeléctrico que tiene concesionado. Esto significa que, legalmente, es factible para un concesionario lucrar con un bien demanial del Estado. Ambos señalaron que esta situación no debería estar ocurriendo, y que es necesario que la Asamblea Legislativa emita alguna norma en torno a este aspecto.

Todo esto impide visualizar, de momento, una tendencia positiva. Hay una concentración de frecuencias en el sector privado de carácter comercial, la multiprogramación - que se encuentra completamente desregulada- no se utilizó para incentivar el pluralismo y los grupos mediáticos con más concesiones antes del encendido digital, o consolidaron su lugar privilegiado en el uso del espectro, o aumentaron su presencia con las posibilidades tecnológicas que este cambio permitió. A todo esto, se le debe agregar una concentración de audiencias en dos grupos económicos de los cuales uno - Repretel - tiene, además, la mayor cantidad de títulos habilitantes para TDT.

1.5.3 Radio FM-AM

En materia de radiodifusión sonora abierta, el análisis revela que no han existido cambios sustanciales con respecto al último in-

Tabla 1.14 Radioemisoras en AM y FM, según tipo de concesionario

Frecuencia	AM		FM		
	Año	2018	2021	2018	2021
Comercial		70,18%	69,23%	74,55%	76,47%
Religiosa		22,81%	23,08%	16,36%	15,69%
Pública		7,02%	7,54%	9,09%	7,84%

Fuente: Elaboración propia, a partir de Fournier et al. (2018), monitoreo y revisión de sitios web

Tabla 1.15 Emisoras en AM y FM activas, según grupo económico de la comunicación

Grupo económico	Emisoras en Am	Emisoras en FM	Total
Iglesia Católica	Santa Clara (550AM), María (610AM), Metropoli (1020AM), Fides (1040AM), Chorotega (1100AM), Nueva Diócesis Limón (1140AM), Emaús (1260AM), Sinaí (1400AM)	Fides (93.1FM), Sinaí (103.9FM), María (100.7FM)	11
Central de Radios (Grupo Repretel)	Managua (670AM), Pacífico (730AM), Monumental (890AM), Cristal (980AM)	Monumental (93.5FM), Z-FM (95.1FM), La Mejor (99.1FM), Disney (101.1FM), Exa (102.7FM), Best (103.5FM), Momentos (94.3FM)	11
Columbia	Columbia (760AM), Rock 2 AM (1000AM)	Wao (92.3FM), Columbia Stereo (92.7FM), Amplify (95.5FM), Columbia (98.7FM), Radio Dos (99.5FM)	7
Cadena Radial Costarricense	Libertad (570AM)	94-7 (94.7FM), NueveCincoNueve (95.9FM), Azul (99.9FM), La Superestación (89.1FM)	5
Grupo 88	Sonora (700AM), Buenísima (1600AM), Cima (1500AM)	Stereo (88.7FM)	4
Multimedios		Bésame (89.9FM), La Caliente (90.7FM), Los 40 principales (104.3FM)	3
Grupo Radiofónico Omega		IQ Radio (97.9FM), Omega Stereo (105.1FM), Vox (105.5FM)	3
UCR	870UCR (870AM)	Universidad (96.7FM), Radio U (101.9FM)	3
Grupo Actual	La Gigante (800AM), Actual (960AM)	Actual (107.1FM)	3
SINART	Nacional (590AM)	Nacional (101.5)	2
Corporación Cossio Carranza		Amor (93.9FM), Super Radio (102.3FM)	2
Cadena Musical		Musical (97.5FM), Hit (104.7FM)	2
Grupo Visión		Stereo Visión (98.3FM), Pura Vida (106.3FM)	2
Teletica		Teletica Radio (91.5FM)	1
Grupo MVS		Globo (100.3FM)	1
Urbano		Urbano 106 (105.9FM)	1
VM Latino		Planet (107.5FM)	1
Grupo Extra	América (780AM)		1

Grupo económico	Emisoras en Am	Emisoras en FM	Total
Teleplus	Costa Rica (930AM)		1
Frecuencias no ligadas a grandes grupos económicos	Paraíso (530AM), Rica (640AM), BBN Radio (910AM), Faro del Caribe (1080AM), Cartago (850AM), Victoria (1180AM), Cucu (1200AM), Fe y Poder (11220AM), Fuente Musical (1300AM), Sideral (1340AM), Pampa (1420AM), San Carlos (1440AM), Nicoya (1560AM), ICER (1580AM y 1600AM), 16 (1600AM), Pococí (1600AM), Alajuela (1120AM)	Bahía (107.9FM), Unción (106.7FM), Faro del Caribe (97.1FM), Centro (96.3FM), 91.1 (91.1FM), Colosal (88.3FM), Sinfonola (90.3FM), ICER (88.1FM), Life (89.5FM), Centro (96.3FM), Zoom (91.9FM)	NA

Fuente: Elaboración propia, a partir de monitoreo, sitios web e información recopilada en Jiménez (2017) y Fournier et al. (2018).

forme del PROLEDI, donde se evidenció una tendencia a la concentración en la propiedad de las frecuencias de Amplitud Modulada (AM) y de Frecuencia Modulada (FM), así como una prevalencia de un tipo de propiedad (Fournier et al., 2018).

Si se toman los datos de los tipos de concesionarios que actualmente explotan las frecuencias de AM y FM es factible observar que los porcentajes se mantienen similares a los de 2018, con leves variaciones producto de la salida del aire de varias emisoras, o de la devolución de algunas frecuencias, lo que modificó un poco el porcentaje, en sentido ascendente o descendente (Tabla 1.14).

El escenario radiofónico continúa dominado mayoritariamente por concesionarios privados de carácter comercial. Las organizaciones religiosas ocupan un lugar relevante, especialmente en la banda AM, y los concesionarios públicos mantienen una presencia testimonial. La propiedad de carácter no comercial, social o comunitaria es inexistente.

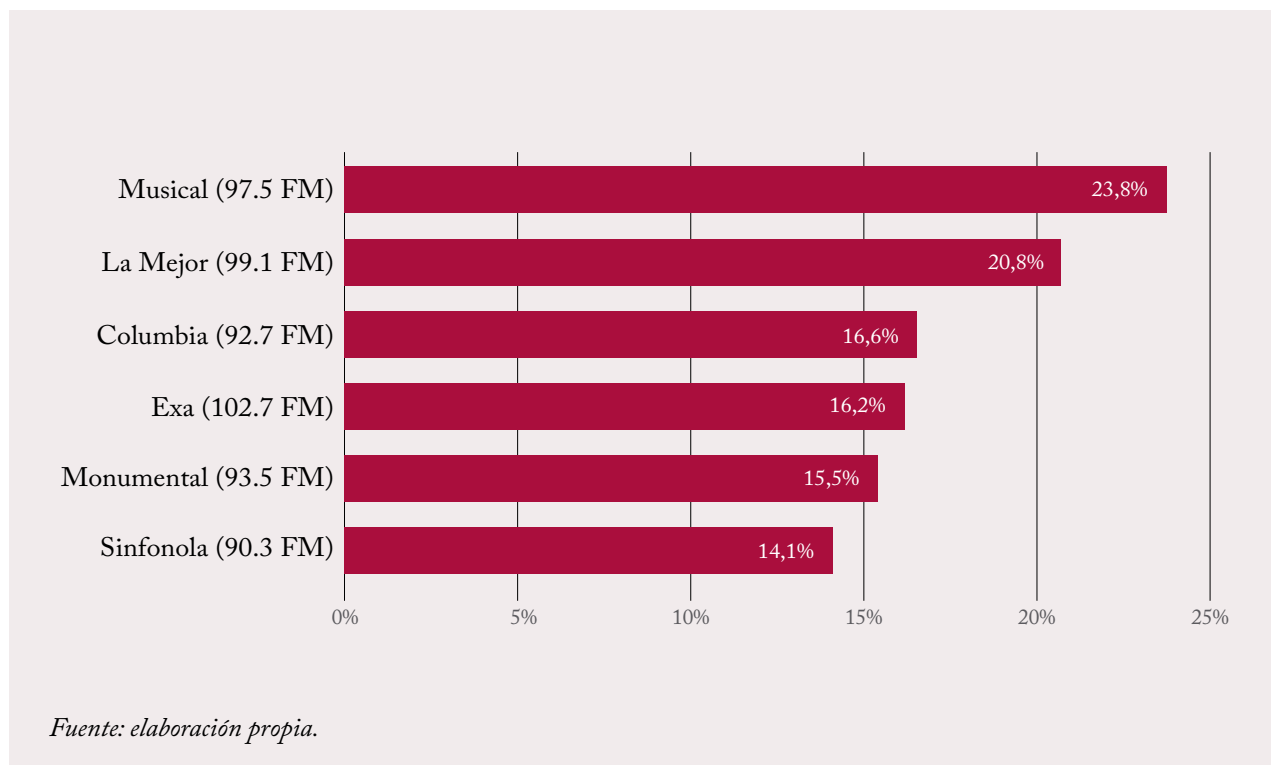
Los grupos de comunicación que tenían más emisoras de radio en 2018 siguen manteniendo esa posición de liderazgo al momento

de escribir este capítulo (Tabla 1.15). No hubo variación sustancial en términos de la propiedad. En AM, la Iglesia Católica y el Grupo Repretel continúan siendo los actores con más emisoras. En FM, persisten, al igual que hace 5 años, los Grupos Columbia, Repretel y la Cadena Radial Costarricense como las empresas con más frecuencias.

En términos de audiencia, Grupo Repretel logra colocar tres de sus emisoras entre las seis señales más escuchadas según el promedio de agosto de 2021 del estudio Media Tracker de IPSOS (Figura 1.8). Se trata de *La Mejor FM* (99.1FM), *Exa FM* (102.7 FM) y *Monumental* (93.5FM). Junto a estas, se posicionan otras emisoras que no están directamente ligadas con alguno de los 7 principales grupos mediáticos del país: *Musical* (97.5 FM), *Columbia Estereo* (92.7FM)) y *Sinfonola* (90.3 FM).

Lo anterior significa que Repretel es el grupo económico de la comunicación con más emisoras, tanto en AM como en FM y es, al mismo tiempo, un actor relevante en términos de audiencia, pues tres de sus emisoras se colocan en los primeros lugares de preferencia. Como se mencionó, también administra varias señales de TDT y está presente en el negocio

Figura 1.8 Promedio de audiencias 2021 en Radio FM



de la TV por cable a través de *FUTV*, una de las señales más vistas en los sistemas de TV por suscripción de Costa Rica.

Al cruzar esta información con datos previos se evidencia que algunos actores de menor peso económico están incursionando en prácticas de expansión horizontal, pues han decidido ingresar al negocio de la TDT.

A Repretel, Multimedios, la Iglesia Católica, Teletica y Extra, que administran al menos un canal televisivo, se le han sumado las empresas VM Latino y Urbano.

El aumento de la participación de empresas privadas de capital extranjero en la explotación del espectro de radio es un cambio importante con respecto al informe de 2018. La adquisición que realizó el Grupo Multimedios de las emisoras del Grupo Latino de Radiodifusión, propiedad de Nación y PRISA, así como el ingreso del Grupo MVS de México a Costa

Rica mediante la emisora Radio Globo (100.3 FM) profundizan la transnacionalización de la comunicación que ya ha sido señalada previamente por otros autores (Fournier et al. 2018; Jiménez, 2017).

1.5.4 Prensa escrita

Finalmente, se debe considerar la prensa escrita con soporte impreso. Según Garro et al. (2020), en Costa Rica existen 47 periódicos que tienen una versión impresa con distintos tirajes y alcances. De ellos, siete tienen un carácter generalista o un alcance más allá de lo local o lo temático (Tabla 1.16).

En términos de propiedad, el actor más relevante es Grupo Nación, que administra dos periódicos de tiraje diario, más un semanario especializado en información financiera y económica. El resto de las empresas solamente administra uno de estos productos.

Tabla 1.16 Periódicos generalistas de Costa Rica, según periodicidad y grupo económico

Periódico	Periodicidad	Grupo económico
Semanario El Financiero	Semanal	Grupo Nación
La Nación	Diario	Grupo Nación
La Teja	Diario	Grupo Nación
Semanario Universidad	Semanal	Universidad de Costa Rica
Eco Católico	Semanal	Iglesia Católica
La República	Diario	República Media Group
Diario Extra	Diario	Grupo Extra

Fuente: Elaboración propia.

La Teja y *La Nación* son los medios escritos con versiones físicas con más alcance (Figura 1.9). Información del estudio IPSOS Media Tracker de 2020 revela que los dos tenían un promedio de audiencias del 21%.

Nuevamente, se debe apuntar que por la forma de recolección de los datos en este estudio no es factible calcular la concentración por grupo económico. No obstante, lo recopilado es suficiente para evidenciar el dominio del Grupo Nación en este ámbito. Esta preeminencia se confirma si se considera que también es de las mayores receptoras de pauta estatal (Rodríguez, 2020).

El mercado de la prensa escrita con soporte impreso ha cambiado sustancialmente a nivel internacional debido a los nuevos hábitos de consumo. Estas modificaciones han tenido impacto en el ecosistema costarricense, y han generado una caída de los lectores de las versiones físicas, como se apuntó anteriormente al hacer referencia a los lectores del Grupo Nación.

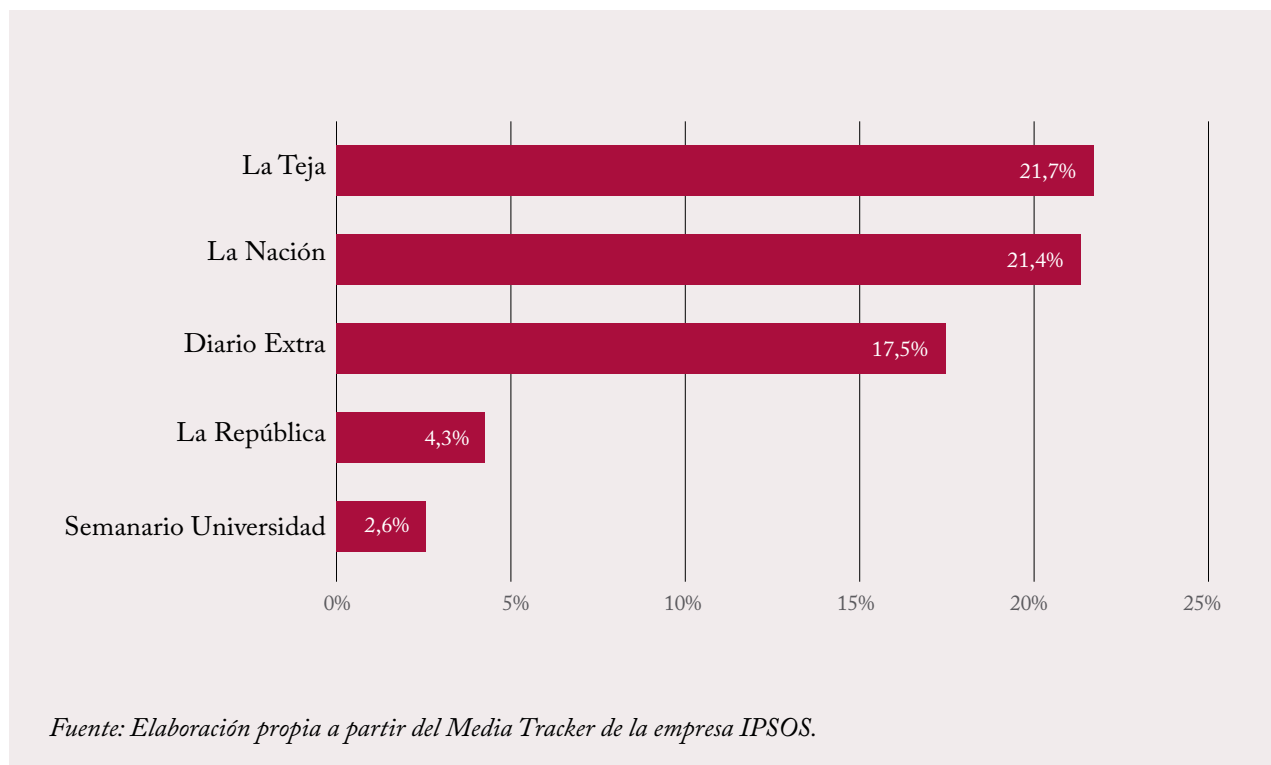
Este nuevo contexto global, así como la dificultad de consolidar un modelo de negocios sostenible que sustituya la caída en la colocación de pauta y publicidad también ha provocado el cierre de varios periódicos o la desaparición de sus versiones impresas. En los últimos 10 años,

en Costa Rica dejaron de editarse los periódicos *Al Día*, *Ahora*, *Vuelta en U* y *La Prensa Libre* (Castillo, 2020; Estrategia y Negocios, 2013). Además, dejó de publicarse en físico *The Tico Times*, que ahora solo mantiene una versión en digital (Martínez, 2012).

Otro aspecto relevante es que las empresas que editan las principales cabeceras son de capital nacional. El único grupo económico transnacional que estaba presente en el mercado de la prensa era Hollinger International, que editó *La República* hasta 2007, año en el que varios inversionistas costarricenses compraron el periódico para fundar República Media Group, una empresa que, además, se hace cargo de otras publicaciones de carácter financiero (Blase, 2019; La República, 2021). Es decir, a diferencia de los tres mercados previos, el de la prensa escrita es el único donde el capital foráneo más bien decide disminuir su presencia.

Como se observa, este mercado tiene como actor dominante al Grupo Nación, además, hay una preeminencia de la propiedad de carácter comercial y es un mercado con pocos actores, todos de capital costarricense. Si se compara con lo que ocurría hace varios años, existen hoy menos publicaciones, pero la desaparición de las mismas está más ligada a la con-

Figura 1.9 Promedio de audiencias 2020 en prensa escrita



solidación de los nuevos hábitos de consumo digital que a los procesos de concentración.

En el futuro inmediato, el análisis presentado debe enriquecerse considerando los medios de prensa que son completamente digitales. Como se señaló en el apartado de contexto, en los últimos años han surgido medios digitales ligados a empresarios y figuras de partidos políticos. Además, se han consolidado actores como *CRHoy*, que ya presentan una capacidad nada despreciable para concentrar pauta estatal y electoral. Por esa razón, es indispensable conocer sus dueños, sus dinámicas y sus relaciones empresariales.

1.6 Conclusiones

En 1979, las periodistas Isabel Ovares y Patricia León describieron la estructura de los medios de información de Costa Rica, y señalaron una concentración de poder económico,

mediático y político en unas cuantas empresas familiares (Ovares y León, 1979). Transcurridos 41 años desde esa investigación, el ecosistema mediático no solo está más concentrado, sino que presenta una complejidad que, en aquel momento, era imposible de prever.

Parte de los derechos comunicativos de las personas se definen hoy en un escenario altamente desregulado que presenta un aumento del capital extranjero, los negocios convergentes y la diversificación empresarial. Es un ecosistema con una clara tendencia a la concentración de la propiedad, de las audiencias y de la publicidad, en el cual las empresas familiares se han transformado en poderosos grupos económicos con intrincadas alianzas de índole empresarial y familiar, así como múltiples negocios en varios mercados de la comunicación y de las telecomunicaciones.

Es una “cancha” desnivelada, en el que por un lado se encuentran estas grandes empresas

con enorme capacidad económica y un gran poder de incidir en las corrientes de opinión pública; y por el otro lado se encuentra el Estado, con un marco jurídico omiso y desactualizado, que no le proporciona herramientas reales y funcionales para garantizar -como es su deber- la libertad de expresión que merecemos todas las personas.

Es desde esta posición, que considera la incapacidad pública para hacerle frente a la globalización de las industrias culturales, a los negocios convergentes y a la transnacionalización comunicativa; y que denuncia, al mismo tiempo, un desinterés de los distintos actores para garantizar un ecosistema plural y diverso, desde donde sugerimos leer las siguientes conclusiones.

Primero, Costa Rica tiene un sistema de medios de comunicación con poca regulación, que presenta una clara tendencia a la triple concentración en el ámbito de la propiedad, las audiencias y la publicidad. Esta concentración se encuentra presente -con distintos actores- en los cuatro mercados analizados, y es factible por la carencia legal de límites para ese tipo de procesos.

Segundo, Teletica es el principal grupo de comunicación del país. Es cierto que no concentra frecuencias del espectro radioeléctrico, pero acapara los servicios de TV por suscripción, las audiencias en TV y la publicidad oficial del Estado. Además, tiene participación en la radio y en Cabletica, empresa que ofrece múltiples servicios de telecomunicaciones, y que ingresó recientemente al mercado de la TV satelital y la telefonía móvil, con la adquisición de Movistar.

Además, Teletica transmite noticias, produce localmente grandes formatos televisivos, multiprograma en TDT, genera contenidos de diversa índole para TV por suscripción, administra una radio, distribuye podcasts y mantiene sus propias plataformas de streaming. Ya no es un canal de televisión común y corriente, es la empresa de comunicación multimedia, conver-

gente y multiplataforma más poderosa de Costa Rica, con una altísima incidencia en la opinión pública, enorme capacidad de inversión y un rol trascendental en el escenario social y político del país.

Tercero, Repretel es el otro gran actor en el escenario mediático nacional. Es el grupo económico con más radioemisoras y es el principal ganador del proceso de digitalización de la TV, con la mayor cantidad de títulos habilitantes. Además, tiene presencia en la TV por suscripción gracias a su alianza con Teletica, así como múltiples negocios en otros mercados. Concentra publicidad y audiencia, tanto en radio como en TV y es el caso más emblemático de la transnacionalización que ha sufrido la comunicación costarricense.

Comparativamente, no ha incursionado con tanta fuerza en los negocios convergentes como Teletica. No obstante, sigue siendo una corporación poderosa. El alquiler de porciones del espectro radioeléctrico mediante la multiprogramación de sus canales TDT es una posibilidad que le podría permitir ampliar sus negocios y su presencia en el mercado televisivo.

Cuarto, Grupo Nación pareciera estar teniendo problemas para enfrentar el nuevo contexto y adaptarse a los nuevos hábitos de consumo mediático. Frente a la profundización de la convergencia multiplataforma de Teletica, el triunfo empresarial de Repretel con la TDT y las inversiones multimillonarias de otros grupos como Multimédios, a este actor no le ha ido tan bien.

En los últimos años, decidió deshacerse de varios negocios, vender sus radioemisoras e ingresar al negocio del desarrollo inmobiliario. Todo esto lo hizo mientras disminuía su personal, perdía ingresos debido a la migración de la publicidad hacia el mundo virtual y mientras sus periódicos se enfrentaban a la caída de lectores en la versión impresa, y a la competencia de nuevas opciones informativas en su

versión digital. Ante este panorama, surge la interrogante sobre cómo hará para consolidar sus nuevos liderazgos internos en este nuevo, fragmentado y disperso escenario político, así como para mantener su capacidad de articular simbólica y discursivamente los intereses de las élites. Esta es la gran incógnita que se plantea tras este análisis.

Quinto, la transnacionalización del escenario comunicativo costarricense se sigue profundizando. Como se demostró, tres de los siete principales grupos económicos (Grupo Repretel, Enlace y Grupo Multimédios) tienen casas matrices fuera de nuestras fronteras, mientras que tres de los cuatro principales cableoperadores son multinacionales (Cabletica, Tigo y Claro).

La consolidación del liderazgo de cableoperadoras de capital extranjero debe ser un llamado de atención para discutir el eventual establecimiento en nuestro marco jurídico de las *must carry rules*, por ser instrumentos que garantizan la diversidad y aseguran la presencia de voces en las regiones de Costa Rica. Como se demostró, la concentración en el mercado de cable y la alta penetración de este servicio en Costa Rica convierte a las principales empresas en “puertas de acceso” con “capacidad de veto” hacia televisoras locales. Por tanto, es necesario regular esta situación para evitar arbitrariedades de cualquier tipo en la inclusión o no de señales locales o no comerciales dentro de las parrillas de programación.

Sexto, el proceso de digitalización de la TV no ha servido -por el momento- para democratizar el escenario mediático ni para garantizar la diversidad de voces en el espectro radioeléctrico. Es cierto que aumentó la cantidad de canales de televisión y que, en algunos casos, el ingreso de esta tecnología permitió dar espacio a iniciativas de comunicación regional o que representan a sectores excluidos como los migrantes. Sin embargo, no se ha logrado con-

solidar el mecanismo para adjudicar los 24MHz para iniciativas no comerciales, y el encendido digital no modificó ni la concentración de la propiedad en actores privados de carácter comercial, ni la posición de privilegio de Repretel y Enlace en la administración de frecuencias.

Es más, el proceso generó un nuevo negocio desregulado para los adjudicatarios con la implementación de la multiprogramación. En este tema, el Estado, una vez más, decidió no regular e interpretó que la relación contractual entre un titular de una concesión y un actor que subarrienda un subcanal es de carácter privado, a pesar de que en ese trato se lucra con un bien demanial público, propiedad de la Nación como lo es el espectro radioeléctrico.

Sétimo, es necesario abrir una nueva discusión sobre el marco jurídico que regula el ecosistema mediático nacional. En esa discusión, es indispensable establecer límites a la concentración y considerar todos los procesos complejos que se han descrito en este informe. Se debe tomar en cuenta que las tecnologías se superponen unas a otras, y que ahora coexisten, en una misma cancha, conglomerados regionales, actores mediáticos diversificados y empresas convergentes que generan contenidos para múltiples plataformas mediante prácticas de concentración cruzadas.

Finalmente, se debe reiterar que investigar esta temática sigue siendo relevante. La concentración es un problema para la democracia que lesiona los derechos humanos e impide que las sociedades sean plenamente libres. Por eso, se debe seguir profundizando en este asunto, y se debe seguir luchando por consolidar un ecosistema de medios plural, que tenga representación de todas las voces, que permita una amplia competencia y que garantice los derechos comunicativos de las personas. Al hacerlo, se estará fortaleciendo el régimen democrático, la libertad de expresión y el derecho a la comunicación. ■

CAPÍTULO 2

La desinformación, ¿va a las urnas? Análisis de la difusión de contenidos desinformativos durante la campaña política en Costa Rica 2022

Carolina Carazo Barrantes y Larissa Tristán Jiménez

2.1 Introducción y justificación

Que el fenómeno de la desinformación no es algo nuevo, sino un problema que siempre ha existido y que volvió a cobrar relevancia en la agenda de discusión pública (incluyendo la agenda académica) a partir del año 2016, ha llegado ya a convertirse en una verdad de Perogrullo.

El fenómeno, entonces, no es nuevo; lo que sí lo es, por lo menos relativamente, es el contexto digital en el que los contenidos desinformativos circulan: el Internet y las redes sociales le han otorgado a esta milenaria práctica “nueva forma y amplitud” (Mendes Tomas y Mendes Torres, 2020, p. 499). Por su parte, Guallar (2018) coincide en que “la novedad es ahora la dimensión del fenómeno, que se caracteriza por su extraordinario volumen y su enorme rapidez: grandes cantidades de noticias falsas que

se transmiten en cuestión de segundos” (p. 228). Para el autor: “la era de los datos masivos (big data), ha hecho también posible las mentiras masivas” (Guallar, 2018, p. 228) y, por supuesto, a lo anterior se le suman las herramientas que están al alcance de cualquier persona para hacer que un contenido falso parezca verosímil.

En esta interpretación, el término que se ha generalizado para aludir al fenómeno contemporáneo de la desinformación: “fake news” o noticias falsas, “representa las tradicionales formas de desinformación que se adaptan a las tecnologías modernas y las plataformas de redes sociales. Es un término popular y general que abarca propaganda, la desinformación [en inglés “disinformation” y “misinformation”] y el periodismo subjetivo tal como se presentan

* Carolina Carazo Barrantes - Doctora en Sociología, con especialidad en Cambio Social en Sociedades Contemporáneas por la Universidad Nacional de Educación a Distancia, Madrid, España. Profesora catedrática en la Escuela de Ciencias de la Comunicación Colectiva e investigadora del Centro de Investigación en Comunicación (CICOM) de la Universidad de Costa Rica. Carolina tiene una maestría en Comunicación Política por Emerson College (Boston, Estados Unidos) y una licenciatura en Comunicación con énfasis en Periodismo por la Universidad de Costa Rica. Ha publicado artículos que se centran en analizar las relaciones entre periodismo, comunicación y política; recientemente con especial énfasis en redes sociales, procesos electorales y desinformación.

Larissa Tristán Jiménez - Profesora asociada de la Escuela de Ciencias de la Comunicación Colectiva de la Universidad de Costa Rica (UCR). Es doctora en Comunicación Social por la Universitat Pompeu Fabra (UPF), en Cataluña, y licenciada en Psicología por la Universidad de Costa Rica. Compagina la docencia con la investigación y desarrolla diversos proyectos en el Centro de Investigaciones en Comunicación (CICOM) de la UCR. Coordina el Observatorio de la Comunicación Digital y la iniciativa regional del Observatorio del Discurso del Odio y de la Discriminación en asociación con la oficina de las Naciones Unidas en Costa Rica. Sus temas de interés son el análisis del discurso con perspectiva de género, el estudio de la comunicación en contextos urbanos y el análisis de la desinformación y de las teorías de la conspiración en contextos de crisis como la emergencia sanitaria causada por la pandemia por COVID-19.

Tabla 2.1 Medios para informarse sobre la situación política del país (mayo 2021)

Medio	Porcentaje
Televisión	78,54%
Internet	75,84%
Redes sociales	70,33%
Conversaciones con amigos	69,77%
Periódicos	55,60%
Radio	45,48%

Fuente: *Elaboración propia.*

en la era digital” (MacCarthaigh y McKeown, 2021, p. 241).

Cada vez más, el consumo de información política y el debate público en torno a la misma vienen en gran medida mediados por las grandes plataformas como Facebook y Twitter y más recientemente también Instagram y TikTok, que con sus algoritmos condicionan la configuración de la agenda de temas públicos (Paniagua, Seoane y Magallón-Rosa, 2020, p. 125). Por eso, para Lee (2019) “el impacto de las redes sociales en la psique política de un país no debe subestimarse” (p. 17).

En Costa Rica, datos del Centro de Investigación y Estudios Políticos (CIEP, 2021) señalan que si bien una gran mayoría de personas afirma seguir informándose sobre la situación política del país a través de la televisión (78.54 %), Internet y las redes sociales también son los medios que más de siete de cada 10 personas utilizan para informarse (ver Tabla 2.1).

En este contexto digital, una de las preocupaciones más recurrentes en relación con la difusión de rumores, contenidos total o parcialmente falsos, propaganda exagerada o periodismo cuestionable es la amenaza que constituye a los regímenes democráticos. Para Lee (2019) los efectos de las noticias falsas pueden tener consecuencias perjudiciales en un Estado y su

proceso democrático: “todo el proceso político de la democracia está basado en información confiable. Con la difusión a gran escala y generalizada de ‘noticias falsas’, esta base fundacional y crucial ha sido más o menos violada” (p. 20).

Así, el contenido desinformativo disminuye la posibilidad del debate democrático y la consecuente legitimación del proceso democrático. Todo esto también presenta una capacidad desestabilizadora que no solo afecta la confianza de la ciudadanía en los medios, los gobiernos, la política pública e, incluso, en el propio sistema democrático, sino que también “ha servido para dividir más al público, tanto ideológicamente como en la propia aceptación de los hechos” (Lee, 2019, p. 16).

No es de extrañar, entonces, que hasta en un país pequeño como el nuestro, seamos testigos de diferentes tipos de esfuerzos para combatir el fenómeno de la desinformación. Además de iniciativas de alfabetización digital (Hidalgo, 2021) y verificadores de datos (Vargas, 2020), por ejemplo, días antes de la votación del 6 de febrero de 2022, el Tribunal Supremo de Elecciones (TSE) y Facebook anunciaron un esfuerzo conjunto por eliminar publicaciones falsas sobre las elecciones (Chinchilla Cerdas, 2022b) a través de un canal directo mediante el cual los magistrados electorales pueden solicitar a Facebook “la eliminación de publicacio-

nes con información falsa sobre el desarrollo de los comicios, que pongan en riesgo el ejercicio del sufragio”.

Una amenaza al sistema democrático de semejante envergadura debe analizarse. Este capítulo explora el fenómeno de la desinformación en el contexto de la campaña política costarricense con miras a la elección para presidente y diputaciones de febrero de 2022. Se analizaron 43 piezas de contenido desinformativo que circularon en redes sociales entre el 6 de octubre de 2021 y el 22 de enero de 2022¹. El análisis de contenido permitió identificar tres grandes macrotemas: pandemia, elecciones y candidatos (noticias falsas sobre candidatos o discurso desinformativo emitido por alguna de las personas candidatas durante sus intervenciones públicas). También fue posible detectar varias desinformaciones aisladas relacionadas con estafas.

Comparativamente con otros países, por lo menos durante el periodo en estudio de la primera ronda, encontramos que si bien el fenómeno de la desinformación está presente en el país, en realidad no se trata de cifras alarmantes de contenido desinformativo circulando y que, aún en época electoral, el tema de la pandemia domina el contenido de la desinformación, al menos durante el periodo de análisis.

Adicionalmente, los resultados sugieren que las iniciativas periodísticas de verificación (*Doble Check* y *No coma cuento*) hacen un notable esfuerzo por contrarrestar los efectos nocivos de los intentos desinformativos a través de explicaciones exhaustivas y fundamentadas con fuentes y datos confiables.

1 El cierre de edición del presente informe no permitió que el periodo de estudio se extendiera hasta la fecha de las elecciones, el 6 de febrero de 2022. Por lo tanto, se debió hacer un corte el 22 de enero.

2.2 Descripción del tema y problema de investigación

Como se verá en este apartado, desde que, en años recientes, se convirtió en objeto de estudio y de debate, el fenómeno de la desinformación se ha estudiado desde muy distintas aristas en cientos de artículos, libros y ponencias. En aras de no redundar, de seguido se hace un breve repaso por el campo de estudio con el fin de situarlo y dimensionarlo. En la segunda parte de este apartado se discutirá sobre el enfoque político-electoral en la literatura y, finalmente, se presenta una breve reseña del contexto de la campaña presidencial costarricense 2021-2022.

2.2.1 Lo que se ha estudiado

2.2.1.1 La literatura en números

Righetti (2021) realizó un análisis cuantitativo de la literatura científica sobre noticias falsas (“fake news”). Para su investigación, buscó en la base de datos Scopus todos los registros de documentos que mencionaban la palabra clave “fake news” en el título o resumen, escritos en inglés y publicados hasta 2020. Encontró un total de 9.015 documentos que incluían el término en algún lugar de su texto completo y 2.368 documentos que lo mencionaban en el título o el resumen. Su trabajo se concentró en esos 2.368 documentos. De estos, 1.055 eran artículos de revistas y 828 ponencias de congresos. Otros tipos de documentos incluían capítulos de libros (73), editoriales (72) y libros (43). El análisis temporal de Righetti permitió confirmar algo que se repite en los cientos de artículos publicados sobre el tema: que el término “fake news” ganó popularidad en la literatura científica a partir de 2016, y antes de eso, los académicos prácticamente no lo usaban. La primera aparición en el conjunto de datos es en 2005 (tres documentos), pero hasta 2016 había menos de 10 documentos al año. En 2017, el número de publicaciones aumentó repentinamente a 203, en 2018 llegó a 477, 694 en 2019

y 951 en 2020. El análisis de la afiliación nacional de las personas autoras también permite confirmar algo que se sabía (por lo menos para el caso de los dos países con más publicaciones): entre los países más prolíficos se encuentran Estados Unidos (698 documentos), Reino Unido (211), India (182), Alemania (112), Australia (110) e Italia (99). España se encuentra en la posición 8 con 95 documentos y Brasil en la posición 11 con 75. México está en la penúltima posición de 37 con 15 documentos encontrados (Righetti, 2021).

Este autor hace un análisis temático y encuentra un marcado interés en temas de detección de noticias falsas y métodos computacionales; en segundo lugar, sobresalen los aspectos políticos y comunicativos de la problemática (como queda evidenciado por palabras claves como “periodismo”, “comunicación” y “política”) y, en tercer lugar, los documentos sobre noticias falsas y la pandemia provocada por la COVID-19. En otra revisión de literatura sobre el tema, los autores Di Domenico, Sit, Ishizaka, y Nunan (2021) encontraron que la mayoría de los artículos revisados (117) corresponden a los campos de la psicología y la tecnología de la información/ciencias de la computación debido al interés de los académicos en comprender las motivaciones para creer y compartir noticias falsas y los avances tecnológicos que permiten su difusión en línea.

En el análisis de la autora no queda del todo claro cuál es la cantidad de documentos que se circunscriben a la temática electoral. Al realizar las autoras de este capítulo un análisis similar al de Righetti (2021) en Scopus con términos de búsqueda que limitan los resultados al tema electoral², se encontraron 272 documentos (232 artículos científicos, 25 capítulos de libros y 15 libros). Las palabras claves de estos 272

2 La búsqueda se realizó limitando los registros a aquellos que incluyeran en el título, el resumen o en las palabras claves las siguientes palabras: fake news y election.

documentos eran (el equivalente en inglés³ de): noticias falsas (141), redes sociales (65), desinformación (46), elecciones (32), “misinformation” (30), elección (23), “social networking (online)” (16), humano (15), post-verdad (14) y Facebook (13). En este caso, los países con mayor representación coinciden en el caso de Estados Unidos (100) y Gran Bretaña (34); sin embargo, le siguen Brasil (18), España (16) y Australia (15). Al igual que en los resultados de Righetti (2021), las publicaciones empiezan a multiplicarse a partir del año 2017 (11) y 2018 (50); un interés que se mantiene en los siguientes años: 2019 (65), 2020 (79) y 2021 (61).

Si bien podría pensarse que este marcado interés en la temática va de la mano con hallazgos contundentes, lo contrario pareciera ser el caso: como muchos otros campos de estudio en sus inicios, se trata de un cuerpo de literatura que está “altamente fragmentado” (Di Domenico et al., 2021, p. 329) en el que todavía quedan muchas preguntas sin respuestas precisamente porque los estudios que se han realizado se caracterizan por estar dispersos y fraccionados (Di Domenico y Visentin, 2020; Di Domenico et al., 2021).

2.2.1.2 Las áreas de estudio

La cantidad de artículos académicos que se han publicado sobre el fenómeno de la desinformación ha ameritado varias revisiones de literatura (Celliers y Hattingh, 2020; Damstra, Boomgaarden, Broda, Lindgren, Strömbäck, Tsfati, y Vliegthart, 2021; Di Domenico et al., 2021; Guallar, Codina, Freixa, y Pérez-Montoro, 2020; Kapantai, Christopoulou, Berberidis y Peristeras, 2021; Miró-Llinares y Aguerri, 2021; Righetti, 2021; Tsfati, Boomgaarden, Strömbäck, Vliegthart, Damstra, y Lindgren, 2020; Zhuravskaya, Petrova y Enikolopov,

3 Fake news, social media, disinformation, elections, misinformation, election, social networking (online), human, post-truth, Facebook.

2020), todas ellas muy recientes. Lo interesante es que, si bien los procesos electorales son protagonistas en esta historia, incluyendo dos de los fenómenos más estudiados y que fueron el punto de partida del tsunami de literatura sobre la desinformación (las elecciones estadounidenses de 2016 y el proceso electoral británico del Brexit de 2016), no se encontró ninguna publicación o revisión de literatura con un enfoque desde lo electoral.

Habría múltiples formas de describir y categorizar el campo de estudio. En este caso, seguimos la propuesta de Damstra et al. (2021) quienes lo dividen en tres tendencias.

Una primera gran tendencia de estudios es de carácter taxonómico; se trata de trabajos conceptuales centrados en aclaraciones teóricas, que proponen tipologías de noticias falsas y exploran su reciente aumento con el contexto digital y el nuevo ecosistema mediático (por ejemplo: Allcott y Gentzkow, 2017; Bakir y McStay, 2018; Egelhofer y Lecheler 2019; Sør 2019; Soll, 2016; Tandoc, Lim y Ling 2018; Waisbord 2018; Wardle, 2017, 2018).

Otra gran área de estudios es la de trabajos empíricos que se enfocan en las dinámicas, la difusión y los efectos de las noticias falsas. Carrazo-Barrantes, Tristán Jiménez y Siles González (2021) incluyen aquí artículos relacionados con tres perspectivas: 1. exposición a las noticias falsas (cómo las audiencias se ven expuestos a los contenidos desinformativos), 2. difusión (cómo estos contenidos se distribuyen mediante ciertos tipos de flujos y canales) y 3. apropiación (relacionado con el consumo y cómo las personas interpretan y asignan significados a este tipo de contenidos). Algunos trabajos de esta gran sub-área (entre muchos otros) son los de Dafonte (2019); Fletcher, Cornia, Graves, y Kleis (2018); Guess, Nyhan y Reifler (2018); Guess, Nagler y Tucke (2019); Nelson y Taneja (2018); Shao, Ciampaglia, Varol, Flammini, y Menczer (2017); Spohr (2017); Tsfati et al. (2020); Vossoughi, Roy y Aral (2018).

Finalmente, están los trabajos que exploran soluciones a la problemática de las noticias falsas: cómo abordar la propagación y el impacto de la desinformación (por ejemplo; Hameleers 2020; Lazer, Baum, Grinberg, Friedland, Joseph, Hobbs, y Mattson 2017), incluyendo alfabetización mediática (Freire, Furlan, y Oliveira dos Santos, 2019; McGrew, Breakstone, Ortega, Smith, y Wineburg, 2018; Middaugh, 2018, 2019; Musgrove, Powers, Rebar, y Musgrove, 2018; Romero-Rodríguez et al., 2019), verificadores de datos o fact-checking (Graves, 2016; Graves y Cherubini, 2016; Stencel y Luther, 2020); etiquetas a noticias falsas (Pennycook, Cannon, y Rand, 2018; Pennycook, Bear, Collins, y Rand, 2020; Clayton, Blair, Busam, Forstner, Glance, Green, y Sandhu, 2019) y tecnologías para su detección (Álvarez-Daza, Pico-Valencia y Holgado-Terriza, 2021; Céspedes, Rodríguez, Castillo, Segura-Castillo, 2021; Choraś, Demestichas, Giełczyk, Herreiro, Ksieniewicz, Remoundou, Urda, y Woźniak, 2021; Mezaris, Nixon, Papadopoulos, y Teysso, 2019).

2.2.1.3. Procesos electorales y desinformación

El fenómeno de la desinformación se ha estudiado de forma amplia principalmente en contextos electorales. Tal y como se señaló anteriormente, a pesar de que ya hay varias publicaciones que hacen revisiones de literatura, no se encontró ningún trabajo de ese tipo relacionado con desinformación que tuviera un enfoque meramente electoral. Por esa razón, en este apartado consideramos valioso hacer un repaso de algunos de los procesos electorales que se han estudiado bajo esta perspectiva.

Las elecciones presidenciales estadounidenses de 2016 (Hillary Clinton vs Donald Trump) fueron el primer caso de un proceso electoral en el que se estudió el fenómeno de la desinformación (y uno de los primeros estudios el de Allcott y Gentzkow, 2017). Una búsqueda en Scopus utilizando las palabras clave “fake

Tabla 2.2 Publicaciones académicas en inglés sobre desinformación y procesos electorales 2016-2021

País y proceso electoral	Cantidad de publicaciones (artículos académicos, libros y capítulos de libros)	Años de publicaciones	Áreas temáticas	Palabras clave
Estados Unidos, elecciones presidenciales 2016	58	2017: 4 2018: 11 2019: 12 2020: 18 2021: 13	Ciencias sociales (41) Computación (13) Artes y humanidades (10) Psicología (7) Medicina (4)	Fake news (35) Social media (14) Misinformation (8) Disinformation (7) Election (6) Twitter (6) Journalism (5) Humans (5)
Reino Unido, referendo Brexit 2016	49	2017: 2 2018: 11 2019: 8 2020: 13 2021: 15	Ciencias sociales (35) Artes y humanidades (18) Computación (8) Administración, negocios (3) Economía y finanzas (3)	Fake news (27) Brexit (10) Social media (9) Misinformation (6) Post-truth (6) Disinformation (4) Digital literacy (3) European Union (3) Human (3)
Brasil, elecciones presidenciales 2018	16	2018: 1 2019: 3 2020: 5 2021: 7	Ciencias sociales (14) Computación (4) Artes y humanidades (1) Medicina (1)	Fake news (9) Brazil (8) Disinformation (7) Elections (7) Twitter (3) Social media (2) Post-truth (2) Social networks (2) Journalism (2) (...)
España, elecciones generales 2019	6	2020: 4 2021: 2	Ciencias sociales (6) Computación (1)	Disinformation (4) Political communication (4) Fake News (3) Spain (3) Elections (2) Twitter (2) (...)

Nota: solamente incluye artículos publicados en revistas académicas, libros y capítulos de libros en inglés.

FUENTE: Scopus, 2022

news” y “US 2016” arrojó 58 documentos (tomando en cuenta únicamente artículos académicos, libros o capítulos de libros).

Luego le siguieron los casos del Brexit y de las elecciones generales de 2017 y 2019 en Gran Bretaña (Brändle, Galpin y Trenz, 2021; Cervi y Carrillo-Andrade, 2019; Greene, Nash y Murphy, 2021; Höller, 2021; Rose, 2017). Desde entonces, los estudios se han multiplicado.

La región latinoamericana no se ha librado de la problemática y, por tanto, también ha visto la publicación de estudios de procesos electorales en México (elección presidencial 2018: Magallón Rosa, 2019; Noain-Sánchez, 2019), Brasil (elección presidencial 2018: Alves, Weitzel, Quaresma, Cardoso, y Cunha, 2019; Chaves y Braga, 2019; Recuero, Soares y Gruzd, 2020; Reis, Melo, Garimella, Almeida, Eckles, y Benevenuto, 2020), Uruguay (elecciones generales 2019: Molina-Cañabate y Magallón-Rosa, 2021), Chile (elección presidencial 2019, Santana y Cánepa, 2019) y más, incluyendo Costa Rica (elección presidencial 2018: Bunse, 2021).

En Costa Rica, otra publicación sobre el tema es el libro de Siles González, Tristán Jiménez y Carazo Barrantes (2020), que si bien no tiene un enfoque electoral, sí presenta un análisis en profundidad e interdisciplinario del fenómeno de la desinformación desde tres miradas que se relacionan entre sí: la del periodismo y la comunicación; la de la difusión, la circulación y la recepción; y la del discurso, sentido y poder.

2.2.2 Política y elecciones en un contexto digital que se enfrenta al fenómeno de la desinformación

Es indiscutible que, a partir de 2016 y desde entonces, el fenómeno de la desinformación ocupa un lugar importante en la agenda de discusión pública y, como se señalaba al inicio de este capítulo y ha quedado evidenciado con el repaso de la literatura, también en la agenda de investigación académica. Frente a este reno-

vado interés en la problemática, algunos académicos (Fletcher et al., 2018; Nelson y Taneja, 2018; Tsfati et al., 2020) se han preguntado si los datos, es decir, los casos en los que se comprueba la circulación de contenidos desinformativos, se corresponden a todo lo que se habla y se escribe sobre desinformación y noticias falsas, ya que pareciera prevalecer la percepción social de que el impacto de la desinformación en la sociedad es importante:

Esa percepción retroalimenta la creencia de que estamos experimentando una “crisis de la desinformación” global, lo cual, a su vez, incrementa las preocupaciones y acciones ciudadanas y académicas para frenar sus potenciales consecuencias. La literatura consultada no niega ni minimiza los potenciales efectos de la desinformación, pero sí advierte que su impacto podría estar siendo magnificado, lo cual podría resultar más dañino que la noticia falsa per se, en tanto que la percepción distorsionada sobre el impacto de la desinformación puede llegar a erosionar la confianza de la ciudadanía en los medios de comunicación social y en la democracia (Tristán-Jiménez y Carazo-Barrantes, 2020, p. 169).

En esta misma línea, Tsfati et al. (2020) presentan un interesante argumento sobre la atención que reciben las noticias falsas. Los autores señalan que la literatura pareciera apuntar hacia una exposición relativamente limitada del público a las noticias falsas (y citan a: Lewandowsky, Ecker, Seifert, Schwarz, y Cook, 2012; Grinberg, Joseph, Friedland, Swire-Thompson, y Lazer, 2019; Nelson y Taneja, 2018); sin embargo, subrayan que, a pesar de esta exposición limitada, los datos demuestran repetidamente que al menos algunas noticias falsas reciben una atención generalizada y son ampliamente creídas. Para ellos, entonces, “aunque la evidencia es circunstancial, el hecho de que las personas escuchen noticias falsas, pero no vean su publi-

cación original, implica que los principales medios de comunicación son responsables de gran parte de la atención que las noticias falsas reciben” (Tsfati et al., 2020, p. 160). Es decir, si bien no hay datos sobre la exposición a noticias falsas en los medios tradicionales, los autores sostienen que es probable que, dada la gran atención que se dedica a las noticias falsas en este tipo de medios, una mayor proporción del público está expuesta a las noticias falsas a través de la cobertura que sobre ellas hacen los medios tradicionales. Así, si bien los autores advierten que los medios tradicionales no son el único conducto de noticias falsas y otra desinformación, señalan que “probablemente sí sean un amplificador y difusor significativo de historias falsas, incluso si, en su mayor parte, cubren noticias falsas con la intención de aclarar las cosas y corregir la información fabricada” (Tsfati et al., 2020, p. 160).

Los autores reconocen que la reacción del gremio periodístico al crecimiento del contenido desinformativo ha sido un renovado énfasis en la verdad y los hechos, “con algunas marcas periodísticas alrededor del mundo teniendo más cuidado que nunca con los hechos” (Tsfati et al., 2020, p. 158), algo que ya ha sido documentado para el caso costarricense (Carazo-Barrantes y Cajina Rojas, 2020). Esta respuesta se ha visto reflejada, entre otras maneras, en la proliferación de iniciativas de verificación, las cuales, desde 2001 han crecido en porcentajes que superan el 1000% (Amazeen, 2013; Tsfati et al., 2020; Carazo-Barrantes y Cajina Rojas, 2020).

Sin embargo, como bien apuntan Tsfati et al. (2020):

para corregir la desinformación, los medios de comunicación tienen que repetirla y repetir las mentiras a menudo dificultan su corrección (Lewandowsky et al., 2012). Además, pocas otras instituciones tienen el alcance de los medios de comunicación (Waisbord, 2018). La investigación también indica que el alcance de sitios de noticias falsas (Fletcher et al., 2018)

y el consumo de noticias falsas en línea (Grinberg et al., 2019; Guess et al., 2019) se limitan a partes bastante pequeñas de la población. En conjunto, esto implica que muchas personas pueden escuchar noticias falsas a través de los principales medios de comunicación. Así, resulta paradójico que los medios de comunicación tradicionales que cubren la desinformación ayudan en su difusión: aunque su propósito es corregir la desinformación (p. 158).

Si bien esto puede ser, sin duda, una posibilidad (más probable en algunos países o contextos que en otros) también es cierto que estamos ante un fenómeno que es real y que es preocupante.

Por un lado, está lo que se conoce en la literatura como el “género” de las noticias falsas (“fake news genre”) (Egelhofer y Lecheler, 2019), refiriéndose a la difusión intencional de información falsa, enmascarada como noticias tradicionales, para promover objetivos políticos o generar ingresos publicitarios. A diferencia de la desinformación por parte de actores políticos, por ejemplo, uno de los principales problemas de este género de noticias falsas es que es muy difícil rastrear a los productores originales de la información puesto que parte de su manera de operar es desde el anonimato, escondiendo su verdadera identidad. Algunas veces lo hacen a través de perfiles falsos en redes sociales, otras veces presentan el contenido desinformativo bajo el disfraz de un pseudo medio de comunicación que hacen parecer como legítimo.

Por otro lado, es por todos reconocido que los propios políticos son fuente de contenidos desinformativos. Los políticos siempre han exagerado, engañado y hasta mentido; no obstante, las oportunidades que tienen en la actualidad para diseminar información directamente, sin pasar por el filtro de los medios y su escrutinio periodístico, se han multiplicado gracias a Internet y las redes sociales.

Para Zhuravskaya et al. (2020), las bajas barreras de entrada a las redes sociales hacen menos efectivos los filtros de cara a la propagación de la información política, permitiendo nuevos participantes previamente marginados por el *establishment* político.

Los autores explican el ciclo político de la desinformación al advertir que, como los estándares de verificación de datos en línea son laxos, las barreras de entrada bajas junto con la velocidad sin precedentes con la que los usuarios pueden compartir contenido en las redes sociales, da pie para potenciar una difusión de contenidos desinformativos y noticias falsas, lo que en última instancia aumenta el malestar hacia la política (Zhuravskaya et al., 2020). También recuerdan que como las reacciones inmediatas a menudo se basan en las emociones más que en la razón, las noticias falsas, que provocan miedo o ira, pueden propagarse más rápido que las reales noticias, que a menudo tienen menos carga emocional, algo que ya ha sido comprobado (Bakir y McStay, 2018; Guo, Cao, Zhang, Shu, y Yu (2019); Horner, 2021; Martel, Pennycook y Rand, 2020). La facilidad con la que se comparte el contenido emocional en línea también puede contribuir a la ineficacia de la verificación de hechos (basada en la razón) para compensar noticias falsas (basadas en emociones) (Andersen y Søe, 2020; Pavleska, Školkay, Zankova, Ribeiro, y Bechmann, 2018). Asimismo, las bajas barreras de entrada multiplican las fuentes de noticias y, posiblemente, permite a los usuarios adaptar sus fuentes a sus preferencias preexistentes (Barnidge y Peacock, 2019; Guess et al., 2018; Spohr, 2017; Tandoc, 2019) con más libertad y precisión de lo que permiten los medios tradicionales; esto podría potencialmente dar lugar a cámaras de eco y conducir a una mayor polarización política (Pariser, 2011; Bakshy, Messing, y Adamic, 2015).

Sobre el fenómeno de la polarización y las cámaras de eco mucho se ha escrito. Se trata de algo que empieza desde las decisiones de consu-

mo de las audiencias: nos gusta ver, leer y escuchar programas, canales y perfiles en redes cuyas posiciones se acercan a las nuestras; es decir, nosotros creamos nuestros propios filtros mediáticos. No obstante, luego, esta “burbuja mediática autoimpuesta es reforzada y perpetuada” (Lee, 2019, p. 17) por los algoritmos de las grandes empresas como Facebook y Google. Para Lee (2019), “la tendencia del individuo a exhibir *comportamiento de exposición selectiva y sesgo de confirmación*, como a menudo se le llama, en última instancia, aumenta la polarización ideológica, y esto resulta extremadamente importante al analizar la responsabilidad individual en una cultura que perpetúa las *noticias falsas*” (p. 17).

Ya desde hace más de una década, Bishop (2008) se refería a este fenómeno explicando que a medida que la ciudadanía gravita hacia grupos aislados y de ideas afines, aumenta “una creciente intolerancia por las diferencias políticas [...] y una política tan polarizada que [...] las elecciones ya no son solo contiendas sobre política, sino amargas escogencias entre formas de vida” (como se citó en Lee, 2019, p. 18), algo con lo que los costarricenses nos podemos identificar si recordamos el proceso electoral de 2018.

Sobre el mismo fenómeno, Gentzkow (2016) agrega que todo esto conduce no solo a una menor discusión sino también a una sociedad donde las personas “tienen opiniones abrumadoramente positivas de sus propios copartidarios y puntos de vista muy negativos de aquellos en el otro lado del espectro político” (p. 13).

Adicionalmente, desde la mirada mediática, en muchos países, como los Estados Unidos, donde el fenómeno es muy claro y evidente, la polarización política del público ha sido explotada por las empresas de medios “en un esfuerzo por aumentar las ganancias a través de la sensacionalización de las noticias, sirviendo esto para perpetuar la diseminación de *noticias falsas*, tanto fácticas como ideológicas” (Lee, 2019, p. 18). Lee explica que esto se ha logrado apuntando

[“targeting”] a audiencias mediante la utilización de material de noticias sensacionalistas que no está basado en la importancia de una realidad objetiva, sino más bien en la realidad subjetiva deseada de sus audiencias, promoviendo la idea de las burbujas de filtro (Lee, 2019).

Sobre las cámaras de eco y las burbujas de filtro, Zhuravskaya et al. (2020) argumentan que incluso si Internet y las redes sociales aumentan la exposición a noticias afines en comparación con las interacciones en el mundo físico, no está claro si esta exposición tiene algún impacto en la polarización política en la vida *offline*. Hasta el momento, la literatura no es concluyente sobre este tema; más bien proporciona argumentos y evidencia que apoya ambos lados del debate (Zhuravskaya et al., 2020, p. 425).

Otro señalamiento que hacen los autores sobre el papel de Internet y las redes sociales en la política es que el contenido generado por el usuario y la comunicación bidireccional en las redes sociales también podrían cambiar la forma en que los políticos y los ciudadanos interactúan: las redes sociales permiten a los políticos recibir comentarios inmediatos; además, está el bajo costo de crear cuentas automatizadas, la capacidad ilimitada de publicar contenido y el uso de cuentas anónimas o suplantadas que permite la manipulación del contenido en línea visto por usuarios reales, lo que podría conducir a la persuasión política (Zhuravskaya et al., 2020).

Además de todo lo anterior, Pate, Gambo e Ibrahim (2019), hacen un listado con algunas razones adicionales por las cuales las noticias falsas circulan tan amplia y rápidamente. Su lista está situada en el caso nigeriano; sin embargo, de seguido se retoman algunas de las razones que, a juicio de las autoras de este capítulo, aplica también para el caso costarricense:

1. Desconfianza general de las élites, líderes y políticos por parte de la ciudadanía, lo cual provoca que las personas tiendan a creer

en la información negativa que generan sus oponentes.

2. Ausencia o llegada tardía de información oficial sobre los problemas. Esto crea un vacío convenientemente llenado por rumores y desinformación.
3. La disponibilidad de servicios de datos baratos facilita el uso explosivo de las plataformas de redes sociales (Facebook, WhatsApp, Twitter, YouTube) para difundir rumores, propaganda e información falsa.
4. Las noticias falsas sensacionalistas se difunden por razones económicas, especialmente en las redes sociales.
5. Las limitaciones de los medios para recopilar, procesar y verificar información inmediata y distante en tiempo real exacerban las noticias falsas a través de Internet o las plataformas de redes sociales donde la mayoría carece de procesos de control (pp. 23-24).

Para el caso nigeriano, Pate et al. (2019) mencionan también algunas razones relacionadas con el régimen autoritario que no aplican en nuestro país.

Algo que sucede con frecuencia en política pero que no es mencionado por Zhuravskaya et al. (2020) ni está en la lista de Pate et al. (2019) es lo relacionado con los troles. En política, especialmente en contextos de campañas electorales, “ejércitos de cuentas fantasma son puestos al servicio de ciertas causas, [a favor o en contra de un candidato, por ejemplo], dando así la impresión de que existe un amplio respaldo social a un interés que en realidad podría ser minoritario” (Paniagua et al., 2020, p. 125).

La evolución de los troles, de personas que posteaban alrededor de temas de su interés, a grupos (de troles) que funcionan coordinadamente en el marco de estrategias digitales es descrita por Zeledón (2020). El autor subraya el carácter político-ideológico de los troles:

El trol se caracteriza por el anonimato o pseudoanonimato, por la acción colectiva y estratégica en torno a objetivos, generalmente de orden político o ideológico [...] El trol involucra, entonces, agentes humanos y no humanos para construir mensajes que generan desinformación desde contenidos que tienden a apelar a las emociones. Pese a la imprecisión que generan conceptos como noticias falsas, desinformación o mala información [...] [se establece] una interrelación importante entre trol y falsedad y manipulación en la constitución del discurso público (pp. 319-320).

Otro estudio que analiza el uso de los robots (o bots) como troles, en este caso por parte de partidos políticos, es el de Campos-Domínguez, y García-Orosa (2018). En su estudio con entrevistas en profundidad a asesores y consultores políticos, los autores “confirman el uso de la automatización y de algoritmos por parte de los partidos políticos en España; fundamentalmente, para la reproducción y la circulación del mensaje, en las que los robots avanzan en su camino como infomediadores entre los políticos y los ciudadanos” (Paniagua et al., 2020, p. 126).

Estos autores continúan explicando que “en un entorno en el que la distribución de la información política está dominada por las redes sociales y no por los medios periodísticos, la propaganda computacional se mezcla, hasta confundirse, con las noticias de las empresas periodísticas tradicionales” (p. 125).

El de Paniagua et al. (2020) es uno de los estudios que se ha enfocado en analizar los contenidos desinformativos que circulan durante procesos electorales y han propuesto categorías para analizarlos en este contexto particular. Los autores, que hacen “una anatomía del bulo electoral” encontraron que “el bulo electoral más frecuente se refirió a la presunta corrupción del propio sistema electoral” (p. 124). *Chequeado*, un servicio de verificación de datos argentino,

habla de los siguientes tipos de desinformación electoral en América Latina (Zoomer, 2021):

- irregularidades que no son fraude
- denuncias de supuesto fraude organizado por autoridades
- denuncias de supuesto fraude (uso de cédulas de personas fallecidas, voto de personas no habilitadas, voto de personas residentes en el exterior, otros problemas del día de las elecciones, etc.)
- desinformaciones que engañan a los ciudadanos para que no voten o invaliden su voto
- desinformaciones sobre encuestas falsas
- desinformaciones sobre falsas declaraciones o falsas propagandas de los candidatos

Como se ha podido ver en este apartado, es mucho lo que se ha escrito sobre el fenómeno de la desinformación en el campo de la política y, en particular, en procesos electorales. Estos antecedentes sirven para ponerlos a dialogar con los hallazgos del presente estudio situado en el caso costarricense del proceso electoral 2022.

2.2.3. La campaña presidencial 2021-2022

Si la campaña presidencial 2017-2018 resultó “atípica” por el impacto que tuvo en el proceso electoral la comunicación (el 9 de enero de 2018) de la opinión consultiva de la Corte Interamericana de Derechos Humanos en relación con derechos de la población LGBTIQ, se podría decir que la campaña del 2021-2022 también resultó atípica porque se desarrolló en medio de una pandemia mundial que en enero 2022 ya estaba por cumplir dos años. El mes de enero de 2022, coincidió, además, en el país, con un marcado incremento en la cantidad de casos positivos de COVID-19 por la variante Ómicron. Como si esto fuera poco, por primera vez en la historia del país, se postularon 25 personas candidatas a la presidencia del país, un número nunca antes visto de candidaturas. Al escribir

este capítulo, antes del día de las elecciones (6 de febrero), “las 25 candidaturas presidenciales se muestran acompañadas de una alta fragmentación en las preferencias del electorado, elevados porcentajes de indecisión del voto y, consecuentemente, altas probabilidades de celebrar una segunda ronda electoral” (CIEP, 2022).

Si bien Costa Rica sigue siendo reconocido por ser un país con una democracia longeva, estable y robusta, el país no ha estado exento de fenómenos globales que se han documentado ampliamente. Uno de ellos es la crisis de la democracia como forma de organización política. Esta crisis se evidencia, en el país, de muchas maneras: fragmentación política, pérdida de confianza en los partidos políticos, insatisfacción con el funcionamiento del sistema democrático, ciudadanía indiferente y apática políticamente, entre otros.

Adicionalmente, la población ha venido manifestando una creciente insatisfacción con el funcionamiento del gobierno, el manejo de las medidas en el marco de la pandemia, la crisis fiscal y aumento en el costo de la vida, el desempleo y las múltiples evidencias de la incapacidad institucional (en temas como gasto público, seguridad e infraestructura, por ejemplo).

Como en toda elección presidencial, la ciudadanía busca propuestas que le den respuesta a su descontento y estas respuestas ya no las busca en los partidos políticos, sino en los candidatos. Para Rojas y Treminio (2018) “los electores ya no se sienten convocados por los partidos históricos y votan por personajes que saltan a la política desde otros espacios sociales, como la televisión, los deportes y la farándula. Personajes que usan los viejos partidos como andamios electorales o improvisan estructuras que desaparecen una vez pasadas las elecciones” (p.13). Esto es algo que ya se había dado en el 2018 pero que en el 2022 no solo se repitió sino que el fenómeno se potenció.

Frente a este complejo panorama, también por primera vez en la historia, a tan solo dos semanas de las elecciones, el electorado seguía indeciso. En el estudio de opinión pública del CIEP del 19 de enero de 2022, un 81% de las personas encuestadas afirmó que sus personas cercanas se encuentran todavía en indecisión respecto a por quién votar (CIEP, 2022). Además, un 74% de las personas entrevistadas opinaron que, en comparación con procesos de elección presidencial anteriores, la actual decisión de por quién votar ha sido más difícil.

En este contexto, la preocupación por el fenómeno de la desinformación está muy presente, particularmente en la agenda de los medios de comunicación y de los verificadores de datos del país, que surgieron, precisamente, en el contexto de la campaña presidencial anterior (de 2018). Dos de los esfuerzos más reconocidos son *No Coma Cuento* de Grupo Nación y *Doble Check* de la Universidad de Costa Rica (Vargas Fallas, 2021). El presente artículo explora, entonces, las características del discurso desinformativo en este contexto electoral sin precedentes en Costa Rica.

2.3 Metodología del estudio

El periodo de análisis inició en octubre del año 2021 y finalizó el 26 de enero del año 2022, es decir, comprendió desde el comienzo de la campaña política hasta varios días después del ciclo de debates nacionales organizado por el Tribunal Supremo de Elecciones (TSE) y en los que participaron las 25 personas aspirantes a la presidencia.

Para recolectar los datos se empleó la herramienta de análisis de redes sociales *CrowdTangle* de Meta, la cual permite obtener las publicaciones difundidas en páginas o perfiles públicos de Facebook. Se consultaron específicamente aquellas páginas que suelen difundir contenido desinformativo así como los perfiles de las iniciativas de verificación *Doble*

Check de la Universidad de Costa Rica (UCR) y *No Coma Cuento*, de *La Nación*. Esta búsqueda automatizada fue complementada con una búsqueda en grupos de Telegram que también suelen propagar contenidos desinformativos⁴. También se hizo una búsqueda de los términos “noticias falsas”, “fake news”, “falso”, “mentira” en Google Noticias.

Como resultado se obtuvo un corpus conformado por 43 unidades de análisis, las cuales fueron clasificadas en las siguientes categorías: (1) desinformación relacionada con la pandemia en Costa Rica, (2) desinformación sobre el proceso electoral costarricense, (3) desinformación acerca de o emitida por alguna persona candidata durante el periodo de análisis y (4) otros, categoría temática que se refiere a desinformaciones variadas relacionadas principalmente con estafas.

Las publicaciones desinformativas fueron analizadas mediante categorías extraídas del análisis del discurso. Este enfoque ha sido empleado para el análisis de la desinformación porque parte de la premisa de que los textos engañosos –al igual que los veraces– se construyen mediante una serie de reglas, convenciones y

tradiciones lingüísticas específicas (Tristán-Jiménez y Sibaja, 2021).

Por ejemplo, el análisis del discurso aplicado al estudio específico de la desinformación ha permitido identificar que a nivel lingüístico las noticias falsas suelen construirse mediante modalidades fijas de expresión, términos repetidos y frases hechas (Mottola, 2020); el análisis multimodal indica que suelen emplearse fotografías para generar un efecto de veracidad, credibilidad y legitimidad en las instancias de recepción e interpretación (Vergara, 2021) mientras que el análisis desde el modelo de la valoración (Martin y White, 2005) sugiere que la voz hablante, al valorar negativamente los contenidos desinformativos que emite, apela a la emoción con el fin de generar miedo y alarma entre las personas receptoras (Tristán-Jiménez y Sibaja, 2021).

En función de lo anterior, el análisis del *corpus* comprendió los siguientes pasos: 1) análisis de contenido (el qué), 2) las estrategias discursivas a partir de las cuales se realizan lingüísticamente los temas identificados mediante el análisis de contenido (el cómo), (3) el análisis de los actores sociales y de la transitividad (los roles atribuidos a los actores referenciados en el discurso, 4) el modelo de la valoración, el cual permite identificar cómo la voz hablante evalúa el contexto y los actores sociales referenciados en su discurso y (5) un análisis multimodal transversal para identificar los recursos o modos semióticos empleados para la construcción de la

4 Los perfiles de Facebook y los grupos de Telegram fueron seleccionados con base en un estudio previo titulado “#Fake news: una indagación interdisciplinaria a la circulación de noticias falsas en Costa Rica”, en el marco del cual se identificaron las fuentes predominantes de desinformación en el país.

Tabla 2.3 Resumen de la estrategia metodológica

Item	Método de análisis
Temas	Análisis de contenido
Valoración de los partidos políticos	Modelo de la valoración
Valoración de los actores sociales referenciados en el discurso	Transitividad y modelo de la valoración

Fuente: *Elaboración propia.*

desinformación. En el Tabla 2.3 se resume la estrategia analítica.

Se considera necesario señalar que el tamaño del *corpus* no permite establecer generalizaciones, pero sí ofrece la ventaja de poder analizar en profundidad las características del discurso desinformativo en el momento específico de la campaña electoral, la cual, como ya se ha dicho, coincidió con la cuarta ola de contagios impulsada por la variante Ómicron de COVID-19 en Costa Rica. En la siguiente sección se presentan los resultados del análisis, los cuales fueron organizados en función de las categorías de clasificación explicadas al inicio.

2.4 Resultados

2.4.1 Distribución del *corpus*

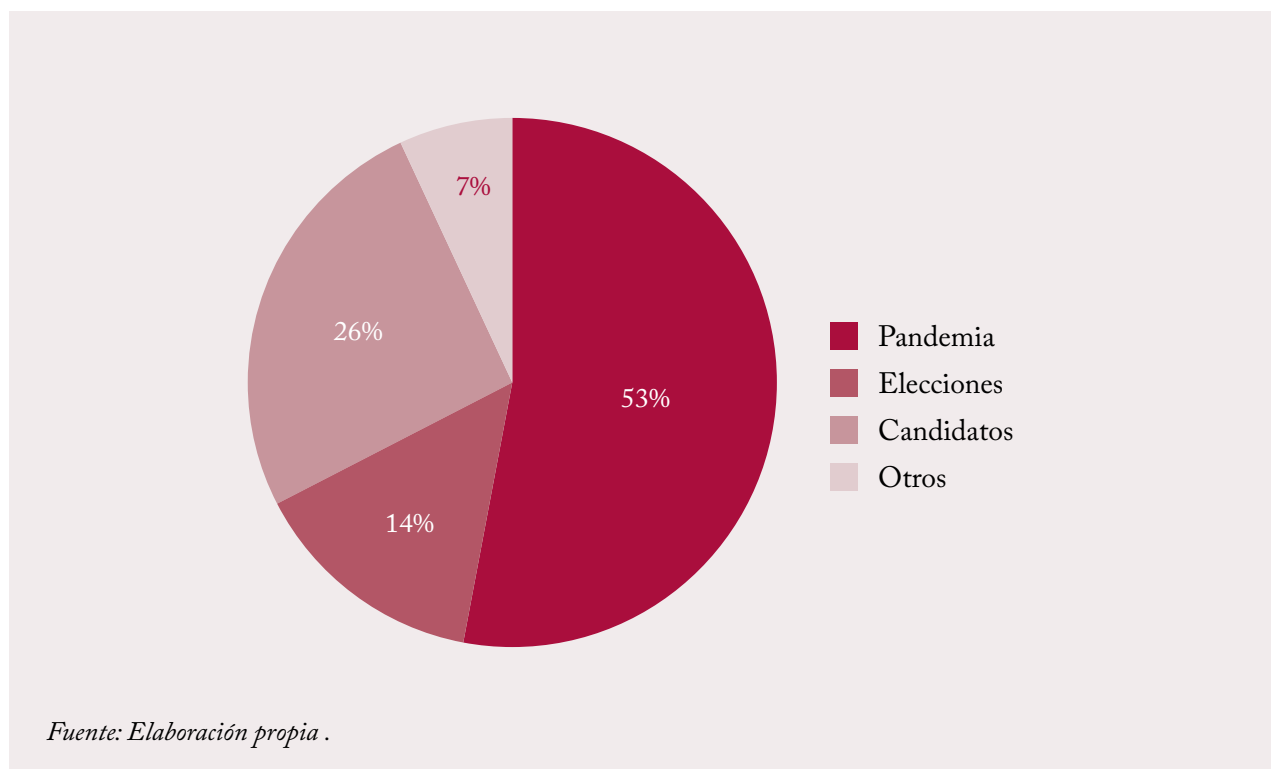
El análisis de contenido permitió identificar tres grandes macrotemas: pandemia,

elecciones y candidatos, es decir, noticias falsas sobre candidatos o discurso desinformativo (carente de veracidad) emitido por alguna de las personas candidatas durante sus intervenciones públicas. Estos temas, a su vez, se dividen en subtemas que serán explicados más adelante.

Como se puede observar en la Figura 2.1, la desinformación sobre la pandemia supera a los otros dos temas, lo cual coincide con un estudio anterior realizado en época de normalidad política en el cual se detectó que en Costa Rica las noticias falsas suelen centrarse en eventos particulares y no tanto en procesos electorales, como sí sucede en otros países (Carazo-Barrantes, Tristán-Jiménez y Siles, 2021). Por tanto, aún en un momento de excepcionalidad política, como lo es el periodo electoral, el evento prolongado de la pandemia sigue acaparando la producción de contenidos desinformativos.

Como puede verse, el *corpus* resultante es pequeño, lo cual puede deberse a algunas

Figura 2.1 Distribución temática del *corpus* durante el periodo de análisis (octubre 2021 - enero 2022)



razones: (1) la gran cantidad de candidatos en la contienda electoral no ha generado ataques bilaterales que, por lo general, suelen articularse a través de un intercambio de argumentos y acusaciones que pueden ser desinformativos y (2) los datos también confirman lo señalado por otros estudios en los que se afirma que en Costa Rica no hay una industria de producción de contenidos desinformativos. Es probable que esta tendencia se revierta en el caso de que sea necesario el balotaje.

Los perfiles de Facebook que suelen difundir desinformación y/o teorías de la conspiración fueron agrupados en una “Lista” de

Crowd Tangle, es decir, una colección de páginas, grupos, cuentas y *subreddits* (comunidades en las que se habla sobre un tema específico). Esta lista se analizó mediante la herramienta *Leaderboard* - también de *Crowd Tangle* - la cual permitió ver el desempeño (*performance*) de los sitios que difunden desinformación y / o teorías de la conspiración en Costa Rica.

En la Tabla 2.4 puede verse el listado de perfiles de Facebook que han publicado contenidos tendenciosos y sus respectivas métricas para el periodo comprendido entre octubre de 2021 y el 27 de enero de 2022.

Tabla 2.4 Listado de perfiles de Facebook			
Nombre de la página	Total de interacciones	Promedio de publicaciones por día	Número de seguidores
Televisión y Radio RN	94.977	3	158.523
Católico defiende tu fé	54.477	25,57	1.502.492
Allan Jara Noticias	34.834	8,29	294.276
Coco y su Pandilla (Oficial)	21.038	0,86	366.799
Noticias y más	14.431	12,57	214.274
Usted no es mi presidente Reloaded	8.200	2,29	103.287
Don Burro Diputado	6.983	15,14	53.463
Profe Ariel C.R.	6.461	1	47.200
San José Denuncias	6.311	7,14	83.559
Noticias Costa Rica	5.927	5,71	145.658
Liberales Costa Rica	2.770	17,43	21.067
Defendamos Costa Rica Marco Albertazzi	2.708	3,86	928
Eres un PAClovercillo	1.958	6,43	34.569
Planeta Político	1.666	0,71	20.686
CR 506	1.521	2,86	185.645

Fuente: Elaboración propia a partir de datos recolectados mediante *Crowd Tangle*.

Figura 2.2 Desempeño de las publicaciones de páginas desinformativas en Facebook (octubre 2021 - enero 2022)

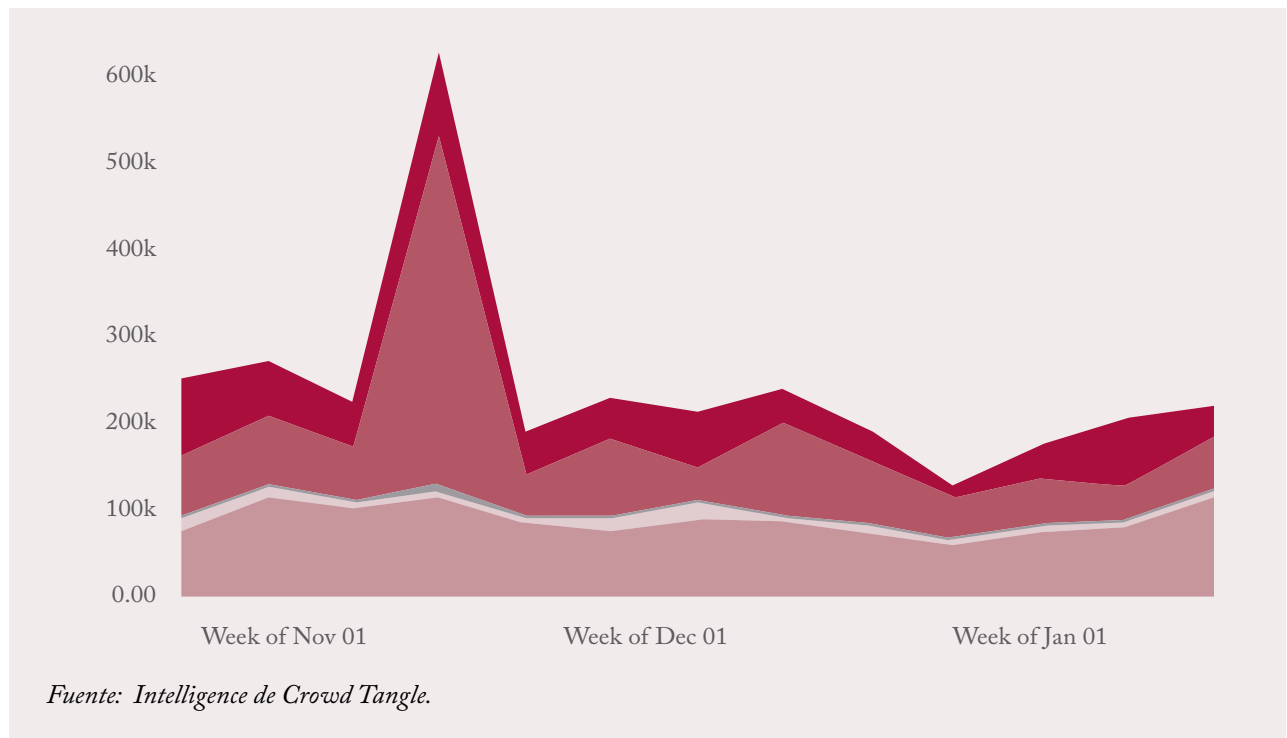
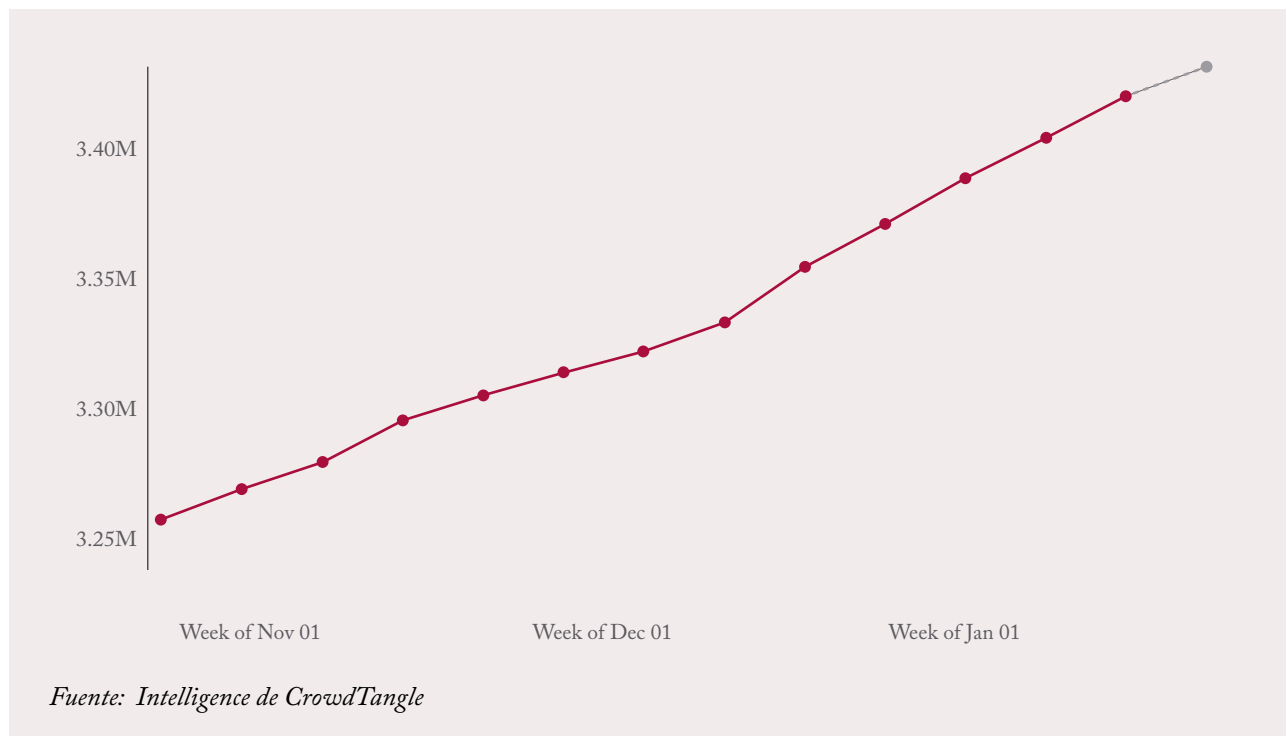


Figura 2.3 Número de seguidores de páginas desinformativas en Facebook (noviembre 2021 a enero 2022)



En cuanto al desempeño de estas páginas durante el periodo de análisis, el Figura 2.2 describe el comportamiento de las publicaciones en términos de *engagement*. El pico de interacciones se da en la semana comprendida entre el 14 y el 20 de noviembre. Precisamente, el día con mayor número de interacciones es el 14 de noviembre, fecha en la que se convocó una manifestación frente a la estatua de León Cortés, en la Sabana, en contra de la vacunación obligatoria en niños y niñas.

La Figura 2.3 describe la trayectoria del número de seguidores de páginas que suelen difundir contenidos desinformativos y/o conspirativos. De acuerdo con los datos obtenidos mediante la herramienta *Crowd Tangle*, para enero de 2022 este tipo de páginas alcanzaron 3.430.000,00 millones de seguidores. Lo cual implica un crecimiento del 5,31% con respecto al mes de octubre de 2021, es decir, un incremento de 172.900 mil seguidores.

Por su parte, la Figura 2.4 refleja el crecimiento del número de seguidores de las páginas oficiales de los 25 candidatos a la presidencia. Como puede verse, la trayectoria también es ascendente, pero en menor medida pues estas páginas - en su conjunto - registraron 1.420.000 millones de seguidores a enero del 2022. Es decir, a pocas semanas de las elecciones presidenciales, los perfiles de las páginas desinformativas tienen más seguidores que los perfiles de los candidatos.

En términos porcentuales, desde octubre de 2021 a enero de 2022, las páginas de los candidatos incrementaron su número de seguidores en un 4,48%, es decir, 60.900 personas más mientras que los seguidores de las otras páginas se incrementó en un 5,30 %, es decir, 172.000 personas más, tal y como puede verse en la Figura 2.5.

En lo relativo a los formatos, predominan las publicaciones en redes sociales y los

Figura 2.4 Número de seguidores páginas de candidatos presidenciales en Facebook (noviembre 2021 a enero 2022)

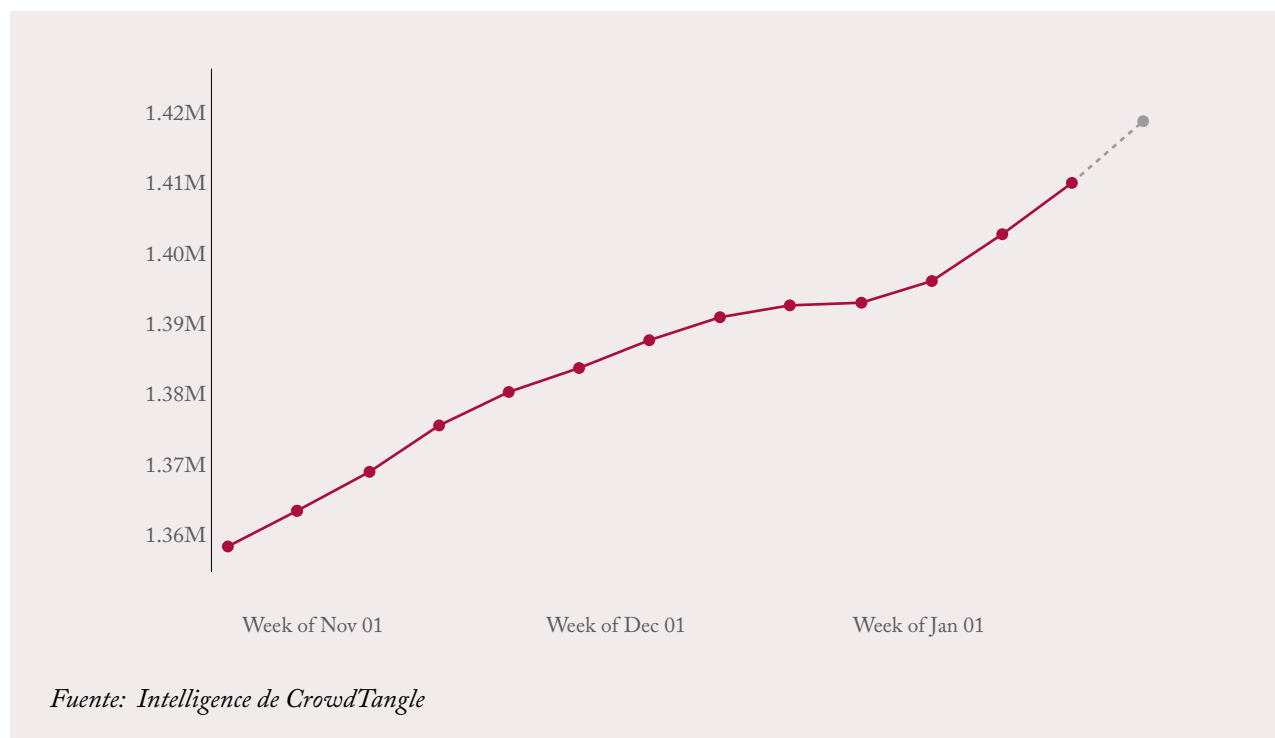


Figura 2.5 Incremento en el número de seguidores de páginas desinformativas y perfiles de los candidatos (octubre 2021 a enero 2022)

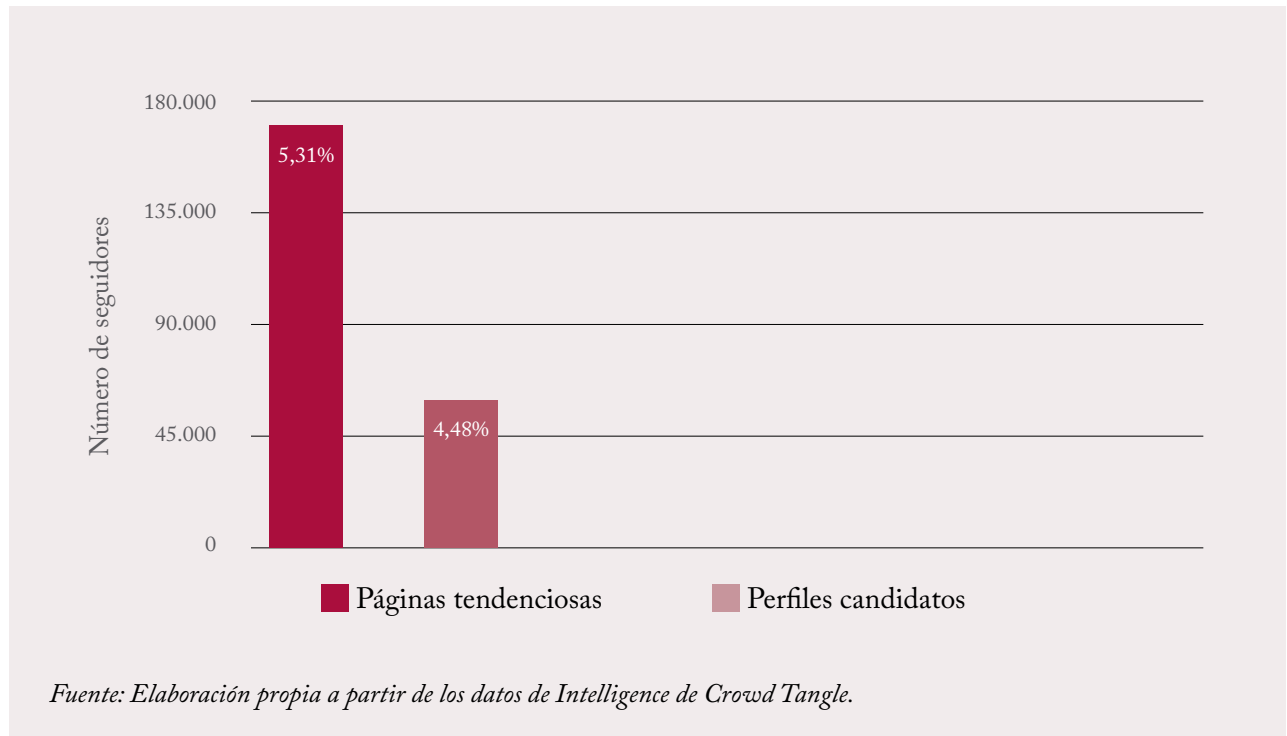


Figura 2.6 Formatos de contenidos desinformativos (octubre 2021 a enero 2022)

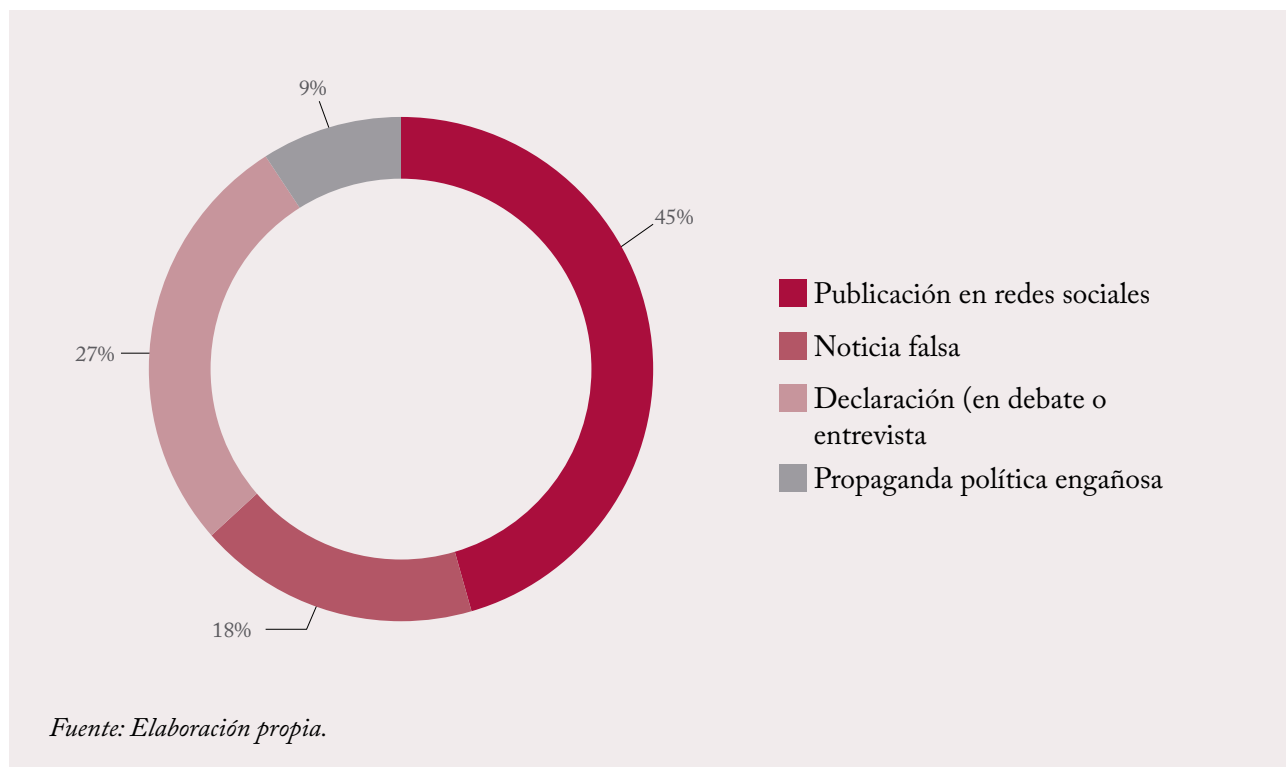
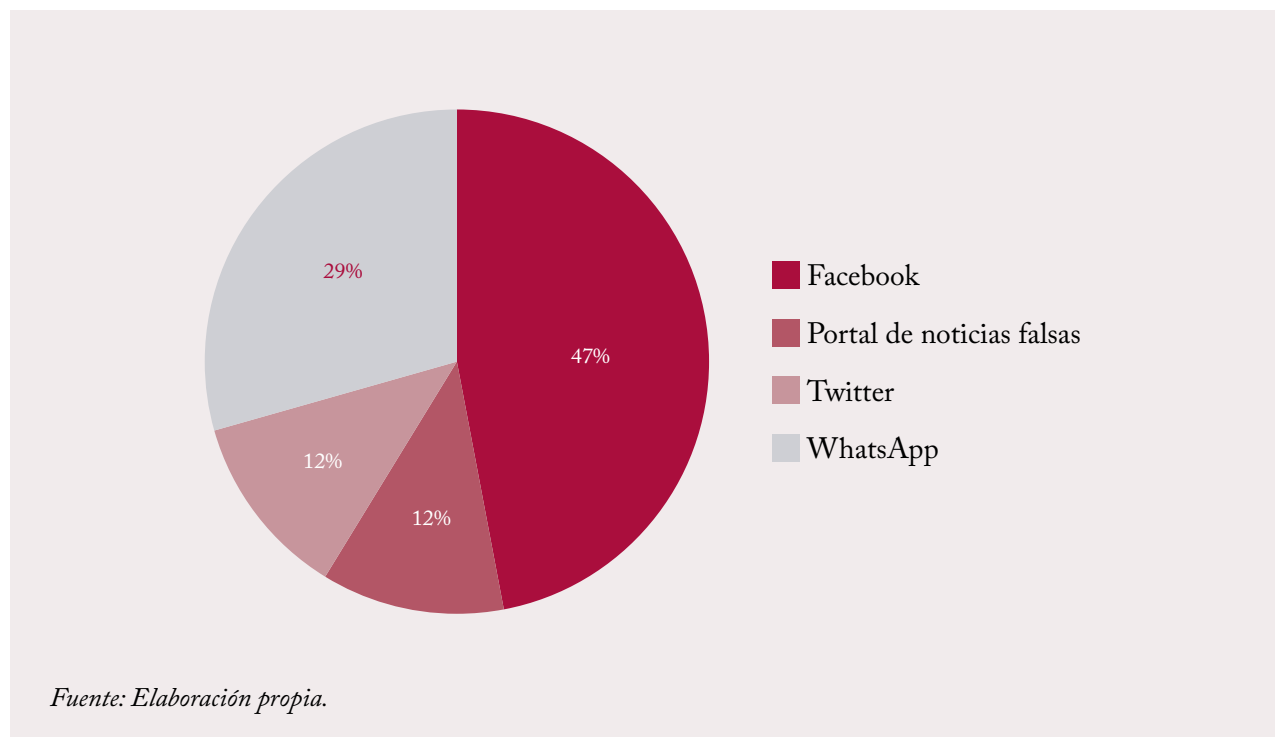


Figura 2.7 Plataformas utilizadas para la difusión de contenidos desinformativos (octubre 2021 a enero 2022)



mensajes distribuidos a través de cadenas de mensajería instantánea, concretamente WhatsApp y Telegram. En la Figura 2.6 puede verse la distribución del *corpus* en función de los formatos identificados.

Estos hallazgos van en la misma línea de lo encontrado en otros estudios según los cuales en Costa Rica, a diferencia de otros países, la desinformación no suele circular bajo el formato de noticias falsas⁵. Sino que lo hace bajo la forma de publicaciones en redes sociales y aplicaciones de mensajería instantánea. Por esa razón, el esfuerzo que realizan conjuntamente el TSE y Facebook para combatir la circulación de la desinformación el día de las elecciones es necesario, pero probablemente insuficiente pues

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

Figura 2.8 Captura de pantalla



las personas que producen contenidos desinformativos encuentran maneras de hacerla circular a través de WhatsApp y Telegram.

El análisis multimodal del *corpus* sugiere que los textos suelen ser contruidos usando mayúsculas o frases hechas de tono alarmista; también es común el uso de montajes fotográficos como el caso de la noticia falsa difundida entre el 9 y el 10 de octubre de 2021 por un supuesto portal noticioso llamado LNB News. En esa publicación se argumentaba que el candidato del Partido Liberal Progresista (PLP), Eliécer Feinzaig Mintz, vendería el Instituto de Acueductos y Alcantarillados (AyA) a la multinacional Nestlé si llegase a ser presidente. En la Figura 2.8 puede apreciarse el montaje.

Como puede observarse en la imagen, hay varios detalles que indican la falsedad de la noticia. Por ejemplo, el hecho de que esté fechada en “octubre 2025” así como el nombre del portal noticioso. Estos detalles no impidieron que la captura de pantalla se difundiera a través de redes sociales. De acuerdo con *No Coma Cuento*, Albino Vargas, dirigente de la Asociación Nacional de Empleados Públicos y Privados (ANEP), incluso publicó el 11 de octubre un video en su portal de Facebook en protesta por la potencial venta del AyA y aunque ese mismo día, en horas de la tarde, Vargas ofreció disculpas por lo sucedido a través de su cuenta de Twitter, este ejemplo da cuenta de la facilidad con la que se producen y circulan los contenidos desinformativos en la actualidad.

2.4.2. Análisis de la desinformación relacionada con la pandemia en Costa Rica

Bajo el macrotema de la pandemia se agrupan otros subtemas, a saber: vacunación obligatoria, ineficacia y peligrosidad de las vacunas y gobierno. En el primer caso, los contenidos desinformativos señalan que la vacunación obligatoria es anticonstitucional; en el segundo, que las vacunas no sólo son ineficaces sino tam-

bién peligrosas y, en el tercero, se acusa al gobierno de una mala gestión de la pandemia y de engañar “al pueblo”, por ejemplo, se insinúa que el presidente y el Ministro de Salud en realidad no se han vacunado. En las unidades de análisis sobre el subtema de vacunación obligatoria los actores sociales que aparecen en el discurso son el gobierno en rol de agente y la ciudadanía en rol de víctima, es decir, la que recibe las acciones (negativas) que impulsa el ejecutivo mediante la vacunación obligatoria. En algunas noticias falsas se emplean estrategias referenciales para incluir a actores sociales “aliados”; por ejemplo, “dos magistrados” que estarían a favor de interponer un recurso que declare fuera de lugar la obligatoriedad de la vacuna.

Desde el punto de vista del modelo de la valoración, subdominio de la actitud, es posible identificar una evaluación negativa del gobierno y del objeto de sus acciones, como por ejemplo, cuando la vacunación obligatoria es catalogada como “ilegal”. Asimismo, las acciones del gobierno son valoradas como “discriminatorias” al no tomarse en cuenta la voluntad de “800.000 costarricenses que no desean vacunarse” (sic), como puede verse en el siguiente ejemplo:

Desea la Defensoría que el presidente de la República asuma las responsabilidades inherentes a su cargo y no excluya, ni discrimine, a los 800.000 costarricenses que no desean ser vacunados, ya que solo a través del diálogo y el respeto humano muchas de esas personas podrían cambiar su posición (Facebook de la Defensora, 14/10/2021).

El ejemplo anterior corresponde a un video difundido por la Defensora de los Habitantes, Catalina Crespo, en la cual ella utiliza la estrategia discursiva conocida como *number game*, es decir, incluir cifras descontextualizadas para dotar de validez un enunciado (van Dijk, 2005). Tal y como lo señala la iniciativa de verificación *No Coma Cuento*, la cifra señalada por la Defensora no tiene fundamento. Sin embargo,

ella la emplea para articular su argumento en contra del presidente.

Dentro de esta misma línea temática fue posible identificar una subcategoría que mezcla desinformación relacionada con la pandemia con falsedades acerca del proceso electoral. Por ejemplo, un mensaje difundido a través de Telegram y WhatsApp argumenta que el Tribunal Supremo de Elecciones (TSE) va a implementar un protocolo de lavado de manos tan exhaustivo que dejaría fuera de las urnas a miles de costarricenses con el objetivo de generar un “abstencionismo forzado”, tal y como señala el desmentido de *No Coma Cuento* (11/01/2022).

En la Figura 2.9 puede verse una captura de pantalla de este mensaje. Lo llamativo de este caso es que el actor que emite la advertencia es una figura de mujer “computarizada”, con lo cual, la responsabilidad de lo argumentado queda diluída, es decir, no hay un actor social determinado que se haga cargo de lo señalado en el

discurso. En cambio sí queda claro que el actor social responsable de urdir un plan para aplicar un “abstencionismo forzado” es el TSE, con lo cual este ocuparía el rol de agente que pretende desarrollar una acción negativa contra la ciudadanía, la cual, en rol de paciente, se vería afectada por dicha disposición al no poder ejercer del derecho al voto. De esta forma, la voz hablante aplica una valoración de juicio negativo y aplica una sanción moral en contra del TSE.

Por otra parte, en lo relativo al subtema de las vacunas, los contenidos desinformativos se construyen a partir de dos supuestos: (1) la vacuna es ineficaz, (2) es peligrosa y la comunidad médica oculta la severidad de sus efectos secundarios. En el caso concreto de las vacunas con ARN mensajero (ARNm) se argumenta que contienen esta tecnología alteran de manera irreversible el ADN de las personas.

Un aspecto a destacar es que uno de los mensajes sobre la peligrosidad de la vacuna fue

Figura 2.9 Captura de pantalla



emitido por la Dra. Jimena Campos en un espacio facilitado por la oficina de la Defensoría de los Habitantes de Costa Rica. Según argumenta la doctora, las personas que hayan recibido la vacuna contra la COVID-19 propagan “proteínas tóxicas” a través de la tos y los fluidos corporales, poniendo en riesgo a las demás personas que no han sido vacunadas (*No Coma Cuento*, 14/10/2021). Vemos entonces que en esta construcción, el rol de agente lo desempeñan las “personas vacunadas” cuyas acciones, como toser, repercuten negativamente sobre las “no vacunadas”, quienes en su rol de pacientes reciben las consecuencias de la inoculación.

A diferencia de la mayoría de las desinformaciones en las que se omite la identidad de la fuente, en este caso es un actor determinado mediante nombre propio y ocupación quien emite la evaluación negativa de las vacunas y les atribuye no sólo una supuesta toxicidad sino también la posibilidad de ser un foco de contagio. El hecho de que sea una doctora en medicina quien lo argumenta, le otorga legitimidad al enunciado aunque no sea verdad.

Una situación similar se dio cuando la vicealcaldesa de San Carlos, Karol Salas Vargas, participó, junto con Marvin Castillo, del Movimiento Unidos por los Hijos, Marcos Albertazzi de Defendamos Costa Rica y la Dra. Jimena Campos en el programa *Sin Anestesia* emitido el 1 de noviembre de 2021 a través del perfil de Facebook *Villa Quesada TV*. Tal y como se señala en el video, el movimiento Unidos por los Hijos estuvo involucrado en las protestas que exigían la renuncia del antiguo Ministro de Educación, Edgar Mora. Asimismo, el grupo Defendamos Costa Rica se ha caracterizado por mostrarse en contra de las vacunas y su representante, Marcos Albertazzi, ha sido vehemente en su oposición al manejo que el gobierno ha hecho de la pandemia llegando incluso a negar su existencia, tal y como lo manifestó el 13 de julio de 2020 en una protesta frente a Casa Pre-

sidencial⁶. El movimiento Defendamos Costa Rica también se ha manifestado en contra de la vacunación obligatoria⁷.

Las personas que participaron en este programa declararon no ser antivacunas sino contrarias a que la vacunación sea obligatoria pues aún se desconocen sus efectos, especialmente en niños, niñas y jóvenes. De ahí que argumentan que su objetivo es la defensa de la salud de la niñez y de la libertad que tienen los padres y las madres para criar a sus hijos e hijas sin las imposiciones del gobierno.

El siguiente fragmento ejemplifica la postura de la vicealcaldesa. En el texto hemos resaltado aquellos elementos de la transcripción que, desde el punto de vista del modelo de la valoración, evidencian la evaluación que ella hace del proceso de vacunación:

“Estamos desde el 2018 a favor de los niños, de los jóvenes, de los menores de edad, a favor de los hijos y en contra de cualquier **imposición** que se irrespete a los padres de familia así que no es posible que a los menores de edad se les esté pidiendo desde ya que estén vacunados como una condición de matrícula para el curso 2022 (...) Como ya está **comprobadísimo** en otros países esto **todavía está en fase experimental** así que con los niños no se tiene que realizar **este experimento de aplicar una vacuna para ver qué va a suceder**. ¡No señores, aquí en San Carlos levantamos la voz a favor de la vida, a favor de los niños, a favor de la familia y por supuesto a favor de todos los

6 <https://amprensa.com/2020/07/manifiestante-a-daniel-saas-cual-pandemia-solo-hay-31-muertos-en-cuatro-meses/>

7 <https://www.diarioextra.com/Noticia/detalle/458001/ciudadanos-se-manifiestan-en-contra-de-vacunacion>

derechos que están garantizados en nuestra constitución!” (10:25 - 10:30)

La obligatoriedad de la vacuna es evaluada por la vicealcaldesa desde el subsistema de la actitud. En el primer caso, hay una valoración afectiva del mismo pues lo considera una forma de “irrespeto” del gobierno hacia los padres de familia. En ese sentido, el agente sería el gobierno que lleva a cabo la acción - valorada como negativa - en contra de los padres. Por tanto, también se hace una valoración de juicio evocada de la institucionalidad - porque no aparece explícitamente en este fragmento, pero sí en secciones anteriores - representada por el Gobierno y el Ministerio de Salud. La vacuna en sí también recibe una valoración negativa ya que considera que es un “experimento” en el cual se van a usar a las personas menores como sujetos de experimentación. La frase “para ver qué va a suceder” evoca una valoración sobre un estado futuro no realizado (*irrealis*) que es precisamente lo que se quiere evitar mediante la oposición a la vacuna. El uso de la palabra “comprobadísimo” - como adverbio que estaría modificando al verbo “está” de forma superlativa - le otorga fuerza al argumento, emitiendo así una valoración desde el subsistema de la gradación.

Otra forma de darle fuerza al argumento sobre la peligrosidad de la vacuna es incluir una voz experta. En este caso, al igual que en el ejemplo anterior, también se invitó a la doctora Jimena Campos, quien nuevamente se muestra contraria al proceso de vacunación, como puede verse en el siguiente fragmento:

“No hay un acto de **corrupción peor** que esta situación que estamos enfrentando (..) Ahorita no nos damos cuenta, pero esto no sé, en unos años (...) esto será un **crimen contra la humanidad**, contra la niñez, personas que no pueden valerse por sí mismos. Están violentando derechos y personas que están coaccionadas porque eso no es vacuna. **No somos antivacunas**, ese es el argumento de personas y de

la prensa que están a favor **de este genocidio**. Ahí sí, es que somos antivacunas. No, somos **personas informadas** (...) personas comprometidas con la lucha social porque esto es una verdadera guerra, es **la tercera guerra mundial. A mi me parece que esto es una guerra biológica** y las personas no están recibiendo la debida información y están siendo llevadas como ovejas para el matadero para una situación que no va a ser reversible (...) tenemos que estar muy atentos” (14:20 - 15:12).

Al calificar la vacunación como un “caso de corrupción” se emite una valoración negativa explícita sobre el proceso y una sanción en contra del gobierno, al cual también se le acusaría de estar perpetrando un “crimen contra la humanidad”. A partir de la autovaloración positiva expresada en las oraciones “no somos antivacunas, somos personas informadas”, se está haciendo también una valoración negativa de otros grupos sociales (i.e la prensa) que por estar a favor de la vacunación serían cómplices del “genocidio” que se le atribuye al *establishment* médico. Asimismo, a través de estrategias referenciales como “tercera guerra mundial” o “guerra biológica” se le imprime peligrosidad e intensidad a la valoración del proceso.

Al ser interrogada por sus interlocutores, la Dra. Campos enlista los potenciales efectos de la vacuna en personas menores de edad:

“Pues bueno, las consecuencias pueden **ser muy graves** (...) el niño, se vio en un estudio de las vacunas de Pfizer, que después de 48 horas de inoculado una persona con una vacuna de Pfizer el ARN mensajero, que es depositado con el inóculo, en el brazo, se va al resto del cuerpo y puede llegar tan distante como a cerebro, como a corazón, ovarios, la sangre, el hígado, el bazo o sea puede llegarle a cualquier lugar del cuerpo a cualquier tejido, y esto es un problema porque un niño pequeño está siendo inoculado con un material

genético que va a generar un cambio en el código de estas células y hace que ellas produzcan la proteína spike o proteína espi-ga que es la **proteína tóxica (...)**”

La valoración de los componentes de la vacuna como una proteína tóxica no solo refleja una valoración negativa de la misma sino que también difunde un contenido falso. Asimismo, se emplean estrategias de intensificación (por ejemplo, “las consecuencias pueden ser muy graves”) para darle validez al argumento de la vicealcaldesa y demás participantes que se oponen a la vacunación obligatoria en niños y niñas en Costa Rica.

De acuerdo con los criterios de la doctora, la peligrosidad de la vacuna se extiende no solo a los menores de edad sino también a cualquier persona que, al vacunarse, podría quedar infectado con COVID-19 para el resto de su vida, como se expresa en el siguiente fragmento:

“Esa proteína **es sintética, esa proteína no es natural** y eso tiene un problema porque la persona se queda produciendo esto y eso genera daños en el corazón, en los riñones, en las arterias y eso es lo que da las coagulopatías en gran medida eso ayuda mucho a que se depositen inmunocomplejos y se haga una inflamación entonces la persona que se enferme de gripe común puede tener un cuadro de COVID porque esas personas ya quedan así, **quedan teniendo COVID para siempre nunca van a tener otra cosa, entonces siempre que tosan van a tirar la proteína espi-ga, con las secreciones.** Así quedan las personas, esto es un cambio que no se puede revertir (30:40).

En este fragmento, la estrategia referencial según se califica a la proteína como sintética y no natural apela al *topos* de que lo “natural es mejor” en oposición a los componentes sintéticos de la vacuna que violentan el cuerpo al causar una infección vitalicia por COVID-19.

Figura 2.10 Captura de pantalla



Se hace también un juicio de una situación futura e hipotética (*irrealis*) según la cual las personas vacunadas podrían infectar a otras a través de la tos u otras secreciones corporales, argumento empleado por la misma doctora en otras intervenciones.

A partir de estos resultados es posible identificar que la oposición hacia las vacunas, tanto por su obligatoriedad como por la peligrosidad que se les atribuye, se construye a partir de estrategias discursivas de polarización que antagonizan a los grupos sociales con el gobierno. De esta forma, quienes expresan su oposición a las vacunas se presentan como aliados de la ciudadanía y al gobierno como “enemigo del pueblo”. Por ejemplo, el conductor del programa “Sin Anestesia” expresa que “él es del pueblo” y no oculta su preocupación de que lo que está expresando pueda ser objeto de censura. Estas dinámicas discursivas representan un desafío para la libertad de expresión, especialmente en

contextos de crisis como lo es la emergencia sanitaria actual.

2.4.3 Análisis de la desinformación relacionada con el proceso electoral

En esta categoría aparece como principal actor aludido el TSE al cual se le atribuye un rol activo en supuestas acciones como: aumentar el padrón electoral al contabilizar a las personas fallecidas o solicitar el código QR para ir a votar, tal y como puede verse en la Figura 5.10. En todos los casos, el actor social implícito es la ciudadanía que se vería afectada por estas acciones.

Por otro lado, como puede verse en el siguiente ejemplo, publicado en la plataforma Patricio Villeda, se emplean estrategias de implicatura para insinuar que el TSE no estaría garantizando un proceso electoral transparente:

“YA LES ENCONTRAMOS EL TRUCO, EL TSE TIENE TODO LISTO PARA ENYUCARNOS EN EL 2022. El (TSE) da una cifra inflada sobre “el crecimiento” que tendrá el padrón electoral, con respecto al que se utilizó en las elecciones municipales del 2020 porque el Tribunal contabiliza a personas fallecidas dentro del total de electores habilitados para emitir el sufragio (03/09/2021).

Ese titular, que acompaña la entrada del *blog* en cuestión, se construye a partir de patrones lingüísticos típicos de los contenidos desinformativos, por ejemplo: el uso del nosotros inclusivo para aludir que la voz hablante conoce algo que debe ser develado (el truco del TSE), el uso de mayúsculas y de un disfemismo (“enyucarnos”) como estrategias para captar la atención y, a nivel semántico, transmitir una sensación de alarma.

La voz hablante emite un juicio negativo del TSE y mediante el uso de comillas en “el crecimiento” se introduce una implicatura a

partir de la cual se cuestiona el tamaño del padrón electoral. En esa misma línea, un mensaje que circuló por WhatsApp en la semana del 11 de noviembre del año 2021 aseguraba que si el voto en blanco “ganaba las elecciones por mayoría absoluta” las elecciones deberían repetirse pero con otros candidatos. La iniciativa *No Coma Cuento* desmintió esa afirmación al señalar que se trataba de una disposición del TSE de Colombia. Asimismo, se señaló que ese rumor no es nuevo y que ya había circulado en la contienda de 2018.

Otra cadena de mensajes, también de WhatsApp, que circuló en la semana del 21 de enero se advierte de que la misma empresa encargada del código QR sería la responsable de organizar unas elecciones virtuales ante el aumento de casos producto del relajamiento de las medidas sanitarias.

Los cuestionamientos al TSE son de muy larga data, tal y como lo documenta Román (2021) en un estudio sobre los discursos del fraude electoral en Costa Rica; lo distinto en estos ejemplos es que el cuestionamiento que se hace del Tribunal ocurre antes de que se realicen los comicios y se conozcan los resultados. Es decir, se pone en duda la transparencia del proceso desde sus comienzos con lo cual el discurso de la desinformación se entremezcla con el de las teorías de la conspiración.

En esa misma línea, el movimiento Defendamos Costa Rica publicó, en su canal de Telegram, un mensaje de alerta advirtiendo sobre la manipulación de las elecciones por parte del Partido Acción Ciudadana (PAC):

“ALERTA

Tenemos que estar muy suspicaces con lo que está sucediendo, primero el PAC manipula su elección interna para poner un candidato que no mueve votos (Welmer Ramos), luego el OIJ saca una investigación que viene desde el 2019 justo tres meses antes de las votaciones con esa

movida sacan a Rolando Araya (estaba en 4 lugar), bajan a Figueres y suben a Villalta al tercer lugar, todo está montado para que Villalta vaya a la segunda vuelta, ahí montan otra jugada, Villalta queda presidente se monta el comunismo y una vez en el poder manipulan todo para quedarse para siempre. Esto viene montado desde el Protocolo del Foro de Sao Paulo, así lo hicieron en Bolivia, Ecuador, Nicaragua, Venezuela, Perú y lo van a hacer en Chile en la segunda vuelta. Dividen la oposición y la izquierda sale fortalecida” (Defendamos Costa Rica, 24/11/2021).

Al igual que como ocurre en otros textos desinformativos que también transmiten un tono conspirativo, en este caso se emplea la palabra “Alerta” en mayúsculas como una estrategia de captación que, a su vez, permite transmitir sobre la peligrosidad de la situación hipotética que se describe, en este caso un *complot* del PAC para que las elecciones las gane el FA. Como puede verse, los actores sociales aparecen determinados a través de estrategias referenciables que les describen por sus nombres propios (Welmer Ramos, Rolando Araya, Figueres y Villalta) siendo un actor colectivo (el PAC) el agente que pone a andar una supuesta estrategia para debilitar a los demás candidatos y hacer que Villalta gane las elecciones, es decir, que sea él el beneficiario de la acción.

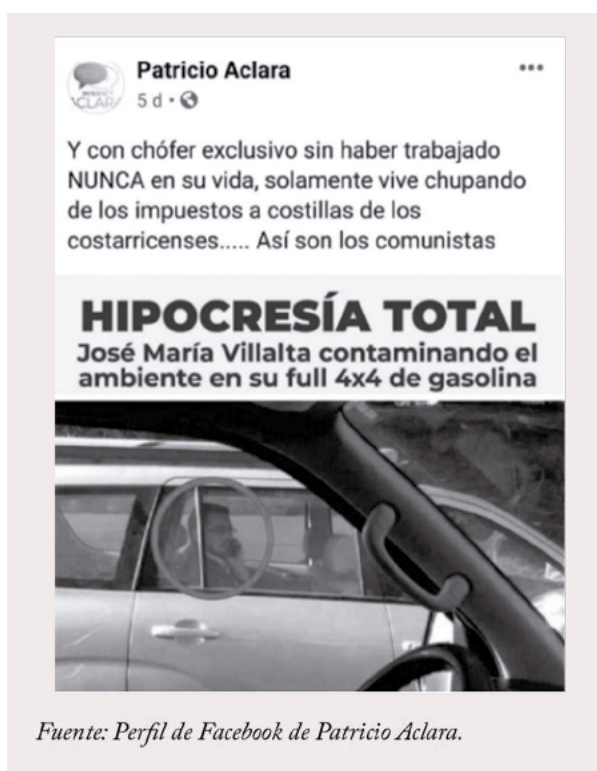
La inclusión de supuestas situaciones similares en otros países en los que han ganado partidos de centro - izquierda le permite a la voz hablante dotar de una aparente validez sus argumentos, los cuales están también atravesados por el *topos* “de la amenaza comunista”, de gran recurrencia en las narrativas electorales nacionales. Como se verá a continuación, esa narrativa también permea los contenidos desinformativos que se difunden sobre las personas candidatas.

2.4.4. Análisis de la desinformación sobre o propagada por personas candidatas

En esta sección se analizan aquellas publicaciones que son desinformativas porque implican una falsedad en torno a una persona candidata a la presidencia o porque alguna de esas personas ha expresado un argumento falaz en un espacio de difusión pública como una entrevista, un debate o en su plan de gobierno.

En el primer caso, lo más común es acusar a la persona candidata de algún acto de corrupción. Tal es el caso de una publicación de la página de Facebook *San José Denuncias* en la cual se argumenta que Lineth Saborío, la candidata del PUSC, fue despedida de su puesto como asesora legislativa para poder así cobrar una liquidación, tal y como puede observarse en un fragmento de la publicación titulada “4 razones para NO VOTAR por Lineth”:

Figura 2.11 Captura de pantalla



“Lineth Saborío debía renunciar a su puesto de asesor en la asamblea legislativa para poder aspirar a la presidencia, pero en cambio fue despedida, con responsabilidad patronal, para que recibiera una liquidación pagada por los impuestos de todos los costarricenses, lo cual es corrupción y es más de lo mismo” (Perfil de San José Denuncias, 2/12/2021).

La proposición “para que recibiera una liquidación pagada por los impuestos de todos los costarricenses” implica una sanción moral de la candidata la cual se refuerza mediante la estrategia referencial que describe esa supuesta acción como “corrupción”. En este caso, Lineth Saborío desempeña un rol de agente cuyas acciones repercuten en “todos los costarricenses” y el argumento se cierra con el topos de “es más de lo mismo” para transmitir una valoración también negativa de la política en general. La acusación fue desmentida por la iniciativa de verificación *No Coma Cuento* mediante registros del Departamento de Recursos Humanos de la Asamblea Legislativa.

En esa misma línea argumentativa, el perfil de Facebook *Patricio Aclara* difundió el 4 de noviembre del año 2021 la publicación que se observa en la Figura 2.11.

La intersemiosis, es decir, la interrelación de los recursos lingüísticos (el texto del *copy*) y los visuales (la imagen de Villalta dentro del vehículo) permiten construir un producto multimodal de gran verosimilitud. El círculo rojo le otorga realce a la foto y le indica a la persona espectadora hacia dónde debe dirigir la mirada al tiempo que sugiere una interpretación.

A través del uso de mayúsculas en la frase “hipocresía total” se emite una valoración negativa del candidato a quién también se le califica de negativamente mediante la estrategia predicativa de “vive chupando de los impuestos a costillas de los costarricenses”. Como puede verse, se emplea la misma construcción semántica que

el caso de Lineth Saborío pues se argumenta que el agente (Villalta) perjudica a “los costarricenses” al usar los impuestos para beneficio personal. La frase “así son los comunistas” no sólo evoca el topos del comunismo sino que también evoca una valoración peyorativa dada la carga semántica que tiene en el contexto nacional. Al respecto, *No Coma Cuento*, en un desmentido publicado el 4 de noviembre de 2021, aclara que la publicación es falsa porque Villalta no tiene registrado a su nombre ningún automóvil con esas características y porque la fotografía fue tomada durante la campaña de 2014.

En el segundo caso, desinformación relacionada con datos falsos o imprecisos emitidos por personas candidatas durante entrevistas o debates, fueron recolectados los siguientes ejemplos. Eliécer Feinzaig argumentó en el programa *No Pasa Nada* del 10 de diciembre de 2021 que la Red Nacional de Cuido y Desarrollo Infantil (REDCUDI) elimina el cuidado si la madre obtiene un trabajo formal con una paga superior al salario mínimo. Sin embargo, la iniciativa *Doble Check* aclaró que la REDCUDI no anula la asistencia a las familias que experimentan una mejoría temporal en su situación económica (10/12/2021).

Welmer Ramos afirmó, en el debate del TSE celebrado el 9 de enero de 2022, que el Partido Acción Ciudadana nunca había sido condenado judicialmente. No obstante, *No Coma Cuento* explicó que en el 2016 el Tribunal Penal de San José condenó al PAC y a dos de sus partidarios por estafar al TSE en el cobro de la deuda política de las elecciones del 2010

Por su parte, José María Villalta señaló, en el debate del TSE celebrado el 12 de enero de 2022, que el tribunal que juzgó a Albino Vargas en diciembre de 2020 por instigación política había calificado la causa como un “juicio de persecución política” y que él se lo había comunicado a Albino Vargas tras la sentencia. Nuevamente la iniciativa *No Coma Cuento* salió al paso para afirmar que la jueza Lorena Blanco Jiménez

nez, al dictaminar sentencia el 9 de diciembre de 2020, rechazó que la causa en cuestión fuera calificada como de “carácter político” cuando dictó (14/01/2022). Asimismo, el dirigente Albino Vargas aclaró, a través de su cuenta de Twitter, que Villalta nunca se comunicó con él durante o después del juicio (12 de enero 2022).

En ese mismo ciclo de debates, el 9 de enero de 2022, Federico Malavassi propuso entregar bonos educativos para que las familias matriculen a sus hijos e hijas en la institución educativa de su elección. Al respecto argumentó: “En Suecia funciona perfectamente, ha sido un éxito. Con menos dinero del que gastamos actualmente”. Sin embargo, de acuerdo con una medición de la OCDE, en 2019 Costa Rica invirtió \$6.624 por alumno mientras que Suiza destinó \$14.931 por estudiante. De forma similar, el 17 de noviembre de 2021 Fabricio Alvarado aseguró, en el debate organizado por el Sindicato de Trabajadores de la Educa-

ción Costarricense (SEC), que Costa Rica invierte en educación “algo similar a Finlandia”. No obstante, *Doble Check* aclaró que los datos de un informe de la OCDE de 2018 indica lo contrario, pues Costa Rica hizo un inversión de \$4.482 por estudiante mientras que Finlandia prácticamente triplicó ese monto al destinar \$12.650 por alumno.

Ambos ejemplos evidencian un acto comunicativo recurrente de las personas candidatas como lo es incluir cifras o datos sin citar fuentes. Asimismo, podría argumentarse que esta y otras imprecisiones pueden deberse al “calor del momento” o a la presión de un debate en vivo. Sin embargo, también fue posible detectar dos casos en los que una persona candidata emitió propaganda engañosa de manera premeditada.

En el primer caso, la formación política de Partido Progreso Social Democrático (PPSD) ha dispuesto una serie de vallas publicitarias y ha entregado panfletos en los que aparece el

Figura 2.12 Captura de pantalla



candidato presidencial, Rodrigo Chaves Robles con Pilar Cisneros Gallo, diputada de ese partido por la provincia de San José. En la Figura 2.12 puede verse una valla ubicada en la provincia de Guanacaste.

Como las vallas están en distintas provincias del país, la inclusión de Cisneros en las fotografías ha sido calificada por algunos diputados y analistas políticos como una estrategia engañosa. Por ejemplo, el diputado del Partido Unión Social Cristiana, Erwin Masís, calificó esta publicidad como un “engaño absoluto contra la población” porque le hace creer a la ciudadanía que en todas las provincias se podría votar por Cisneros, cuando no es así (declaración hecha en la Asamblea Legislativa el 6 de enero de 2022). Cisneros, al ser consultada por el diario *CrHoy* reconoció la estrategia y la justificó aduciendo que muchas personas aún no conocen a Chaves y que ella sí es una figura pública más conocida que el candidato a presidente: “No tiene nada de impropio o engañoso poner mi imagen por todo lado. Diay, si soy la persona conocida, bienvenida, vámonos”. (*CR-Hoy*, 7/01/2022).

En el segundo caso, el 16 de enero de 2022, Fabricio Alvarado, candidato del partido Nueva República, publicó un anuncio en su perfil de redes sociales en el que se comprometía a “luchar contra los aires del comunismo”, enunciado que iba acompañado de imágenes de conflicto social de otros países en las que incluso aparecían cuerpos militares y tomas bélicas acompañadas de la siguiente declaración: “pero el peor final posible para nuestra Costa Rica, más allá incluso del PAC, es darle una sola oportunidad a los comunistas, a la gente de izquierda del Frente Amplio. En las últimas semanas hemos visto cómo José María Villalta, el auto comunista de Costa Rica, creció en las encuestas alimentado de algún remanente de izquierda y de gente del PAC de los últimos años que insisten en llevarnos a la pobreza y a la corrupción...” (0:40-0:56”). La publicación recibió críticas

en redes sociales por la naturaleza engañosa de las imágenes. Esa misma semana, la periodista Lilliana Carranza, en el programa *Café Política* (20/01/2022), le preguntó a Alvarado que si no consideraba que el video era “polarizante”, ante lo cual él respondió que no y agregó: “Yo creo que una campaña política consta de muchos mensajes, Lilliana, y pues dentro de todos los mensajes para nosotros es importante alertar al pueblo de Costa Rica (...); con lo cual tampoco se percibe que el mensaje emitido podría ser engañoso a la hora de yuxtaponer imágenes descontextualizadas y violentas con la campaña en contra del Frente Amplio. Finalmente, cabe destacar que el único candidato que expresa ideas falsas en relación con la pandemia fue Rolando Araya Monge, del partido Costa Rica Justa. En el debate nacional del 11 de enero de 2022, Araya se posicionó en contra de la vacunación obligatoria de niños y niñas contra la COVID-19 calificándola de “un abuso” porque la variante “ómicron es nada más un catarro”.

2.5 Conclusiones

La revisión de la literatura desarrollada en este capítulo demuestra que la desinformación es un fenómeno complejo cuyo análisis demanda la humildad académica para reconocer que no será posible decirlo ni entenderlo *todo* y que para poder decir *algo* es necesario desarrollar estudios multidisciplinares y contextualizados. En ese sentido, este artículo ofrece resultados y análisis para un periodo ya de por sí excepcional de la realidad nacional como lo es la pandemia por COVID-19 y una campaña electoral atípica por la cantidad histórica de personas candidatas a la presidencia, la apatía y el aparente desinterés de la ciudadanía. Lo anterior, aunado a la gran cantidad de indecisos y el hecho de que no hubiera un candidato a vencer (el enemigo común al cual atacar) pueden haber influido en la poca desinformación detectada. Este panorama podría cambiar en una eventual segunda ronda electoral.

Los datos sugieren que, a pesar del contexto electoral, los temas que dominan los contenidos de los discursos desinformativos son la pandemia en general y las vacunas en particular, seguidos de falsedades relacionadas con las elecciones y las personas que aspiran a la presidencia.

Los contenidos desinformativos relacionados con la pandemia se articulan principalmente a partir de teorías de la conspiración que implícitamente vehiculizan un ataque explícito contra el gobierno, como queda evidenciado en mensajes que califican la emergencia sanitaria como una “plandemia”, “PACdemia” o una “dictadura sanitaria por parte del PAC.” Por tanto, los ataques y el contenido desinformativo fueron, sobre todo, contra el gobierno.

Por su parte, la desinformación sobre las vacunas ha atravesado distintas posiciones semánticas: al inicio del periodo de análisis se alertaba sobre la peligrosidad de los efectos secundarios de las vacunas y a partir de noviembre de 2021 las posturas van en contra de su obligatoriedad, en especial, en lo relativo a la vacunación infantil. Los grupos contrarios declaran que “no son antivacunas” sino defensores del derecho de los padres y las madres de familia a decidir sobre los tratamientos médicos que reciben sus hijos e hijas.

A pesar de lo anterior, los datos del estudio del CIEP de noviembre de 2021 sugieren que el tema de la vacunación no tiene un potencial polarizante a nivel de la elección pues el 69% de las personas consultadas dijo estar de acuerdo con su obligatoriedad (CIEP, 3 de noviembre 2021).

Si bien es cierto estos resultados sugieren que los grupos antivacunas no constituyen un vector polarizante, sí es necesario prestar atención a la forma en la que estos grupos se comportan como una comunidad digital cuyos postulados resuenan en la realidad nacional. Tal y como pudo verse en las Figuras 2.3 y 2.5, los seguidores de las páginas y perfiles de Facebook

que suelen publicar contenido tendencioso contra la vacunación han aumentado en un 5,31 % desde el inicio de la campaña electoral.

Tal y como se señaló en la sección de antecedentes, esto podría deberse a que los ciudadanos suelen gravitar hacia grupos aislados con ideas afines lo cual puede aumentar “la intolerancia hacia las ideas políticas” y la polarización (Bishop 2008, citado en Lee, 2019, p. 18). Precisamente, en algunas de esas páginas como *Televisión y Radio RN* y *Defendamos Costa Rica* se “informó” sobre la situación de un niño que estaba “secuestrado” en el Hospital de Heredia y a quién se le iba a aplicar la vacuna contra el COVID-19 “a la fuerza”. Voceros de esas mismas agrupaciones, como Marcos Albertazzi y la Dra. Jimena Campos, junto con la diputada independiente Shirley Díaz, se presentaron el 26 de enero de 2022 en el Hospital San Vicente de Paul en Heredia, para exigir que al niño se le diera de alta. La presencia de este grupo derivó en actos violentos que interrumpieron el funcionamiento normal del hospital y culminó con la detención de seis personas, incluido Marcos Albertazzi, quien debe descontar tres meses de arresto domiciliario. Por tanto, si bien estos grupos podrían no estar incidiendo de forma directa en la intención de voto, no cabe duda de que los enunciados de sus mensajes tienen efectos en el espacio público y en la agenda mediática nacional, lo cual va de la mano con lo señalado por Tsfati et al. (2020) cuando se preguntaban sobre la responsabilidad de los medios tradicionales al informar sobre contenidos desinformativos o, en este caso, actores que los producen.

Ahora bien, ¿cuál ha sido la postura de las personas candidatas en relación con la pandemia y la vacunación? En el primer caso, la pandemia ha estado prácticamente exenta de la narrativa de los candidatos y en el segundo, sólo Rolando Araya Monge se manifestó abiertamente en contra de la vacunación durante el debate organizado por el TSE, al considerar que la variante Ómicron era un resfriado que no

ameritaba la vacunación obligatoria de los niños y las niñas. Sin embargo, al ser consultados directamente por el periódico *La Nación*, solo 7 de los 25 candidatos se manifestaron a favor de la obligatoriedad de la vacuna, estos candidatos son: Lineth Saborío, del Partido Unidad Social Cristiana (PUSC); José María Figueres, del Partido Liberación Nacional (PLN); Welmer Ramos, del Partido Acción Ciudadana (PAC), Rodolfo Hernández, del Partido Republicano Social Cristiano; Luis Alberto Cordeiro, del Movimiento Libertario (ML); Federico Malavassi, del Partido Unión Liberal (PUL) y José María Villalta Flores-Estrada, del Partido Frente Amplio (FA); aunque estos dos últimos están de acuerdo, pero con matices: Malavassi argumenta que la obligatoriedad de la vacuna sólo debe aplicarse a los empleados del sector público mientras que Villalta sostiene que antes de imponerse la obligatoriedad, las autoridades deben abrir canales de diálogo para evacuar las dudas de las personas que cuestionan la seguridad y efectividad de las vacunas (Chinchilla Cerdas, 2022a, enero 6).

De acuerdo con los datos del CIEP, la vacunación infantil es aceptada por el 73 % de las personas consultadas (CIEP, enero 2022); este alto porcentaje de aceptación podría estar incidiendo en que las personas candidatas rehuyan del tema, pues sería poco estratégico mostrar una posición contraria a la del grueso del electorado. Sin embargo, el movimiento antivacunas sí ha recibido el apoyo de figuras en cargos públicos como la vicealcaldesa de San Carlos y la diputada independiente Shirley Díaz.

Sobre este tema se considera necesario señalar que tanto los candidatos como los grupos que se oponen a la vacunación obligatoria aducen criterios de la libertad y la autonomía que tienen los padres y las madres en la crianza de sus hijos. Esta tensión entre la libertad individual y la salud colectiva tiene también su correspondencia con las posturas que argumentan que bloquear o cerrar las plataformas que difunden

desinformación constituyen formas de censura o una afrenta contra la libertad de expresión.

Por otra parte, los contenidos desinformativos vinculados con las elecciones tuvieron como flanco de ataque al TSE, en concreto, se emitieron contenidos falsos sobre irregularidades en el proceso de votación, tal y como ha sido el caso en procesos electorales en otros países. De acuerdo con lo señalado por la iniciativa *Chequeo*, este tipo de desinformación que cuestiona la institucionalidad, sin llegar a acusar un fraude, es prototípica de la desinformación difundida en contextos electorales (Zoomer, 2021). Tal y como se evidenció en la sección de los resultados, estos cuestionamientos se difunden previa celebración de los comicios, razón por la cual es posible que su contenido se vea modificado tras el anuncio de los resultados el 6 de febrero de 2022.

Precisamente, una de las mayores limitaciones del estudio que se presenta en este capítulo es que el cierre de edición de este Informe no permitió analizar el periodo de campaña completo hasta el día de las elecciones, el 6 de febrero de 2022 y mucho menos la probable campaña que se desarrollará entre los dos candidatos que pasen a balotaje. Como se ha señalado en el texto, en un ambiente electoral que todavía dos semanas antes de las elecciones no había terminado de calentar y provocar el interés de la ciudadanía, los últimos días de la campaña, cuando finalmente algo de ese interés era de esperar que encendiera, es posible que la cantidad de contenido desinformativo que circulara en esos últimos días fuera mayor; como también es previsible que frente a un escenario de segunda vuelta, con dos candidatos (y ya no 25), los ataques y la desinformación se multipliquen, como sucedió en el proceso electoral de 2018.

Otra limitación del presente estudio es que, por el papel que juegan los troles en la difusión y circulación de contenido desinformativo, especialmente en época de campaña electoral,

una investigación sobre el tema no está completa sin el análisis de este factor. Sin embargo, en el caso de este capítulo, no solamente se salía del encuadre propuesto, sino también de las posibilidades materiales de investigar un objeto de estudio tan elusivo como lo son los troles.

A pesar de estas limitaciones, este capítulo logra dar algunas pistas, por lo menos iniciales, que permiten darle respuesta a la pregunta que se hace desde el título: ¿la desinformación va a las urnas? La dificultad para encontrar contenidos desinformativos y el consecuente corpus pequeño que se analizó, parecieran indicar que, por lo menos en el caso de nuestro país durante los casi cuatro meses de campaña electoral de la primera vuelta, estamos ante la presencia de una percepción magnificada de la circulación de las noticias falsas. La realidad es que, al menos lo que llega a los servicios de verificación y lo que circula desde algunos de los canales o cuentas más reconocidas por circular este tipo de contenido, el contenido desinformativo, es relativamente escaso y gira en torno a casos y temáticas puntuales (como la pandemia y la vacunación) y no en torno a graves amenazas al propio proceso electoral o a mentiras desproporcionadas alrededor de candidaturas o sus propuestas, algo que sí se ha visto en otros contextos y procesos electorales (como el estadounidense y el británico de 2016).

Debido a que es altamente probable que el resultado de las elecciones se tenga que resolver en una segunda ronda, aún es prematuro prever cómo se comportará el flujo desinformativo en los meses posteriores a la publicación de este artículo. Sin embargo, los resultados obtenidos mediante este análisis coinciden con estudios previos en los que se indica que desde las elecciones de 2018 en Costa Rica, la producción de propaganda política desinformativa es una “actividad local y humana” en oposición a los bots y a la producción a gran escala que se da en países como Brasil, Colombia y México (Bunse, 2021). Por tanto, los hallazgos confir-

man que esta situación, advertida en elecciones pasadas, se mantiene en la actualidad, al menos hasta nuevo aviso.

Otra pregunta frecuente e importante cuando se analiza el fenómeno de la desinformación es cómo se ve afectada la institucionalidad de cara a la circulación de contenidos falsos. Si bien el enfoque de esta investigación no estaba centrado en el impacto que sufren las instituciones públicas, los hallazgos no apuntan hacia ataques ni cuantiosos, ni sostenidos ni alarmantes, por lo menos para el periodo en estudio. El TSE fue la única institución cuya credibilidad fue atacada, pero no se trató de una campaña fuerte y permanente, sino de algunos ataques esporádicos. Ciertamente, se ataca al gobierno y al PAC, sobre todo a través de contenido desinformativo contra figuras públicas como el presidente Carlos Alvarado; el presidente ejecutivo de la Caja Costarricense del Seguro Social (CCSS), Román Macaya, o el Ministro de Salud, Daniel Salas. Estos ataques eran personalizados y no tanto dirigidos contra la institucionalidad; por ejemplo, se ataca que el gobierno quiera exigir la vacunación obligatoria en niñas y niños, pero no se ataca la credibilidad de la Caja Costarricense del Seguro Social (CCSS).

En el periodo en estudio, la institucionalidad costarricense probablemente se vio más afectada por otras coyunturas (como los escándalos de corrupción, las denuncias de abusos y malos manejos de fondos públicos, el desencanto ciudadano, los mensajes de algunas de las personas candidatas a la presidencia sobre la necesidad de dismantelar el Estado, entre otros) que por los (relativamente pocos) contenidos desinformativos que circularon durante la campaña.

Con esto no se pretende minimizar, ni el fenómeno ni el problema, pero sí se quiere subrayar, como lo han hecho otros autores (Nelson y Taneja, 2018; Tsfati et al., 2020), que en la medida en que se siga magnificando el fenómeno de la desinformación, se podría caer ante

una afrenta contra la libertad de expresión, en el caso de que una de las respuestas llegue a ser la censura y, mientras tanto, ya ha sido documentado que el espectro de la amenaza de las no-

ticias falsas y la desinformación imposibilita el diálogo democrático y crea desconfianza en los actores políticos, en el gobierno y en el propio sistema político.■

Anexo 2.1 Contenidos desinformativos sobre la pandemia

No.	Fecha	Tema	Tipología	Formato	Fuente	Plataforma	Desmentido	Link al desmentido
1	6/10/2021	Vacunación obligatoria / desinformación sobre carácter anticonstitucional de la vacuna	Manipulación de contenidos	Mensaje en aplicación de mensajería instantánea	Canal de Telegram de Patricio Villeda	Telegram	<i>No Coma Cuento</i>	https://www.nacion.com/no-coma-cuento/nocomacuentomagistradas-desmienten-participacion/SM22ZPOXSFC5DAENX2RK4TW6I/story/?utm_source=whatsapp&utm_medium=whatsapp&utm_campaign=NoComaCuento
2	14/10/2021	Vacunación obligatoria	Afirmación basada en malinterpretación / Estadísticas falsas sin fuente	Publicación en redes sociales	Catalina Crespo	Facebook	<i>No Coma Cuento</i>	https://www.nacion.com/el-pais/politica/catalina-crespo-dice-sin-fundamento-que-800000/KMUNTWTX4RCMTJBYM NIFVYTNFQ/story/?utm_source=dvr.it&utm_medium=twitter&utm_campaign=NoComaCuento
3	18/10/2021	Efectos dañinos de la vacuna	Manipulación de contenidos usando el logo de Pfizer	Noticia Falsa	Anónimo	Salta Canal Siete		https://canal7salta.com/2021/10/18/internacional-pfizer-ras-trea-a-los-vacunados-a-control-remoto-patente/

No.	Fecha	Tema	Tipología	Formato	Fuente	Plataforma	Desmentido	Link al desmentido
4	21/10/2021	Efectos dañinos de la vacuna	Teorías de la conspiración / antivacunas	Declaración	Dra. Jimena Campos	Reunión facilitada por la Defensora de los Habitantes, Catalina Crespo	<i>Doble Check</i>	https://radios.ucr.ac-cr/2021/10/doble-check/vacunados-covid-19-no-esparcen-porcinas-toxicas/?fbclid=IwAR3oY2HYW4n_wuykRYwoug2ExtG1Kw2uOlU01bFlkcJAf9aV6QySskmpfeY
5	25/10/2021	Efectos dañinos de la vacuna	Teorías de la conspiración / antivacunas	Publicación en redes sociales	Anónimo	Perfil de Facebook de	<i>No Coma Cuento</i>	https://www.facebook.com/photo/?fbid=991141298410077&set=gm.3158481684398456
6	1/11/2021	Efectos dañinos de la vacuna / Vacunación obligatoria	Teorías de la conspiración / antivacunas	Facebook Live	Dra. Jimena Campos Vicealcaldesa de San Carlos	Programa Sin Anestesia / Perfil de Facebook de Villa Quesada TV	<i>Doble Check</i>	https://radios.ucr.ac-cr/2021/11/doble-check/vicealcaldesa-san-carlos-promueve-falsedades-de-vacunas-anticovid/?fbclid=IwAR0M6YRla7TkKykAYCn_pjgl-atRxfUMozC9fHKM YkoXTOPC2s1SUKhs
7	5/11/2021	Efectos dañinos de la vacuna	Teorías de la conspiración / antivacunas	Entrevista	Jorge Navarro	Programa en NC Once	<i>Doble Check</i>	https://radios.ucr.ac-cr/2021/11/doble-check/vaers-estas-dos-unidos-no-prueba-muertes-por-vacunas-anticovid/?fbclid=IwAR3sBisZ4aaYvhwO0Hz9UdEuGjYeIRD5v2m8anNAVyLyaE6MWwZZk-c3Sts

No.	Fecha	Tema	Tipología	Formato	Fuente	Plataforma	Desmentido	Link al desmentido
8	25/11/2021	Cancelan vacunación obligatoria en EE.UU	Manipulación de contenidos / contenido impostado	Tweet	Robert F. Kennedy (fuente ficticia)	@RWMalo- neMD cuenta de Twitter del médico (suspendida)	<i>No Coma Cuento</i>	https://www.nacion.com/no-coma-cuento/autoprolamado-inventor-de-vacunas-arn-mensajero/6jXUC52HKNDAF0F3CFBI2IMWWM/story/
9	28/11/2021	Vacunación	Desinformación sobre la vacunación de Carlos Alvarado y Daniel Salas	Publicación en redes sociales	Escorpio (personaje del programa)	Perfil de Facebook <i>El Laboratorio</i> de la radioemisora Vox1055	<i>No Coma Cuento</i>	https://www.nacion.com/no-coma-cuento/es-falso-que-el-ministro-daniel-salas-haya-SNITYLF57ZDI3HWPBQ2XFEWQPN/story/
10	11/01/2022	Elecciones / pandemia	Desinformación	Mensaje en aplicación de mensajería instantánea	Mujer computadorizada	Telegram	<i>No Coma Cuento</i>	https://www.nacion.com/no-coma-cuento/es-falso-que-proto-co-lo-sanitario-busquen/4XAFXE7E3ZBY31VVZWK2CQH2UA/story/
11	31/10/2022	Negación de la pandemia	Teoría de la Conspiración	Publicación en redes sociales		Perfil de Facebook de Demandados Costa Rica		
12	1/11/2021	Vacunación Subtema: vacunación obligatoria, pero sin que autoridades se hayan vacunado	Desinformación sobre la vacunación de Carlos Alvarado (se alega que él no se ha vacunado realmente)	Mensaje en aplicación de mensajería instantánea		Cadena de Whatsapp		

No.	Fecha	Tema	Tipología	Formato	Fuente	Plataforma	Desmentido	Link al desmentido
13	12/11/2021	Vacunación	El Dr. Malone, desarrollador de la plataforma ARNm de los inóculos, advierte que se están apresurando para matar a los niños	Mensaje en aplicación de mensajería instantánea	Marco Albertazzi	Grupo de Telegram de Defendamos Costa Rica - Marco Albertazzi		
14	17/11/2021	Vacunas Subtema Vegetales cultivados con vacuna COVID	Desinformación	Mensaje en aplicación de mensajería instantánea	Marco Albertazzi	Canal de Telegram de Defendamos Costa Rica		
15	16/11/2021	Vacunación Subtema: Contagio	Desinformación	Mensaje en aplicación de mensajería instantánea	Marco Albertazzi	Grupo de Telegram de Defendamos CR	<i>Ojo Público</i>	
16	17/11/2021	Vacunación Subtema: Contagio de vacunados	Desinformación	Mensaje en aplicación de mensajería instantánea	Marco Albertazzi	Defendamos CR en Telegram	<i>Contradice datos de la OMS y Ministerio de Salud</i>	NA
17	24/11/2021	Vacuna Subtema Efectos adversos	Desinformación Subtema	Texto en aplicación de mensajería instantánea	Marco Albertazzi	Defendamos CR en Telegram	<i>Contradice datos de la OMS y Ministerio de Salud</i>	NA
18	25/11/2021	Vacunación Subtema: Efectos adversos	Desinformación	Mensaje en aplicación de mensajería instantánea	Marco Albertazzi	Defendamos CR	<i>Contradice datos de la OMS y Ministerio de Salud</i>	NA

No.	Fecha	Tema	Tipología	Formato	Fuente	Plataforma	Desmentido	Link al desmentido
19	10/12/2021	Teoría de la Conspiración: Farmacéutica GlaxoSmithKline (GSK) sería dueña Pfizer y del Instituto de Virología de Wuhan	Manipulación de contenidos	Audiovisual	Publicación que circula en redes sociales	Varios	<i>No Coma Cuento</i>	https://www.nacion.com/no-coma-cuento/es-falso-que-laboratorio-de-wuhan-y-pfizer/WHS5AYKT6RE M7AEQRARSZ4PS KM/story/
20	14/01/2022	Vacunación Subtema: Efectos adversos en niña	Manipulación de contenidos	Publicación en redes sociales	Padres de la niña	Perfil de Facebook de Costa Rica por la Libertad	<i>No Coma Cuento</i>	https://www.nacion.com/no-coma-cuento/antivacunas-manipulan-caso-de-nina-que-sufrio/JAHUN5A BJB2RPMEG4GCF FWX74/story/
21	20/12/2021	Vacunación: Efectos secundarios de las vacunas en niños	Impostación de identidad	Video publicado en redes sociales	Robert Malone, autorproclamado inventor de la vacuna de ARNmensajero	Facebook, Twitter y Whatsapp	<i>No Coma Cuento</i>	https://www.nacion.com/no-coma-cuento/autorproclamado-inventor-de-vacunas-arn-mensajero/6JXUC52 HKNDAF0F3CFBI 2IMWWM/story/
22	17/01/2022	Vacunación Subtema: Efectos adversos	Desinformación sobre muerte asociada a la vacuna experimental	Publicación en redes sociales	Tweet de Agenda 2023	Perfil de Facebook de CR 506		https://twitter.com/agenda2030_/status/1483027371003453440?s=21&fbclid=IwAR0iykzGmQJLm09g4_vBbVVRGRYJo3o5TcFvN7l-4vcZ8E W3xe37Wmqf8E4

No.	Fecha	Tema	Tipología	Formato	Fuente	Plataforma	Desmentido	Link al desmentido
23	20/01/2022	Falsa hospitalización de Daniel Salas por secuelas del COVID-19	Desinformación	Publicación en redes sociales	Anónimo	Perfil de la página de Facebook Eres un PAClovercillo	<i>No Coma Cuento</i>	https://www.nacion.com/no-coma-cuento/es-falso-que-daniel-salas-este-hospitalizado-por/OYQOLPHX2NAQFC66TGVVM7NR7NU/story/

Anexo 2.2 Contenidos desinformativos sobre las elecciones

No.	Fecha	Tema	Tipología	Formato	Fuente	Plataforma	Desmentido	Link al desmentido
24	05/11/2021	Elecciones (2022 la elección de diputados que se puede convertir en un infierno para el TSE y la democracia)	Datos erróneos sobre las elecciones (el medio afirma que un solo partido podría obtener todas las curules de una provincia).	Noticia	El Mundo CR	Portal de noticias	<i>Doble Check</i>	https://radios.ucr.ac.cr/2021/11/doble-check/el-mundo-cr-explificacion-imaginada-eleccion-diputaciones/
25	11/11/2021	Elecciones	Desinformación sobre el voto en blanco, se implica que las elecciones se repetirían si gana el voto en blanco	Texto en aplicación de mensajería instantánea	Anónima	Cadena de Whatsapp basada en una resolución del TSE de Colombia	<i>No Coma Cuento</i>	https://www.nacion.com/no-coma-cuento/elecciones-2022-no-se-repetiran-si-gana-el-voto-en/YK6232QMGBCBPGD46UA65714VU/story/

No.	Fecha	Tema	Tipología	Formato	Fuente	Plataforma	Desmentido	Link al desmentido
26	11/11/2021	Elecciones	Desinformación sobre venta del A y A.	Noticia falsa	LBN News	Portal de noticias, replicado por Albino Vargas mediante un Facebook Live de la ANEP.	<i>No Coma Cuento</i>	https://www.nacion.com/no-coma-cuento/albino-var-gas-cae-en-montaje-y-difunde-noticia/L7HOBVVUJ5HTVA7DPGEBRSNWSU/sstory/?utm_source=whatsapp&utm_medium=whatsapp&utm_campaign=NoComaCuento
27	24/11/2021	Elecciones	Teoría de Conspiración sobre estrategia del PAC para hacer ganar a la izquierda	Texto en aplicación de mensajería instantánea		Canal de Telegram de Defendamos Costa Rica Defendamos Costa Rica	<i>No Coma Cuento</i>	
28	22/12/2021	Elecciones	Desinformación sobre la solicitud del código QR para ir a votar en la segunda ronda.	Texto en aplicación de mensajería instantánea y redes sociales	Perfil de Augusto Vega	Publicación difundida en Facebook y WhatsApp	<i>No Coma Cuento</i>	https://www.nacion.com/no-coma-cuento/es-mentira-que-se-va-ya-a-exigir-codigo-qr-para/I5CIFX7WZNCDPBKYLID2TPBBI/story/
29	11/01/2022	Elecciones	Desinformación sobre abstención mismo forzado a raíz de la aplicación de un protocolo sanitario demasiaDo largo por parte del TSE	Video viral difundido a través de aplicaciones de mensajería instantánea	Anónimo	Publicación difundida en Facebook y WhatsApp	<i>No Coma Cuento</i>	https://www.nacion.com/no-coma-cuento/es-falso-que-proto-co-lo-sanitario-busque-un/4XAFXE7E3ZBY3IVVZWK2CQH2UA/story/

Anexo 2.3 Contenidos desinformativos emitidos por y sobre personas candidatas

No.	Fecha	Tema	Tipología	Formato	Fuente	Plataforma	Desmentido	Link al desmentido
30	4/11/2021	Corrupción	Implicatura sobre José María Villalta (doble moral por tener automóvil 4 x 4)	Publicación de redes sociales	Anónimo	Perfil de Facebook de <i>Patricio Aclara</i>	<i>No Coma Cuento</i>	https://www.nacion.com/no-coma-cuento/jose-maria-villalta-no-tiene-un-vehiculo-4x4-ni-un/YL7QGKT3IVEELGKXUNK6PF5UE/story/
31	17/11/2021	Educación	Dato impreciso sobre el gasto público en educación en Costa Rica	Declaración	Fabrizio Alvarado	Debate organizado por el Sindicato de Trabajadores de la Educación Costarricense (SEC)	<i>Doble Check</i>	https://radios.ucr.ac.cr/2021/12/doble-check/falso-costa-rica-y-finlandia-no-invierten-lo-mismo-en-educacion-como-dijo-fabrizio-alvarado/
32	2/12/2021	Corrupción	Desinformación sobre Lineth Saborío	Publicación de redes sociales	Anónimo	Perfil de Facebook de <i>San José Denuncia</i>	<i>No Coma Cuento</i>	https://www.nacion.com/no-coma-cuento/lineth-saborio-no-contratacion-al-renunciar/XW6GUJJUDJERVODWF3HSWHMGM4/story/
33	10/12/2021	Beneficios sociales	Dato erróneo sobre REDCUDI	Declaración	Eli Feinzaig	Entrevista en el programa <i>No Pasa Nada</i>	<i>Doble Check</i>	https://radios.ucr.ac.cr/2021/12/doble-check/red-cuidado-no-puede-excluir-familias-por-obtener-empleo-el-i-feinzaig/?fbclid=IwAR1aDeNB2QwLPD5sytroD-OfbYZ9oyDnKcP6XLFN3h5HQP-rgh09BiWWjvA

No.	Fecha	Tema	Tipología	Formato	Fuente	Plataforma	Desmentido	Link al desmentido
34	10/01/2022	Educación	Dato impreciso sobre el gasto público en educación en Costa Rica	Declaración en el debate nacional del TSE	Federico Malavassi, candidato del Partido Unión Liberal	SINART Canal 13	<i>No Coma Cuento</i>	https://www.nacion.com/no-coma-cuento/federico-malavassi-pi-fia-en-debate-al-decir-que/PGIRE5M5ZZAF5C5WR5H2JGAZCI/story/
35	11/01/2022	Pandemia	Información falsa sobre la pandemia	Declaración de Rolando Araya en contra de la vacunación por considerar ómicron como una simple gripe	Rolando Araya Monge, candidato del Partido Justa Costa Rica	SINART Canal 13	<i>No Coma Cuento</i>	https://www.nacion.com/el-pais/politica/debate-tse-rolando-araya-dice-que-no-se-debe/6AINC13XEREUVLJICBQKI3SBFQ/story/
36	12/01/2022	Procesos judiciales	José María Villata afirma que el juicio contra Albino Vargas fue declarado como “juicio político”	Declaración	José María Villata, candidato del Partido Frente Amplio	SINART Canal 13	<i>No Coma Cuento</i>	https://www.nacion.com/el-pais/politica/albino-vargas-desmienten-a-jose-maria-villata/XKKGHNTZ5RHMNBNLYEHGY4RHKM/story/
37	10/01/2022	Anticorrupción	Declaración falsa sobre condena contra el PAC	Debate nacional del TSE	Intervención de Welmer Ramos en el debate del TSE	SINART Canal 13	<i>No Coma Cuento</i>	https://www.nacion.com/el-pais/politica/contrala-realidad-welmer-ramos-niega-que-el-pac/gygIBVOU6JL3PGKZ45OE2CI7A/story/

No.	Fecha	Tema	Tipología	Formato	Fuente	Plataforma	Desmentido	Link al desmentido
38	6/01/2022	Campaña política	Propaganda engañosa	Anuncios / vallas publicitarias	Diputado Erwen Masís del PUSC hace la denuncia y Pilar Cisneros le responde en el Facebook de Rodrigo Chaves	Vallas publicitarias y panfletos	<i>Erwen Masís, No Coma Cuento No Caiiga</i>	https://www.crhoy.com/nacional/les/pusc-denuncia-engano-absolutodeppsd-con-imagen-de-pilar-cisneros/ https://www.facebook.com/111753561282933/videos/2411278345679762/
39	16/01/2022	Campaña política	Propaganda engañosa contra José María Villalta	Anuncio	Perfil de Fabricio Alvarado	Facebook		https://www.facebook.com/FabricioAlvaradoCostaRica/videos/340906804330010/
40	18/01/2022	Campaña política	Afirmación falsa (Fabricio Alvarado da dato erróneo sobre el tren eléctrico al afirmar que beneficiaría solo a 5000 personas).	Debate político del CFIA y entrevista en Café Política de Canal 7	Fabricio Alvarado	Televisión y Facebook	<i>No Coma Cuento</i>	https://www.nacion.com/no-coma-cuento/fabricio-alvarado-usa-dato-falso-paradesacreditar/AV7VQKV3YFEUZG3D6EB5GAJNNM/story/
41	06/12/2021	Venta de activos nacionales en la bolsa de Valores	Contenido fabricado sobre la venta de parques nacionales por parte del Gobierno	Noticia falsa	Anónima	El Conservador CR	<i>No Coma Cuento</i>	https://www.nacion.com/no-coma-cuento/es-falso-que-los-parques-nacionales-de-costa-rica/KJUH6RXRE5G7NGJOYYIO3T2I2Q/story/

No.	Fecha	Tema	Tipología	Formato	Fuente	Plataforma	Desmentido	Link al desmentido
42	14/12/2021	Citas falsas para vacuna	Estafa a través de robo de datos personales.	Mensaje en aplicación de mensajería instantánea	Anónimo	Whatsapp	<i>No Coma Cuento</i>	https://www.nacion.com/no-coma-cuento/estan-estafando-con-citas-falsas-para-tercera-CMOFRKV6QNDCTAOW66COGMOJY/story/
43	21/02/2022	Falsos cobros de impuestos municipales.	Estafa a través de robo de datos personales.	Mensaje en aplicación de mensajería instantánea	Anónimo	Whatsapp	<i>No Coma Cuento</i>	https://www.nacion.com/no-coma-cuento/timadores-estafan-con-falsa-plataforma-de-cobros/XK52Z32WRJGDZGJXHUEJQFTIH4/story/

CAPÍTULO 3

Discusión legislativa sobre una ley de acceso a la información y transparencia

Jorge Córdoba Ortega*

3.1 Introducción

Los temas de libertad de expresión, acceso a la información pública, transparencia administrativa y simplificación de trámites están insertos en el día a día de las instituciones públicas y en relación jurídico administrativa entre Administraciones Públicas y administrados, teniendo un vínculo directo con el ejercicio y defensa de los derechos fundamentales.

En este capítulo se propone revisar el estado actual de las iniciativas presentadas en la Asamblea Legislativa de la República de Costa Rica, tomando en cuenta la realidad nacional imperante, así como algunos otros temas relacionados con el acceso a la información pública.

Así, se inicia con la cita del artículo 19 de la Declaración Universal de Derechos Humanos, que indica: “Todo individuo tiene derecho a la libertad de opinión y de expresión; este derecho incluye el de no ser molestado a causa de sus opiniones, el de investigar y recibir informaciones y opiniones, y el de difundirlas, sin limitación de fronteras, por cualquier me-

dio de expresión”, texto que brinda el Sistema Universal de Derechos Humanos y reafirma el vínculo inseparable en materia de derechos humanos entre acceso a la información y libertad de expresión.

Se rescatan las palabras del escritor Toby Mendel -activista en materia de derechos humanos y en la defensa del derecho a la libertad de información-, que refiriéndose a la relación entre la libertad de información y libertad de expresión manifiesta:

“El derecho humano primario o fundamento constitucional del derecho de libertad de información, es el derecho fundamental de la libertad de expresión, mismo que comprende el derecho a buscar, recibir y difundir información e ideas (...). En un sentido más amplio, también se puede derivar de reconocer que la democracia, e incluso todo el sistema de protección de derechos humanos, no puede funcionar correctamente si no existe la

*Licenciado en Derecho y Especialista en Derecho Público por la Universidad de Costa Rica. Tiene una Maestría en Derecho Público por la Universidad Autónoma de Centro América. Es Doctor en Derecho, Programa General por la Universidad Carlos III de Madrid, España. Tiene un Postítulo del Programa de Diplomado en Derechos Humanos y Mujeres: Teoría y Práctica, del Centro de Derecho Humanos de la Facultad de Derecho de la Universidad de Chile y una Especialidad en Justicia Constitucional, Interpretación y Aplicación de la Constitución. Universidad Castilla-La Mancha, en Toledo, España. En el año 2019 participó en el XLVI Curso de Derecho Internacional de la OEA y de la Universidad de Río de Janeiro, Brasil. Es Profesor Catedrático de Derecho de la Universidad de Costa Rica y de la Universidad Escuela Libre de Derecho. Es investigador jurídico y autor de varios ensayos y libros sobre acceso a la información pública, protección de datos y derecho de petición, entre otros. En el año 2012 fue nombrado como “Abogado Distinguido” por el Colegio de Abogados y Abogadas de Costa Rica. Actualmente se desempeña como Asesor Parlamentario en la Asamblea Legislativa de la República de Costa Rica.

libertad de información. En ese sentido, es un derecho humano fundamental, del cual dependen otros derechos” (Mendel, 2003, p. 43).

Se abordarán algunos de los principios generales de la libertad de expresión y del derecho de acceso a la información pública; un resumen del contenido de la aprobación por parte de la OEA de la Ley Modelo Interamericana 2.0 de acceso a la información pública (2020); el avance en la discusión del Proyecto de Ley General de acceso a la información pública y transparencia, Expediente N°. 20.799 de la Diputada Carmen Chan Mora de la Asamblea Legislativa de la República de Costa Rica y finalmente se presentará un resumen sobre los puntos más relevantes de la Ley N°. 10072 del 18 de noviembre de 2021, Reforma de la Ley 8220, Protección al ciudadano del exceso de requisitos y trámites administrativos del 4 de marzo de 2002, la cual fue publicada el 3 de diciembre de 2021, en la Gaceta N°. 233, Alcance No. 248, iniciativa de la Diputada Silvia Hernández Sánchez y otros diputados y diputadas.

El planteamiento metodológico para este breve análisis jurídico sobre el derecho de acceso a la información pública lleva a la siguiente afirmación: “El trámite y discusión en la Asamblea Legislativa del Expediente N°. 20.799 Proyecto de Ley General de acceso a la información pública y transparencia se constituye en un avance necesario y urgente para que el Estado costarricense pueda contar con una Ley Marco de acceso a la información pública, instrumento jurídico relevante para la defensa de los derechos fundamentales de los administrados”.

El problema planteado es: ¿Se requiere de una Ley Marco sobre acceso a la información pública en el ordenamiento jurídico costarricense como un instrumento efectivo y pertinente en la defensa de los derechos fundamentales de los administrados, frente a la inactividad y silencio de las Administraciones Públicas?

El objetivo general de esta investigación es exponer los avances que se han realizado en la Asamblea Legislativa para aprobar una Ley marco o general de acceso a la información pública. Para abordar esta temática se utilizarán los métodos deductivo, comparativo y sistemático.

A continuación se reiteran algunas ideas previas para mostrar la situación actual, que no ha cambiado mucho en los últimos años:

- Que no existe una Ley Marco de acceso a la información pública ni de libertad de expresión.
- Que ha sido la Sala Constitucional de la Corte Suprema de Justicia la que ha venido desarrollando a través de sus resoluciones esta temática.
- Que existe una importante cantidad de leyes que regulan en forma dispersa el derecho de acceso a la información pública y la libertad de expresión.
- Que en el año 2017 el Poder Ejecutivo costarricense aprobó el Decreto Ejecutivo Número 40200-MP-MEIC de fecha 27 de abril de 2017, que tiene por objeto que el Estado garantice el cumplimiento efectivo del derecho humano de acceso a la información pública, de forma proactiva, oportuna, oficiosa, completa y accesible. Además, se aprobaron el Decreto Ejecutivo que establece la apertura de los datos públicos (N°. 40199-MP del 27 de abril de 2017) y la directriz dirigida al Sector Público sobre la eficiencia, eficacia y transparencia en la gestión presupuestaria de la Administración Pública (N°. 070-H del 30 de marzo de 2017 y con un rige hasta el 31 de diciembre de 2017, artículo 21 de la directriz). Pese a lo anterior, reiteramos nuestro criterio: esto es materia que debe ser regulada por ley.
- A partir de 2018, se han presentado varias iniciativas en la Asamblea Legislativa de la República de Costa Rica que buscan un ejer-

cicio efectivo en la protección de los derechos fundamentales, de los cuales, hemos escogido el Proyecto de Ley General de acceso a la información pública y transparencia, Expediente N°. 20.799, para su respectivo análisis.

3.2 Principios generales sobre libertad de expresión y acceso a la información

En este apartado se desarrollarán algunos de los principios que son esenciales en el funcionamiento de la Administración Pública, pero sobre todo constituyen una garantía para el administrado en la protección de sus derechos fundamentales, entre ellos, la libertad de expresión, el derecho de acceso a la información pública y el derecho de petición.

3.2.1 Principio de legalidad

Este principio es uno de los ejes centrales que debe imperar en el ordenamiento jurídico administrativo y constitucional, y en la relación jurídica administrativa entre administración y administrado. Según este principio, la Administración Pública estará sometida al bloque de legalidad y de constitucionalidad, pudiendo realizar aquellas actuaciones y funciones que estén reguladas y le permita el ordenamiento jurídico. Se encuentra en el artículo 11 de la Constitución Política que señala:

Artículo 11.- Los funcionarios públicos son simples depositarios de la autoridad. Están obligados a cumplir los deberes que la ley les impone y no pueden arrogarse facultades no concedidas en ella. Deben prestar juramento de observar y cumplir esta Constitución y las leyes. La acción para exigirles la responsabilidad penal por sus actos es pública.

La Administración Pública en sentido amplio, estará sometida a un procedimiento de evaluación de resultados y rendición de cuentas, con la consecuente responsa-

bilidad personal para los funcionarios en el cumplimiento de sus deberes. La ley señalará los medios para que este control de resultados y rendición de cuentas opere como un sistema que cubra todas las instituciones públicas (Constitución Política de Costa Rica, 1949, artículo 11).

(Así reformado mediante Ley N° 8003 del 08 de junio del 2000, publicada en La Gaceta de 30 de junio del 2000).

Lo importante de esta norma constitucional es que los funcionarios públicos son depositarios de la autoridad y, en este sentido, están sujetos a un bloque de legalidad en el marco de sus actuaciones, lo cual beneficia la certeza y seguridad jurídica que deben prevalecer en sus relaciones con los ciudadanos. El segundo párrafo de este artículo 11 se refiere a la rendición de cuentas, situación que responde a las nuevas tendencias legislativas en materia de transparencia y publicidad en las actuaciones de las administraciones públicas y de sus funcionarios.

Junto a esta norma, se deben citar los artículos 11 y 13 de la Ley General de la Administración Pública, que de forma clara señalan:

Artículo 11.- 1. La Administración Pública actuará sometida al ordenamiento jurídico y sólo podrá realizar aquellos actos o prestar aquellos servicios públicos que autorice dicho ordenamiento, según la escala jerárquica de sus fuentes. 2. Se considerará autorizado el acto regulado expresamente por norma escrita, al menos en cuanto a motivo o contenido, aunque sea en forma imprecisa.

Artículo 13.- 1. La Administración estará sujeta, en general, a todas las normas escritas y no escritas del ordenamiento administrativo, y al derecho privado supletorio del mismo, sin poder derogarlos ni dejar de aplicarlos para casos concretos. 2. La regla anterior se aplicará también en relación con los reglamentos, sea que es-

tos provengan de la misma autoridad, sea que provengan de otra superior o inferior competente (Ley General de la Administración Pública, N° 6227, del 2 de mayo de 1978).

Estos dos artículos complementan la disposición constitucional, sobre todo si se considera que la Ley General de la Administración Pública (en adelante LGAP) es una de las normativas más importantes que regulan las relaciones jurídico administrativas entre administración y administrado. Del mismo modo, es relevante indicar que en la LGAP se encuentra también la referencia de funcionario público, indicando el artículo 111:

1. Es servidor público la persona que presta servicios a la Administración o a nombre y por cuenta de ésta, como parte de su organización, en virtud de un acto válido y eficaz de investidura, con entera independencia del carácter imperativo, representativo, remunerado, permanente o público de la actividad respectiva. 2. A este efecto considérense equivalentes los términos “funcionario público”, “servidor público”, “empleado público”, “encargado de servicio público” y demás similares, y el régimen de sus relaciones será el mismo para todos, salvo que la naturaleza de la situación indique lo contrario (...) (Ley General de la Administración Pública, N° 6227, del 2 de mayo de 1978).

De esta forma, se cuenta con un marco jurídico básico que se refiere al principio de legalidad y al concepto de servidor público o funcionario público, según la legislación.

3.2.2 Principio de transparencia administrativa y rendición de cuentas

En la sociedad del siglo XXI se encuentra toda una serie de manifestaciones en el ámbito de los países y de las diferentes comunidades que llevan a la necesidad por parte del ser hu-

mano, y en pro de una convivencia pacífica, a vivir en un mundo más claro o transparente, en que todos puedan actuar de forma responsable y en beneficio del interés general.

Es importante agregar que tanto las Constituciones Políticas como la legislación comparada han incorporado en su contenido, normas tendientes a que el administrado tenga mayor acceso a la información pública, a las dependencias administrativas, al uso y utilización de los recursos públicos y al desarrollo de los servicios públicos, entre otros, provocando que las Administraciones Públicas lleguen a ser verdaderas “casas de cristal”, como lo indicaba el jurista italiano Turati hace ya muchos años¹, y que ha sido reafirmado por la Sala Constitucional costarricense en diversas resoluciones.

Revisando el Diccionario de la Real Academia Española (2001), el concepto de transparencia se define como: “Claro, evidente, que se comprende sin duda ni ambigüedad” (pp. 1502-1503).

Esto permite observar que los ciudadanos desean transparencia en los gobernantes, en la protección del medio ambiente, en la administración, en el uso de los recursos públicos, en el manejo y acceso a la información, en el cumplimiento del interés general y los servicios públicos, entre otros. Es indudable también, que la transparencia es un asunto de cultura que debe permear todos los estratos de la sociedad y todas sus actividades en razón del bienestar general.

Sobre el concepto de transparencia, el jurista francés Jegouzo señala:

El término transparencia administrativa ha irrumpido desde hace una decena de años en el lenguaje jurídico francés. (...) Procedería de los usos administrativos, más que de la organización jurídica. La

1 Arena, G. (1997). La transparencia administrativa. *Revista de Documentación Administrativa*, (248-249), p. 365.

implantación de una “administración de cristal” dependería fundamentalmente de la aparición de una nueva psicología administrativa, en virtud de la cual los servicios aceptasen la necesidad de trabajar bajo la mirada constante de los administrados. Pero es obligado constatar la jurificación del concepto de transparencia administrativa. La doctrina ha sido la primera en apoderarse de esta noción. (...) El análisis de estos textos y de estas obras demuestra en todo caso la ambigüedad y la complejidad de la noción de transparencia administrativa (Jegouzo, 1994, pp. 11-12).

La cita anterior permite comentar que el término transparencia es complejo pero su determinación y uso se ha venido implementando en los diferentes ámbitos de la sociedad, situación que lleva a indicar que su estudio puede plantear toda una serie de elementos o aspectos que deben ser analizados caso por caso.

Partiendo de estos escenarios se estudiará, desde el punto de vista jurídico, el principio de transparencia y sus manifestaciones, tanto en la doctrina, la legislación y la jurisprudencia nacional y extranjera, constituyendo un breve aporte al tema.

Este principio se ve sustentado en el artículo 11 segundo párrafo de la Constitución Política de la República de Costa Rica (en adelante CPR), donde se indica que la Administración Pública estará sometida a “un procedimiento de evaluación de resultados y rendición de cuentas” (Constitución Política de Costa Rica, 1949, artículo 11), aspecto que responde a las nuevas tendencias de transparencia en el Derecho Comparado.

La transparencia va dirigida básicamente a que toda actuación de las administraciones públicas debe ser de conocimiento de los ciudadanos porque estos son parte activa en la fiscali-

zación y control de las autoridades que detentan el poder público.

Este principio de transparencia y rendición de cuentas responde a la concepción del Estado social, democrático y de derecho (Parejo, 1998), pues todas las actuaciones de la Administración Pública (en sentido general), deberán estar sometidas al control de los ciudadanos. La actuación de los órganos y entes públicos debe ser transparente y estos tendrán la obligación de responder en caso de que se cometa una infracción al ordenamiento jurídico.

El jurista español, Santamaría Pastor, vinculando los conceptos de democracia y transparencia señala: “la democracia es un sistema que se presupone, por definición, transparente: el poder y sus órganos, se piensa, no deben tener apenas secretos para los ciudadanos, por lo mismo que estos son los auténticos titulares y ‘propietarios’ de aquel” (Santamaría, 1998, p. 111).

Con respecto al principio de transparencia, Jegouzo, en el Derecho francés, deriva una serie de criterios y elementos que lo distinguen: prevención de la corrupción, transparencia de la vida económica, necesidad de lucha contra la corrupción, advenimiento de un sistema administrativo transparente, ampliación de los derechos de los administrados a obtener acceso a los documentos, mejorar la información para los administrados, motivación de los actos administrativos, obligación de publicidad, participación activa en la formación de decisiones de la Administración, reforzamiento de controles e información de mercados públicos, mecanismo que garantiza las libertades públicas, redefinición de las relaciones entre la Administración y los administrados, ubicación de la transparencia en la tercera generación de las libertades y derechos fundamentales, contraposición con el secreto administrativo y aparición de un derecho

a la transparencia administrativa, entre otros (Jegouzo, 1994).

Como se observa, todos estos criterios resaltados del principio de transparencia en el Derecho francés y su abordaje permiten establecer un marco teórico básico sobre el mismo y sus efectos en la relación entre las Administraciones Públicas y los administrados.

En el Derecho italiano, el profesor Arena sintetiza este principio de la siguiente forma:

Ciertamente, la “casa de vidrio” de Turati es una metáfora excesiva, porque supone que todo lo que ocurre en el interior de la Administración debe ser visible desde el exterior, mientras que es evidente que existen algunos intereses públicos y privados que necesitan ser protegidos mediante la imposición del secreto sobre las informaciones que les afectan. Ningún sistema administrativo puede ser totalmente transparente, ni totalmente opaco; como en todos los demás sectores, también en la decisión sobre la amplitud de la transparencia entran en un juego intereses, públicos y privados, que deben ser ponderados entre sí a fin de encontrar el punto de equilibrio entre exigencias contrapuestas (Arena, 1997, p. 365).

En criterio del autor de este capítulo, lo planteado por Arena constituye uno de los aspectos de mayor discusión en la doctrina en general, en especial, porque se considera que el principio de transparencia debe ser lo general, debe ser lo aplicable y excepcionalmente el secreto. Es por lo anterior, que el orden constitucional se ha inclinado por establecer límites al acceso a la información, sustentados en el principio de reserva de ley, entendiendo que los derechos fundamentales no son absolutos, pero que es por medio de la ley que se le pueden establecer límites en razón de la protección de otros derechos.

En el Derecho español, se encuentra un importante desarrollo del principio de transparencia y del acceso a la información pública. Se parte en este caso del artículo 105 inciso b) de la Constitución Española que dice: “La ley regulará: (...) b) El acceso de los ciudadanos a los archivos y registros administrativos, salvo en lo que afecte a la seguridad y defensa del Estado, la averiguación de los delitos y la intimidad de las personas”.

En este mismo sentido, el profesor Sánchez señala:

Solo en la medida en que la Administración ha asumido un nuevo talante de apertura al medio social y de servicio al ciudadano, en vez de situarse al servicio exclusivo del Estado separado de la sociedad, en la medida en que ha desarrollado una actividad prestacional y de intervención en la economía al lado del tradicional ejercicio de autoridad y en la medida en que el Derecho reconoce a los particulares su condición activa de ciudadanos en vez de la de meros súbditos o administrados, la regla general ha empezado a invertirse (Sánchez, 1995, p. 32).

También se debe hacer cita de la Ley 19/2013 de transparencia, acceso a la información pública y buen gobierno de España, que en su artículo 5, hace referencia a los principios de publicidad activa y transparencia:

Publicidad activa. Artículo 5. Principios generales. 1. Los sujetos enumerados en el artículo 2.1 publicarán de forma periódica y actualizada la información cuyo conocimiento sea relevante para garantizar la transparencia de su actividad relacionada con el funcionamiento y control de la actuación pública. 2. Las obligaciones de transparencia contenidas en este capítulo se entienden sin perjuicio de la aplicación de la normativa autonómica correspondiente o de otras disposiciones específicas

que prevean un régimen más amplio en materia de publicidad. 3. Serán de aplicación, en su caso, los límites al derecho de acceso a la información pública previstos en el artículo 14 y, especialmente, el derivado de la protección de datos de carácter personal, regulado en el artículo 15. A este respecto, cuando la información contuviera datos especialmente protegidos, la publicidad sólo se llevará a cabo previa disociación de los mismos. 4. La información sujeta a las obligaciones de transparencia será publicada en las correspondientes sedes electrónicas o páginas web y de una manera clara, estructurada y entendible para los interesados y, preferiblemente, en formatos reutilizables. Se establecerán los mecanismos adecuados para facilitar la accesibilidad, la interoperabilidad, la calidad y la reutilización de la información publicada, así como su identificación y localización (...) (Ley 19/2013, 9 de diciembre de 2013, de transparencia, acceso a la información pública y buen gobierno de España).

Al abordar el principio de transparencia, la Doctora Leonor Rams hace mención de Debbasch, como uno de los autores de mayor relevancia que han resumido el significado de ese principio:

Debbasch considera que el concepto de transparencia administrativa, que busca convertir a la Administración en una “casa de cristal” se compone de varios factores y se proyecta a través de tres mecanismos. Los factores que determinan esa transparencia son, para este autor: 1) El derecho a saber, puesto que la Administración sirve los intereses generales y los ciudadanos tienen el derecho a saber qué ocurre en el interior de la Administración, que está al servicio de dichos ciudadanos. 2) El derecho a controlar, de manera que, sabiendo qué hace la Administración, pueda

controlarse la legalidad y la oportunidad de las decisiones administrativas, sabiendo además así cómo se utilizan los fondos públicos. 3) El derecho de los ciudadanos a ser actores y no sólo espectadores de la vida política. Es el necesario paso de administrado a usuario (y ciudadano) (Rams, 2008, p. 200-201).

En el caso costarricense, estos mecanismos los ha desarrollado la Sala Constitucional como una garantía de transparencia en la función pública en los Votos 136-03 y 2120-03, indicando:

En el marco del Estado social y democrático de derecho, todos y cada uno de los entes y órganos públicos que conforman la administración respectiva, deben estar sujetos a los principios constitucionales implícitos de la transparencia y la publicidad que deben ser la regla de toda la actuación o función administrativa. Las organizaciones colectivas del derecho público –entes públicos– están llamadas a ser verdaderas casas de cristal en cuyo interior puedan escrutarse y fiscalizarse, a plena luz del día, todos los administrados (...). En términos generales, el principio de transparencia de reciente desarrollo en nuestros países, pero ya bien trabajado en Europa y en otras instancias del Derecho Comparado, se constituye en un punto de partida para la rendición de cuentas y evaluación de resultados, aspecto que está relacionado directamente con el acceso a la información pública, pues la autoridad pública en su actuar debe garantizar el ejercicio de este, convirtiéndose en una manifestación de transparencia en la gestión administrativa (Sala Constitucional de la Corte Suprema de Justicia de Costa Rica, Voto N°. 136-2003; Sala Constitucional de la Corte Suprema de Justicia de Costa Rica, Voto N°. 2120-2003).

Esto permite visualizar toda una serie de institutos y elementos que cobijan el tema de

la transparencia administrativa, siendo factor esencial en una democracia participativa, pero, sobre todo, un instrumento eficiente para el control y vigilancia de los asuntos públicos.

3.2.3 Principio de igualdad y no discriminación

Se encuentra regulado en el artículo 33 de la CPR que indica: “Toda persona es igual ante la ley y no podrá practicarse discriminación alguna contraria a la dignidad humana”. En este sentido se constituye en un principio esencial en las relaciones existentes entre la Administración y los administrados, pues procura garantizar que todos los ciudadanos por igual tienen garantías de acceso a la información de relevancia pública.

Con respecto a este principio, el jurista Rodolfo Piza Rocafort indica:

(...) la igualdad ante la ley se nos presenta como una exigencia de generalidad y como una prohibición de discriminación. En función de ambas exigencias, la igualdad opera como un principio de interpretación y aplicación de todos los demás derechos y manifestaciones de la libertad y, a su vez, como un derecho de carácter autónomo exigible por sí mismo (Piza, 1998, p. 24).

En esta línea de criterio, el derecho de acceso a la información debe ser aplicado por igual a todos, en forma general, sin discriminación, logrando de esta forma acceso y participación.

3.2.4 Principio de publicidad

Este principio es un pilar del Estado democrático y de Derecho, siendo esencial para el ejercicio del derecho de acceso a la información pública y la transparencia en la gestión pública. Se encuentra regulado en el artículo 129 de la CPR:

Las leyes son obligatorias y surten efectos desde el día que ellas designen; a falta

de este requisito, diez días después de su publicación en el Diario Oficial. Nadie puede alegar ignorancia de la ley, salvo en los casos que la misma autorice. No tiene eficacia la renuncia de las leyes en general, ni la especial de las de interés público (...) (Constitución Política de Costa Rica, 1949, artículo 129).

De igual forma, este principio es esencial para que el ciudadano esté informado de las actuaciones de los funcionarios públicos y de la normativa que se va aprobando en razón de sus competencias y funciones. En el caso de Costa Rica, se da a través de la publicación en el Diario Oficial La Gaceta, mientras que en el caso del Poder Judicial se utiliza el Boletín Judicial, que circula junto con la Gaceta, siendo estos dos de los productos más importantes de la Imprenta Nacional, y que actualmente cuentan con acceso digital.

3.2.5 Principio democrático

Este principio deriva de la relación de los artículos 1 y 9 de la CPR, indicando el artículo 1 que: “Costa Rica es una República democrática, libre e independiente” y el artículo 9 que: “El Gobierno de la República es popular, representativo, participativo, alternativo y responsable. Lo ejercen el pueblo y tres Poderes distintos e independientes entre sí. El Legislativo, el Ejecutivo y el Judicial (...)” (Constitución Política de Costa Rica, 1949, artículo 9).

Partiendo de estas normas, y del reconocimiento del Estado democrático y de derecho que prevalece en Costa Rica, se afirma que mientras se garantice en mejor forma el acceso a la información pública y se estimule la creación de herramientas que garanticen la transparencia en la gestión pública, mayor será el nivel democrático del país; procurando eso sí una mayor participación de los ciudadanos en el quehacer público.

3.2.6 Principio de libertad de dirigirse a los órganos públicos

En esta breve investigación se parte de la necesidad de observar y encontrar mecanismos que garanticen la transparencia en la gestión pública. El derecho de petición es uno de esos instrumentos, que además, es uno de los más utilizados con el recurso de amparo ante la Sala Constitucional. Del ejercicio de este derecho deriva en forma muy especial, el principio de libertad de dirigirse a los órganos públicos, situación que es común en las actuales democracias, pero que en los albores de los Estados o de las monarquías, constituía una posible sanción o castigo para aquellos que solicitaran o pidieran algo a los monarcas. Se menciona porque existe un vínculo intrínseco entre éste y el derecho de acceso a la información pública. El artículo 27 de la CPRC señala: “Se garantiza la libertad de petición, en forma individual o colectiva, ante cualquier funcionario público o entidad oficial, y el derecho a obtener pronta resolución” (Constitución Política de Costa Rica, 1949, artículo 27). Esto ha sido reafirmado por la Sala Constitucional en diversas ocasiones. A esta norma se debe agregar el artículo 32 de la Ley de la Jurisdicción Constitucional que indica:

Quando el amparo se refiera al derecho de petición y de obtener pronta resolución, establecido en el artículo 27 de la Constitución Política, y no hubiere plazo señalado para contestar, se entenderá que la violación se produce una vez transcurridos diez días hábiles desde la fecha en que fue presentada la solicitud en la oficina administrativa, sin perjuicio de que, en la decisión del recurso, se aprecien las razones que se aduzcan para considerar insuficiente ese plazo, atendidas las circunstancias y la índole del asunto (Ley de

la Jurisdicción Constitucional, N° 7135, del 11 de octubre de 1989).

En este sentido, es evidente la relevancia de este principio general y la Sala Constitucional a través de su jurisprudencia reiterada le ha dado una relevancia en la relación entre Administración y administrados.

3.2.7 Principios de máxima publicidad y buena fe

El principio de máxima publicidad desarrollado por la Corte Interamericana de Derechos Humanos ha indicado que la gestión administrativa (gubernamental) debe estar cobijada por los principios de máxima publicidad y buena fe. En este sentido la máxima publicidad implica que cualquier información en manos de instituciones públicas debe ser completa, oportuna y accesible, sujeta a un claro y preciso régimen de excepciones, las que deberán estar definidas por ley. Este principio está muy relacionado con el de transparencia activa, en donde la autoridad pública es la que debe divulgar la información de carácter público, mejorar sus sitios web y el acceso de todas las personas al mismo.

Así el artículo 2 inciso segundo sobre “Alcance y finalidad” de la Ley Modelo Interamericana 2.0 sobre acceso a la información pública, regula este principio de la siguiente forma:

Esta Ley se basa también en el principio de máxima publicidad, de tal manera que cualquier información en manos de los sujetos obligados sea completa, oportuna y accesible, sujeta a un claro y preciso régimen de excepciones que deberán estar definidas por ley y ser además legítimas y estrictamente necesarias en una sociedad democrática (Ley Modelo Interamericana 2.0 de acceso a la información pública, 2020).

En cuanto al principio de buena fe, la Corte Interamericana de Derechos Humanos ha indicado en un Informe Especial de la Relatoría de Libertad de Expresión lo siguiente:

(...) para garantizar el efectivo ejercicio del derecho de acceso a la información resulta esencial que los sujetos obligados por este derecho actúen de buena fe, es decir, que interpreten la ley de manera tal que sirva para cumplir los fines perseguidos por el derecho de acceso, que aseguren la estricta aplicación del derecho, brinden los medios de asistencia necesarios a los solicitantes, promuevan una cultura de transparencia, coadyuven a transparentar la gestión pública, y actúen con diligencia, profesionalidad y lealtad institucional. Es decir, que realicen las acciones necesarias con el fin de que sus actuaciones aseguren la satisfacción del interés general y no defrauden la confianza de los individuos en la gestión estatal (Comisión Interamericana de Derechos Humanos, 2011, como se citó en Comisión Interamericana de Derechos Humanos, 2015, pp. 26-27).

Como se observa, estos dos principios son fundamentales en el desarrollo del derecho de acceso a la información pública, y se encuentran regulados en la normativa y en la actividad propia de la Corte Interamericana de Derechos Humanos y las labores que realiza la Relatoría de Libertad de Expresión.

3.2.8 Principio de probidad

El principio de probidad se constituye en base esencial del sistema de rendición de cuentas y evaluación de resultados, debido a que se dirige al funcionario público como parte y actividad esencial de la actividad pública. Conforme a este principio el servidor tiene la obligación de trabajar dentro del marco establecido por el principio de legalidad y transparencia, buscando siempre el cumplimiento del interés

público. En razón de ello su actuar debe ser ejemplo de rectitud, honestidad, buena fe y ética. En el caso costarricense, su fundamentación se encuentra en el artículo 11 de la Carta Magna, que ya se citó anteriormente. Además, una de las normativas de mayor referencia en ordenamiento jurídico costarricense, lo constituye la Ley General de la Administración Pública, que en su artículo 113 señala: “1. El servidor público deberá desempeñar sus funciones de modo que satisfagan primordialmente el interés público el cual será considerado como la expresión de los intereses individuales coincidentes de los administrados (...)”. Igualmente, el artículo 114 de la citada Ley dice:

1. El servidor público será un servidor de los administrados, en general, y en particular de cada individuo o administrado que con él se relacione en virtud de la función que desempeña; cada administrado deberá ser considerado en el caso individual como representante de la colectividad de que el funcionario depende y por cuyos intereses debe velar (Ley General de la Administración Pública, N° 6227, del 2 de mayo de 1978).

En esta misma línea, la Ley contra la Corrupción y el Enriquecimiento Ilícito en la Función Pública desarrolla este principio, que a la vez se constituye en un deber del funcionario público, al señalar en su artículo 3 lo siguiente:

El funcionario público estará obligado a orientar su gestión a la satisfacción del interés público. Este deber se manifestará, fundamentalmente, al identificar y atender las necesidades colectivas prioritarias, de manera planificada, regular, eficiente, continua y en condiciones de igualdad para los habitantes de la República; asimismo, al demostrar rectitud y buena fe en el ejercicio de las potestades que le confiere la ley; asegurarse de que las decisiones que adopte en cumplimiento de sus atribuciones se ajustan a la imparcialidad

y a los objetivos propios de la institución en la que se desempeña y, finalmente, al administrar los recursos públicos con apego a los principios de legalidad, eficacia, economía y eficiencia, rindiendo cuentas satisfactoriamente (Ley contra la Corrupción y el Enriquecimiento Ilícito en la Función Pública, N°. 8422, del 6 de octubre de 2004).

Lo interesante de esta disposición es que normativiza el deber de probidad del servidor, no solo frente a la Administración sino ante los ciudadanos, que pueden exigir del servidor un comportamiento acorde al cumplimiento de los intereses públicos.

La violación del deber de probidad, trae consigo responsabilidades administrativas, civiles y penales, según el marco legal de cita. En este sentido su infracción, debidamente comprobada y previa defensa, se constituirá en justa causa para la separación del cargo público sin responsabilidad patronal conforme al artículo 4 de la citada Ley (Contraloría General de la República, 2004).

3.2.9 Principio de transparencia activa

Este principio busca que las Administraciones Públicas sean eficientes en la información que brindan al administrado, implementando estrategias, políticas y plataformas digitales con sitios web que sean amigables; es decir, que sean de fácil acceso. Pero las Administraciones Públicas no se deben limitar únicamente a lo indicado, sino que deben mostrar actividad y dinámica en la colocación de información que sea de carácter público en sus sitios web sin que esta acción derive necesariamente de un requerimiento de los administrados.

El artículo 5 incisos 1 y 2 de la Ley Modelo Interamericana 2.0 sobre acceso a la información pública, establece la transparencia activa de la siguiente manera:

1. Todo sujeto obligado deberá difundir de manera proactiva la Información clave establecida en la presente Ley, sin que medie una solicitud de esta Información.
2. Todo sujeto obligado deberá permitir el más amplio acceso a dicha Información, de manera tal que permita su interoperabilidad en un formato de datos abiertos, así como determinar las estrategias para la identificación, generación, organización, publicación y difusión de dicha Información, permitiendo así su fácil reutilización por parte de la sociedad (Ley Modelo Interamericana 2.0 de acceso a la información pública, 2020).

En las Directrices de Transparencia activa y datos abiertos del Archivo Nacional costarricense, se desarrolla el tema de la siguiente forma:

Se considera que la transparencia activa –gracias también al desarrollo y la implantación generalizada de las tecnologías de la información y las comunicaciones– proporciona una difusión más rápida e igualitaria de la información a un público más amplio, sin necesidad de tramitar y dar respuesta a las solicitudes. De hecho, el aumento progresivo de la información que se divulga de forma proactiva permite aminorar el número de solicitudes que debe procesar la autoridad pública (ya que la información que se solicita puede encontrarse ya disponible), lo cual a su vez puede redundar en una reducción de los costos del sistema de transparencia. Por otro lado, favorece la actualización regular de la información publicada, lo que permite satisfacer de mejor manera las necesidades de información que requieren los ciudadanos y residentes de un determinado país para ejercer sus derechos y cumplir con sus obligaciones. La transparencia activa puede estimular, además, el uso y reutilización de la información, proporcionando una materia prima para en-

riquecer el debate público y los procesos participativos, contribuir a un periodismo de calidad y respaldar la innovación y nuevas oportunidades de negocio (véanse, en este sentido, las Directrices G02/D03/G - Reutilización de la información) (Archivo Nacional de Costa Rica, 2014, p. 6).

Finalmente se debe indicar que junto con los principios desarrollados (a criterio del autor orientadores del tema del acceso a la información, libertad de expresión, transparencia y rendición de cuentas en su marco general), se encuentran otros principios igualmente importantes y complementarios, los cuales únicamente se mencionan: el principio de eficiencia; de razonabilidad y proporcionalidad; de responsabilidad; de regularidad; de justicia pronta y cumplida; entre otros (Piza, Piza y Navarro, 2008).

Se deben mencionar otros principios propios del derecho de acceso a la información, que derivan de la interpretación y aplicación de la Convención Americana de Derecho Humanos, y que han sido desarrollados por la Corte Interamericana de Derechos Humanos y en Costa Rica por la Sala Constitucional, éstos son: principio de máxima divulgación; carga probatoria para el Estado en caso de establecer limitaciones al acceso a la información; principio de preeminencia del derecho de acceso a la información en caso de conflicto o de falta de regulación, toda persona es titular del derecho; obligación de responder de manera oportuna, completa y accesible; principio de acceso a la justicia, obligación de contar con un recurso judicial idóneo y efectivo para la negativa de entrega de información; principio de reserva legal; no censura a información y respeto al principio de buena fe en la información periodística; interdependencia de derecho a la información con otros derechos fundamentales; gratuidad; principio de buena fe y transparencia activa. Estos principios fueron desarrollados en la ponencia de la Magistrada de la Sala Constitucional, Nancy Hernández que se encuentra publicada en el

Documento del Taller de Alto Nivel, Acceso equitativo a la información pública, organizado por el Departamento de Derecho Internacional de la Secretaría de Asuntos Jurídicos de la Organización de Estados Americanos, CONAMAJ, Presidencia de la República de Costa Rica, *Foreign Affairs, trade and Development Canadá, Affaires étrangères, Commerce et Développement Canadá* y realizado en Costa Rica, los días 11 y 12 de setiembre del 2013.

En el Dictamen del Expediente N°. 20.799, en su artículo 3 se agrega toda una serie de principios de relevancia en esta materia: transparencia; facilitación; rendición de cuentas; no discriminación; oportunidad; control; responsabilidad; gratuidad; relevancia; libertad de información; máxima publicidad; disponibilidad; calidad de la información; celeridad y oportunidad; uso de las tecnologías de la información; eficacia y veracidad de la información; y responsabilidad en el uso de la información (Proyecto de Ley General de Acceso a la información pública y transparencia, Expediente N°. 20.799).

Es importante reiterar que la libertad de expresión implica el derecho de toda persona a la libertad de pensamiento y de expresión. El contenido esencial de este derecho comprende la libertad de buscar, recibir y difundir informaciones e ideas de toda índole, sin consideración de fronteras, ya sea oralmente, por escrito o en forma impresa o artística o por cualquier otro procedimiento de su elección. Así el artículo 29 constitucional costarricense señala: “Todos pueden comunicar sus pensamientos de palabra o por escrito, y publicarlos sin previa censura; pero serán responsables de los abusos que comentan en el ejercicio de este derecho, en los casos y del modo que la ley establezca” (Constitución Política de Costa Rica, 1949, artículo 29). Y así está establecido además en el artículo

19 de la Declaración Universal de Derecho Humanos, al manifestar:

Todo individuo tiene derecho a la libertad de opinión y de expresión; este derecho incluye el de no ser molestado a causa de sus opiniones, el de investigar y recibir informaciones y opiniones, y el de difundirlas, sin limitación de fronteras, por cualquier medio de expresión (Declaración Universal de Derechos Humanos de 1948).

Valga indicar que los principios generales que derivan de la libertad de expresión y del derecho de acceso a la información pública servirán para interpretar, integrar y delimitar el campo de aplicación de estos derechos fundamentales.

3.3 Aspectos novedosos que incluye la ley Modelo Interamericana 2.0 de Acceso a la Información Pública de la Organización de Estados Americanos (OEA)

Con la aprobación por parte de la OEA de la Ley Modelo Interamericana 2.0 de acceso a la información pública del 2020, (en adelante Ley Modelo 2.0) se crea una normativa general y uniforme que puede ser utilizada por los distintos países de la organización como un manual o guía para la redacción de las leyes internas de acceso a la información y transparencia. El Departamento de Derecho Internacional de la OEA constituyó un equipo de trabajo, que reunía a un grupo de expertos en la materia y representantes de la sociedad civil. En este contexto los Estados Miembros han contribuido en el debate y redacción del documento para que se reflejen las normas internacionales y buenas prácticas sobre acceso a la información.

Entre sus antecedentes se encuentra la realización de talleres con instituciones públicas, puntos focales del Programa Interamericano de Acceso a la Información Pública, organizaciones de la sociedad civil y de la academia

provenientes de 12 países de la región, además de la Relatoría para la Libertad de Expresión, de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos y la Comisión Interamericana de Mujeres. La sociedad civil estuvo representada entre otros por la Alianza por la Libertad Expresión e Información, red que reúne a 22 organizaciones.

Los temas abordados incluyen: facultades y atribuciones de los órganos garantes del acceso a la información pública, el régimen de excepciones, el acceso a la información pública en el marco del Poder Judicial, la gestión documental y archivos, la transparencia activa y el acceso a la información pública en el marco de los partidos políticos, fideicomisos, sindicatos y otros sujetos.

El contenido de la Ley Modelo 2.0 de acceso a la información pública es: I. Definiciones. Alcance y derecho de acceso e interpretación. II. Medidas para promover la apertura. III. Acceso a la información que obra en poder de las autoridades públicas. IV. Régimen de excepciones. V. Apelaciones. VI. Órgano garante. VII. Medidas de promoción y cumplimiento. VIII. Medidas transitorias. Anexos.

En el Capítulo I, artículo primero “Definiciones” se incluyen: actividad de interés públicos, altos funcionarios, autoridad pública, documentos, fondos públicos, gremio, información, información personal, oficial de información, organización sin fines de lucro, partido político, publicar y terceros interesados. Este tipo de apartado de definiciones es muy común en normativa general, pero en la mayoría de ocasiones es muy limitado o restrictivo, por tal motivo, desde el punto de la técnica legislativa, no es conveniente incluir en normativa general definiciones, salvo que sea necesaria para una mejor interpretación y comprensión del ciudadano. Se entiende que en la Ley Modelo 2.0 se incorporen estas definiciones pues esta es una Guía o Manual de acceso a la información para los diferentes países que conforman la organización.

Valga destacar que en el artículo 1 de la Ley Modelo se incluyen nuevos conceptos, que no estaban contemplados en otra normativa de la OEA:

c) “Partido Político” se refiere a las entidades de interés público con personalidad jurídica y patrimonio propios, reconocidas por el marco jurídico nacional, que tienen como fin promover la participación del pueblo en la vida democrática, contribuir a la integración de los órganos de representación política y, como organizaciones de ciudadanos, hacer posible el acceso de estos al ejercicio del poder público.

d) “Gremios” se refiere a la asociación de personas y/o empresas que realizan la misma labor y que tienen como objetivo principal el apoyo mutuo, en el que se busca el bienestar del grupo al que representa.

e) “Organizaciones sin fines de lucro” se refiere a las entidades que cuentan con reconocimiento del Estado, que ejercen actividades orientadas a satisfacer el interés público, cuyo fin no es el lucro, que cuentan con una misión específica y son independientes del Estado.

(...) h) “Actividad de Interés Público” se refiere a aquellas materias o áreas de gestión que debiesen ser resueltas en decisiones políticas gubernamentales, en cualquiera de los niveles de organización política administrativa, legislativa o judicial, que buscan satisfacer el máximo interés de la comunidad.

i) “Fondos Públicos” se refiere a los recursos financieros, ya sean de caracteres tributarios o no tributarios, que se generan, obtienen u originan por el Estado, independiente de quien los ejecute (Ley Modelo Interamericana 2.0 de acceso a la información pública, 2020).

Otro tema fundamental es el alcance y finalidad de la Ley Modelo 2.0:

1. Esta Ley establece la más amplia aplicación posible del derecho de acceso a la Información que esté en posesión, custodia o control de cualquier Autoridad Pública, Partido Político, Gremio y Organización Sin Fines de Lucro y se basa en los principios pro homine e in dubio pro actione, de acuerdo con los cuales debe buscarse la interpretación más favorable al ejercicio de ese derecho. 2. Esta Ley se basa también en el principio de máxima publicidad, de tal manera que cualquier Información en manos de los sujetos obligados sea completa, oportuna y accesible, sujeta a un claro y preciso régimen de excepciones que deberán estar definidas por ley y ser además legítimas y estrictamente necesarias en una sociedad democrática (...) (Ley Modelo Interamericana 2.0 de acceso a la información pública, 2020).

Del mismo modo, en el artículo 2 de la Ley Modelo 2.0, se incluye un inciso 3) que establece el ámbito de aplicación de esta ley indicando que va dirigida a toda Autoridad Pública perteneciente a cualquiera de las ramas del gobierno (poderes ejecutivo, legislativo y judicial) y a todos los niveles de la estructura gubernamental (central o federal, regional, provincial o municipal); a los órganos, organismos o entidades independientes o autónomos de propiedad del gobierno o controlados por el mismo, ya sea actuando por facultades otorgadas por la Constitución o por otras leyes; y a Fondos Públicos, así como a cualquier persona física o moral que reciba y ejerza recursos o beneficios públicos o realice actos de autoridad en el ámbito nacional o federal. Se incluye en la aplicación de esta ley también a las organizaciones privadas, partidos políticos o movimientos de esa índole, gremios, sindicatos y organizaciones sin fines de lucro (incluidas las organizaciones de la sociedad civil), las cuales deberán responder a las solitu-

des de Información con respecto a los fondos o beneficios públicos recibidos o a las funciones o servicios públicos desempeñados (Ley Modelo Interamericana 2.0 de acceso a la información pública, 2020).

En este sentido, la Ley Modelo, es amplia en el ámbito de cobertura de las instituciones que están obligadas a brindar la información de carácter público.

El artículo 3 de la Ley Modelo 2.0 incorpora el concepto y ámbito de aplicación del derecho de acceso a la información pública, en criterio del autor, uno de los contenidos más completos y claros para los ciudadanos o administrados sobre este derecho fundamental y que le brinda mayor relevancia:

Artículo 3.- Derecho de acceso a la Información pública. 1. Toda persona que solicite Información a cualquier Autoridad Pública que esté comprendida por la presente Ley tendrá los siguientes derechos, sujetos únicamente a las disposiciones del Capítulo IV de esta Ley: a) a ser informada si los documentos que contienen la Información solicitada, o de los que se pueda derivar dicha Información, obran o no en poder de la Autoridad Pública; b) si dichos Documentos obran en poder de la Autoridad Pública que recibió la solicitud, a que se le comunique dicha Información en forma expedita; c) si dichos documentos no se le entregan al solicitante, a apelar la no entrega de la Información; d) a realizar solicitudes de Información en forma anónima; e) a solicitar Información sin tener que justificar las razones por las cuales se solicita; f) a no ser sujeto de cualquier discriminación que pueda basarse en la naturaleza de la solicitud; y g) a obtener la Información en forma gratuita o con un costo que no exceda el generado por la reproducción de los documentos. 2. El solicitante no será sancionado, castigado o procesado por el

ejercicio del derecho de acceso a la Información. 3. El Oficial de Información deberá hacer esfuerzos razonables para ayudar al solicitante en relación con la solicitud, responder a la solicitud de forma precisa y completa y, de conformidad con la reglamentación aplicable, facilitar el acceso oportuno a los Documentos en el formato solicitado. 4. El Órgano Garante deberá hacer esfuerzos razonables para ayudar al solicitante en relación con un recurso de apelación interpuesto ante una negativa de divulgación de Información (Ley Modelo Interamericana 2.0 de acceso a la información pública, 2020).

Esta norma se establece como un parámetro normativo, que incluye el contenido esencial de este derecho fundamental a ser informado por parte de la autoridad pública en forma inmediata, cuando se está frente a información de carácter público. En este sentido, incluye aspectos interesantes como: entrega de la documentación, realización de solicitudes de información anónimas, solicitar información sin tener que justificar el pedido, a que la persona no sea discriminada por su solicitud de información, a obtener la información en forma gratuita, que no sea sancionado por la solicitud de información, la creación de un Oficial de Información en la organización pública que colabore en que se brinde una respuesta precisa y completa.

Un último aspecto a resaltar en esta norma, es el órgano garante que participará en la gestión de un recurso de apelación ante la negativa de información. Otros temas importantes de esta normativa, de reciente aprobación por la OEA, serán objeto de estudio en próximas publicaciones, en razón de que se debe prestar atención al análisis del Proyecto de Ley General de acceso a la información y transparencia en la Asamblea Legislativa costarricense.

Antes bien, en forma resumida se pueden mencionar otros aspectos incluidos en la Ley Modelo 2.0 de acceso a la información pública:

- Cuando varias instituciones tengan competencia sobre acceso a la información pública y protección de datos personales, debe procurarse su cercana coordinación a efecto de que ambos derechos sean protegidos de manera armónica.
- Adopción de esquemas de publicación. Por esquema de publicación se entiende un instrumento del que disponen los sujetos obligados para determinar qué tipo de información se publicará de manera pro activa, ordenada y oportuna, y la forma en que lo hará, de tal manera que permita la reutilización de dicha información por parte de la sociedad con el objetivo que la esta sea compartida entre un mayor número de personas, y con el fin de atender las necesidades de conocimiento útil más relevantes que sean competencia de cada sujeto obligado (Comité Jurídico de la OEA).
- Introducción de normas sobre accesibilidad para personas en condiciones de vulnerabilidad, participación ciudadana, políticas de género.
- Los Estados deben garantizar que los Órganos Garantes cuenten con el presupuesto adecuado para poder cumplir con el mandato de velar por el respeto al derecho de acceso a la información pública y demás atribuciones dadas por esta Ley (Comité Jurídico).

3.4 Avance en el proceso legislativo del proyecto de Ley General de Acceso a la Información Pública. Expediente N° 20.799

3.4.1 Datos de la presentación y trámite legislativo

El Proyecto de Ley General de Acceso a la información pública y transparencia, Expediente N°. 20.799, presentado por la Diputada Carmen Chan Mora, fue iniciado el 01 de mayo

del 2018 y publicado el 28 de junio del 2018 en la Gaceta N°. 116, Alcance Número 124. Esta iniciativa legislativa ha pasado por varias comisiones, entre ellas: la Comisión Permanente de Asuntos Jurídicos, la Comisión Permanente Especial de Asuntos Municipales y Desarrollo Local Participativo, y la Comisión Especial que se encargará de analizar, estudiar, proponer y dictaminar las reformas legales con respecto al desarrollo de la infraestructura del país, el Expediente Legislativo N°. 20.993 (conocida como Comisión de Infraestructura). En esta última Comisión Especial se dictaminó. La recepción en Plenario fue el 18 de noviembre de 2020 e ingresó al orden del día del Plenario el 23 de noviembre de 2020. Posteriormente se presentaron 27 mociones 137 que fueron conocidas por la Comisión de Infraestructura el 21 de setiembre de 2021, correspondientes al primer día de mociones 137. El Plenario recibió el informe de mociones 137 el 23 de setiembre del 2021 y en esta etapa del proceso legislativo se encuentra actualmente.

3.4.2 Justificación del proyecto de ley y exposición de motivos

La justificación e importancia del proyecto de ley es evidente. Costa Rica es uno de los pocos países de América Latina que no tiene una Ley marco de acceso a la información pública y esto, en criterio del autor, es urgente.

Además de desarrollar una garantía fundamental como lo es el derecho de acceso a la información pública, la ley es un instrumento de transparencia y lucha contra la corrupción en el ámbito público y privado, tema que ha estado presente en el ámbito noticioso del país, por ejemplo con casos como el Cementazo, Cochinitilla (funcionarios de Conavi involucrados con las empresas Meco y H. Solís); Diamante (alcaldes municipales); Azteca, entre muchos otros. Estos casos constituyen golpes fuertes al Estado social democrático y de Derecho y a la transparencia administrativa.

En la exposición de motivos del Expediente N°. 20.799, se expresan algunas ideas que dan sustento a la propuesta de la Diputada Chan, entre ellos: la importancia de la jurisprudencia de la Sala Constitucional costarricense y de la Corte Interamericana de Derechos Humanos en materia de acceso a la información pública, la promoción de la observancia y la defensa de los derechos humanos por parte del Sistema Interamericano de Derechos Humanos, el artículo 13 de la Convención Americana de Derechos Humanos, el artículo 19 de la Declaración Universal de Derechos Humanos, el fundamento constitucional del acceso a la información en Costa Rica (del cual se hizo mención en apartados anteriores), mención de la Sentencia Claude Reyes y otros contra Chile de la Corte Interamericana de Derechos Humanos, la relación jurídico pública entre Administraciones Públicas y los administrados, la relevancia del acceso a la información pública en el Estado social, democrático y de Derecho, el principio de participación ciudadana; el planteamiento del concepto de la “Casa de cristal”, que deviene del autor italiano Turati y que también ha sido desarrollado por la Doctrina comparada y por la Sala Constitucional, entre otros aspectos.

Se debe indicar que, para estudiar este Proyecto de Ley General, era importante revisar lo desarrollado por la Ley Modelo de acceso a la información 2.0 de la OEA, pues algunas de las disposiciones de su contenido fueron tomadas en cuenta en el proceso de discusión de la Asamblea Legislativa.

3.4.3 Temas relevantes del contenido del proyecto de Ley General de Acceso a la Información Pública y Transparencia. Análisis de su contenido (Dictamen de la Comisión de Infraestructura, setiembre 2021)

En el estudio del contenido del proyecto, se utilizará la redacción final con las 3 mociones 137 aprobadas en su primer día (Reglamento

de la Asamblea Legislativa). La iniciativa está compuesta por cuatro capítulos, denominados: I. Disposiciones generales, II. Derecho al acceso a la información pública, sujetos obligados, procedimiento y límites, III. Transparencia y gobierno abierto y IV. Disposiciones finales.

En el Capítulo I, se desarrollan los temas relativos a: objeto, definiciones, principios que rigen derecho a la información y transparencia, y fines de la ley. Interesa hacer mención del artículo 1 que manifiesta literalmente que: “el objeto de la presente ley, es garantizar que toda persona física o jurídica, ejerza el derecho de acceso a la información pública y transparencia ante la Administración Pública, derivada de sus órganos, entes, o empresas públicas, conforme a las disposiciones de esta ley, al artículo 13 de la Convención Americana de Derechos humanos y el 19 del Pacto Interamericano de Derechos Humanos”. El objeto está muy claro para la Ley General de acceso a la información pública y es garantizar el ejercicio de este derecho frente a las Administraciones Públicas, sustentados en los artículos de la Convención Americana y en el Pacto Interamericano de Derechos Humanos. En este sentido, parece que hace falta la cita del artículo 30 de la Constitución Política de la República de Costa Rica que regula el libre acceso a los departamentos administrativos en busca de información pública.

En cuanto a las definiciones que agrega el artículo 2 de la iniciativa, se observan: derecho de acceso a la información administrativa, documentos de carácter público, información oficiosa, órgano garante, recursos administrativos y jurídicos, secreto de Estado (se constituye en un límite al acceso a la información pública y que está regulado en el artículo 30 constitucional antes mencionado), peticionario o petente, cultura de acceso a la información pública. En cuanto a los principios, los mismos ya fueron citados en el apartado anterior.

Y finalmente, en el primer capítulo se establecen los fines de la ley: garantizar a toda

persona el derecho de acceso a la información pública y la transparencia, mediante la aplicación de procedimientos establecido en esta ley, propiciar y promocionar la transparencia en la gestión pública mediante difusión de la información que generen los sujetos obligados, impulsar la rendición de cuentas en los órganos, entes y empresas públicas y sujetos obligados de derecho privado indicados en esta ley; promoción de la participación ciudadana en el control de la gestión gubernamental y vigilancia sobre el ejercicio de la función pública en cuanto al acceso a la información pública y la transparencia, modernizar la organización de la información pública y la transparencia, entre otros.

Como se observa, este capítulo establece los aspectos base de toda ley, en especial su objeto, conceptos, principios y fines. Se considera que tiene disposiciones que se ajustan a la normativa nacional e internacional sobre acceso a la información pública pero también recoge una serie de conceptos o figuras jurídicas que han sido desarrolladas especialmente por la Sala Constitucional. Se sigue una buena técnica legislativa, con normas claras, precisas y de comprensión por parte de los administrados o ciudadanos.

En el Capítulo II se hace referencia a los sujetos obligados, incluyendo el concepto amplio de Estado y adicionando algo novedoso que son los organismos internacionales con representación en el país, aspecto del cual no hay suficiente claridad. Se considera que estos organismos podrían dar la información si tienen alguna incidencia en el ámbito público o que realicen tareas o funciones con fondos públicos. Igualmente, se recoge el criterio jurisprudencial de que las personas jurídicas de derecho privado que reciban por donación o transferencia, fondos públicos o ejerzan alguna función o potestad pública de forma temporal o permanente, referente a la prestación de servicios públicos o concesión de obra pública son sujetos obligados. En este punto, se recomienda incluir las perso-

nas físicas de derecho privado que reciban o administren fondos públicos, por ejemplo, algún proyecto de consultoría o asesoría.

Otro de los temas de mayor importancia en esta materia son los límites al derecho de acceso a la información pública que tanto la doctrina como la jurisprudencia nacional y extranjera consideran, son reserva de ley o constitucional y su aplicación es excepcional, pues el principio general es el libre acceso a la información pública.

Entre los límites que se enumeran taxativamente se incluye: información declarada como secreto de Estado, documentos y comunicaciones privadas, datos sensibles, datos confidenciales, datos personales, la información resguardada y protegida por el derecho a la intimidad, honor, la fe religiosa, a la propia imagen, el origen racial, su domicilio, y sus comunicaciones escritas y electrónicas, así como archivos médicos cuya divulgación constituiría una invasión a la privacidad de la persona; información cuya divulgación ponga en riesgo la vida, la seguridad o la salud de cualquier persona; prevención, investigación y sanción de los ilícitos penales, administrativos o disciplinarios, datos personales que requieran el consentimiento de los individuos para su difusión, secreto profesional, comercial, industrial, fiscal, económico, bancario, fiduciario y propiedad intelectual; información acumulada para prevención e investigación de delitos, investigaciones preliminares de carácter judicial o administrativa; información contenida en el expediente administrativo o judicial será confidencial, salvo para las partes, los representantes o cualquier abogado, de conformidad con lo estipulado en el art 272. 1 de la Ley General de la Administración Pública; información de carácter tributario contenida en los expedientes administrativos de carácter individual, que no sea de interés público o para fines estadísticos; patentes y derecho de autor; estudios y auditorías; lo relativo a estudios e investigaciones

sobre procesos disciplinarios, los expedientes en trámite y las resoluciones administrativas.

En su mayoría, los límites que menciona el artículo 6 se ajustan a la normativa internacional y a la Ley 2.0 de la OEA, pero se tienen dudas en cuanto a los estudios y auditorías, porque estos se constituyen más bien en instrumentos de prevención contra irregularidades administrativas, de actos de corrupción o transgresión del ordenamiento jurídico, entre otros. La interpretación y aplicación de estos límites se hará en forma restrictiva, según se dispone en la norma de cita.

Otro tema que se incluye en este segundo capítulo, es la creación de oficinas de acceso a la información pública y transparencia, pero se plantea facultativo para las instituciones obligadas en el artículo 5 de esta ley, al indicar en el artículo 7 que: “(...) podrán crear comités de acceso a la información pública y transparencia, de acuerdo a las capacidades administrativas y presupuestarias. Se podrán establecer estos comités, según la estructura administrativa de cada institución, utilizando las unidades existentes como las contralorías de servicio o las auditorías internas. Las funciones que cumplan dichos comités, serán reguladas por el reglamento de esta ley”.

En el Decreto Ejecutivo Número 40200-MP-MEIC, en su artículo 12 se crea el oficial de Acceso a la Información e indica:

Cada jerarca institucional deberá designar en su dependencia a un Oficial de Acceso a la Información, en adelante OAI. Dicha designación recaerá sobre la Contraloría de Servicios de la institución, o en su defecto, sobre otro funcionario de la institución.

El Oficial de Acceso a la Información tendrá la competencia para atender las quejas relacionadas con la falta de atención de las solicitudes de información pública presentadas ante instancias internas

de la institución, regulado del 3 al 11 de este Decreto.

El Oficial de Acceso a la Información deberá incluir en su informe anual de labores los datos estadísticos y acciones en torno al derecho de acceso a la información pública y deberá poner en conocimiento del Oficial de Simplificación de Trámite dicha información. Además el OAI deberá coordinar los procesos de acceso a la información pública y transparencia proactiva con los departamentos y/o direcciones de Tecnologías de Información, Planificación Institucional y Comunicación (Decreto Ejecutivo Número 40200-MP-MEIC, del 27 de abril de 2017).

En esta norma se incluyen funciones de los Comités en cuanto a garantizar la medidas y condiciones de accesibilidad. Además, cada una de las instituciones obligadas podrá (facultativo) disponer de una página electrónica institucional para la formulación y atención de solicitudes de información. Finalmente se establece un recurso de apelación ante la Defensoría de los Habitantes que debe resolver en un plazo de cinco días a partir de su recepción, con el objetivo de garantizar el acceso a la información de los administrados. Se incluye el acceso gratuito a la información pública (artículo 8), sujetos legitimados para solicitar información de carácter público (artículo 9), plazo para la entrega de la información (artículo 10), procedimiento de acceso a la información pública y modo de exigencia máxima (artículo 11), calidad de la información (artículo 12) y prohibición de discriminación por acceso a la información (artículo 13).

Es necesario retomar algunos aspectos de este segundo capítulo, como los sujetos legitimados para solicitar la información, que en criterio del autor, son todos los habitantes de la República (nacionales o extranjeros), además las personas jurídicas públicas o privadas, pues se trata de información de naturaleza pública, que debe de ser de acceso para todas y todos, donde debe prevalecer la transparencia activa.

Otro punto de importancia y de discusión es el de establecer un plazo de entrega de la información (artículo 10), pues se considera que si se trata de información pública debe estar accesible inmediatamente. Ahora bien, si se trata de sistematizar, elaborar u ordenar la información, ya sea por su especialidad o por su cantidad, ese plazo sí sería razonable. Está claro que, si se trata de información pura y simple, debe entregarse al solicitante inmediatamente o enviarse por un medio digital. En otro aspecto del contenido de la norma, no se comprende por qué establecer un plazo menor si la solicitud la realiza un medio de comunicación o prensa, pues lo que debe imperar en materia de acceso la información pública es el principio de igualdad y no discriminación. Se trata del ejercicio de un derecho fundamental por cualquier persona (física o jurídica) o habitante.

En el contexto actual, en el que se está tratando de disminuir o eliminar trámites administrativos, se agrega un procedimiento especial para el acceso a la información, cuando esto debe ser un trámite simple e inmediato. Se comprende el esfuerzo realizado con esta iniciativa, pero se debe buscar lo más accesible para los administrados. El artículo 11 del proyecto de ley dice literalmente:

Artículo 11- Procedimiento de acceso a la información pública y modo de exigencia máxima.

El procedimiento de acceso a la información de carácter público, se hará mediante una solicitud expedida para tal efecto por el sujeto obligado, que estará regulada en el reglamento de esta ley, y deberá ser entendible, sencilla, concreta y clara conforme al artículo 18 de esta ley.

La información podrá ser requerida por medios electrónicos, escritos según el interés o facilidad para el peticionario.

La máxima exigencia que se le puede solicitar en el documento de acceso a la

información a cualquier persona física o representante de una persona jurídica, es la siguiente:

- a) El nombre del solicitante y apellidos.
- b) Número de cédula o cédula jurídica.
- c) Domicilio o lugar de notificación.
- d) El tipo de información requerida por el solicitante o peticionario
- e) Sujeto obligado al que va dirigida la información conforme al artículo 5 de esta ley.
- f) La fecha y la firma

Si el contenido de la solicitud omite alguna información señalada en los incisos de este artículo, se le hará una prevención al solicitante para que, en un plazo de tres días contados a partir de la notificación, complete o aclare la solicitud.

El peticionario o solicitante podrá expresar en la solicitud su voluntad de ser notificado mediante comunicación electrónica para todas las actuaciones y resoluciones del procedimiento de acceso a la información; señalando una dirección de correo electrónico habilitada.

La información será requerida en el idioma oficial de la Nación (Proyecto de Ley Expediente 20.799)

Con respecto a este artículo, el criterio del autor es que las instituciones públicas deben elaborar un formulario de solicitud de información para aquellos ciudadanos que acuden a sus instancias en forma presencial y no llevan escrita la solicitud, sino que la hacen en forma verbal. Este aspecto facilita la gestión del interesado. Otro asunto importante es incluir la solicitud electrónica, sin embargo se debe tener claro que no todos los administrados tienen firma electrónica y eso es uno de los requerimientos exigidos en la solicitud de petición de información por medios digitales (aunque en el texto

analizado solo se hace mención de firma). Estas situaciones deben ajustarse en el procedimiento para no hacer más complicada una solicitud de información del administrado.

Finalmente, en este segundo capítulo se encuentran dos normas referentes a la calidad de la información (artículo 12) y prohibición de discriminación por acceso a la información (artículo 13). Ambas disposiciones son importantes para garantizar que el ciudadano tenga una información exacta, adecuada y veraz, como de igual manera se establece en el artículo 46 párrafo último de la Constitución Política. En cuanto a la prohibición de discriminación, esta norma se ve sustentada también en el artículo 33 de la Carta Magna, que hace referencia al principio de igualdad y no discriminación.

El Capítulo III sobre “Transparencia y Gobierno Abierto”, en criterio del autor, se constituye en uno de los aportes más relevantes de esta iniciativa, pues incluye un listado de la información que tiene carácter público, en los sujetos obligados a brindar la información. Esto es un parámetro importante que deriva tanto de los proyectos de ley que han sido presentados en la Asamblea Legislativa y que están archivados, de lo regulado actualmente por la Ley modelo de acceso a la información 2.0 de la OEA, de la legislación comparada, y de los votos de la Sala Constitucional costarricense. Aunque se considera que las listas mencionadas en este capítulo deben ser tomadas como “*numerus apertus*”, es decir, que en cualquier momento se puedan introducir otros supuestos de información de carácter público que no hayan sido incluidos en la Ley y que podrían incluirse vía decreto ejecutivo, ya sea, al reglamento a la ley o con modificaciones a esta misma normativa reglamentaria.

En el artículo 14 se incluyen los supuestos de información de carácter público de la Presidencia de la República, órganos desconcentrados, instituciones autónomas y semiautónomas y empresas públicas: el Plan de Gobierno, el Plan Nacional de Desarrollo, y los planes regio-

nales o sectoriales, inversión presupuestaria en obras públicas; nombre, denominación o razón social y el registro de los contribuyentes a los que se les hubiera cancelado o condonado algún crédito fiscal; información estadística sobre las exenciones previstas en las disposiciones normativas fiscales o legislación tributaria; concesionarios y los adjudicatarios de las diferentes modalidades de contrataciones administrativas, salario bruto de todos los funcionarios públicos, información referente al Servicio Exterior, entes u órganos públicos que establecen tarifas y regulan precios deberán explicar y justificar a las personas físicas o jurídicas que lo requieran, las fórmulas y metodologías matemáticas y toda aquella que sea marco para el establecimiento de tarifas y precios que los afecte; permiso, concesión o licitación que se otorgue a una persona física o jurídica, pública o privada, consultorías, viajes al exterior, actas de las sesiones del Consejo de Gobierno; nombramientos de funcionarios públicos; cursos y becas de los funcionarios públicos, vetos totales o parciales decretados por el Poder Ejecutivo; información sobre puesto de Bolsa, registro de personas que ingresan a la Presidencia, dependencias administrativas y Ministerios, lista actualizada de Grandes Contribuyentes y Grandes Empresas Territoriales que reportan pérdidas o utilidades iguales a cero en el anterior año fiscal, entre otros. Como se observa, el listado es muy amplio y recoge muchos supuestos que han sido desarrollados en la jurisprudencia de la Sala Constitucional y en legislación comparada.

El artículo 15 incluye la información de carácter público de la Asamblea Legislativa, e indica la obligación de divulgar de manera oficiosa y periódica y de forma obligatoria cuando alguna persona requiera la información. En esta disposición se incluyen los siguientes: actas, acuerdos, mociones, listas de asistencia y votación de las comisiones y de las sesiones del Plenario, identificando el sentido del voto, en votación ordinaria, y por cada legislador en la

votación nominal y el resultado de la votación, y documentos que se encuentre en los expedientes legislativos, excepto cuando se trate de comisiones de investigación o de una investigación en proceso, en una comisión de la Asamblea Legislativa con competencias de control político o carácter investigativo, al encontrarse en proceso el informe respectivo. Una vez presentado el informe o dictamen, se podrá obtener la información cuando lo solicite el interesado, registro de ingreso de personas a los despachos de los Diputados, información del registro de ingreso y salida del país de los diputados, cuando se trate de asuntos propios del cargo, registro de los proyectos de ley presentados por la Asamblea Legislativa por cada diputado, por el Poder Ejecutivo y de iniciativa popular, el registro de los proyectos de ley aprobados o improbados, las actas del Directorio Legislativo; la relativa a los miembros que conforman los órganos legislativos desde el acto inicial de nombramiento e instalación de dichos órganos cada año y cuando exista una renuncia, permuta, sustitución o permiso o cuando alguna persona lo requiera; las convocatorias a sesiones ordinarias y extraordinarias, los vetos del Poder Ejecutivo; las intervenciones sobre el control político conforme a lo estipulado en el reglamento de la Asamblea Legislativa y en las publicaciones respectivas en medios de información, cuando la información sea dirigida a un legislador, el salario bruto y el respectivo cargo de los funcionarios legislativos y el de los diputados, el registro de uso de los vehículos discrecionales y oficiales con la información específica de cada viaje en el interior del país; los gastos de representación y los rubros en gasolina de los Diputados, la lista y el número de los permisos en comisiones y plenario de los legisladores.

Como se observa, los supuestos son amplios, pero podría surgir alguna otra información de carácter público que no se encuentre en estos supuestos, por tal motivo, debe tomarse en consideración incluir otros supuestos

en el reglamento a esta ley o al menos facilitar su inclusión.

El artículo 16, se refiere a la información de carácter público a cargo de las Municipalidades que deben divulgar de manera oficiosa y periódica, y de forma obligatoria este tipo de información, entre las cuales incluye: acuerdos del concejo municipal; actas de las sesiones del Concejo Municipal, el registro de asistencia de los miembros del concejo; las iniciativas, resoluciones y proyectos del municipio, asimismo aplicará esta disposición para las comisiones que se constituyen a lo interno de las municipalidades para diferentes actividades o fines; información sobre el contrato de concesión, permiso, autorización y convenios celebrados por las municipalidades con personas físicas y jurídicas, públicas o privadas, nacionales y extranjeras; información sobre donaciones, cesión, traspaso, inversión, venta, o acto administrativo aprobado por el concejo municipal o negocio que lleven a cabo las municipalidades, con las excepciones establecidas en este artículo; la información sobre los convenios y las alianzas públicas-privadas que celebren las municipalidades con sujetos públicos o privados, nacionales o extranjeros; registro de los bienes muebles e inmuebles patrimonio de la municipalidad, y de los permisos o concesiones de los bienes inmuebles que se encuentren en las áreas de dominio público, y/o la zona marítimo terrestre; registro o lista de los puestos y salarios brutos de los empleados de la municipalidad respectiva, así como las contrataciones de personal, servicios profesionales y consultorías.

Igualmente, en esta disposición se establecen límites de acceso a la información, como son: lo relativo al secreto profesional, económico, tributario, o propiedad intelectual e industrial; datos personales (sensibles, confidenciales) y los expedientes administrativos en proceso de resolución. En materia tributaria sólo se tendrá acceso a la información para fines estadísticos.

En cuanto a los expedientes que contienen procedimientos administrativos, las partes tendrán acceso a la información del expediente administrativo, así como cualquier abogado, y en el caso de terceros interesados, tendrán acceso únicamente a la información de carácter pública cuando esté en trámite y cuando la resolución o acto sea definitivo.

Este listado de información de carácter público de las Municipalidades toma en cuenta en su ejercicio las competencias constitucionales y legales de las corporaciones municipales.

El artículo 17 se refiere a la información de carácter público de la Corte Suprema de Justicia, donde se establecen una serie de supuestos de relevancia en la actividad administrativa de la Corte, entre estos, se detallan los siguientes: copia o reproducciones de las actas y acuerdos de las sesiones ordinarias y extraordinarias de la Corte Plena y del Consejo Superior del Poder Judicial; la relativa a los procesos de elecciones y evaluación de magistrados y jueces; las resoluciones por las que se proponga ternas de candidatos para los cargos de los Magistrados propietarios o suplentes de la Corte Suprema de Justicia; la información sobre los programas, proyectos y planes del Poder Judicial relativos a la modernización o inversiones en la organización del Poder Judicial, en obras e infraestructura, capacitación, cursos y becas; la relativa al cumplimiento de las metas y objetivos institucionales; la relativa a los salarios brutos y puestos de los funcionarios del Poder Judicial; la relativa a los viajes de todos los funcionarios del Poder Judicial, incluyendo los magistrados, en la que se deberá contemplar el costo, evento o actividad, la duración y el beneficio para el país, cuando alguna persona lo requiera; y el registro del uso de vehículos y gastos de representación.

Sobre esta enumeración de supuestos de información de carácter público, se reafirma lo indicado desde el inicio sobre la facilitación a la inclusión de otros supuestos, y no se siendo una lista restrictiva, sino que a través del reglamento

a la ley se puede incorporar otros supuestos. En esta norma, que regula a la Corte Suprema de Justicia, se deben tomar en cuenta las competencias y funciones constitucionales que tiene el Poder Judicial y la importancia de su independencia en su organización administrativa. Todo esto, respetando los derechos fundamentales de los administrados, entre ellos, el acceso a la información pública.

Y finalmente, el artículo 18 que regula los supuestos de información de carácter público del Tribunal Supremo de Elecciones, donde se establece la facultad de divulgar de manera oficiosa y periódica información y en forma obligatoria cuando cualquier persona lo solicite o requiera. Entre la información de carácter público tenemos: la agenda de las sesiones ordinarias y extraordinarias de este órgano; las actas celebradas por el Tribunal Supremo de Elecciones; los fallos o resoluciones electorales relevantes para el interés público de los recursos interpuestos por los ciudadanos, partidos políticos o coaliciones; el calendario electoral de los procesos nacionales municipales o los referentes a plebiscitos o referéndum, así como los resultados de los escrutinios; el listado de los candidatos a cualquier cargo de elección popular; la conformación de las juntas receptoras de votos y los representantes legales de los partidos o coaliciones; la inversión sobre proyectos, planes o programas de modernización del Tribunal Supremo de Elecciones en materia electoral y de la institución; la información relativa a la deuda política adelantada de los partidos políticos respectivos, cuando alguna persona lo requiera; el costo de los plebiscitos municipales o los referendos nacionales y la del proceso de organización y los resultados; la información de los procesos de selección de personal y lista de los puestos y los salarios brutos de los funcionarios, cuando alguna persona lo requiera; el registro sobre el uso de los vehículos de los miembros del Tribunal, las becas y gastos aprobados, cuando alguna persona lo requiera.

En términos generales, el capítulo III se considera de suma relevancia porque se construye una estructura que enumera un listado de información de carácter público, no quedando este tema a la decisión discrecional de un funcionario público, sino que el marco jurídico así lo deja establecido, posibilitando un mayor margen al ejercicio del derecho de acceso a la información. Eso sí, se deja planteado el criterio de que supuestos nuevos deben ser incluidos vía reglamento o modificaciones al mismo.

En el Capítulo IV relativo a “Disposiciones Finales”, a partir del artículo 19 del proyecto de ley, se reforma la Ley de la Defensoría de los Habitantes con el fin de ampliar el ámbito de competencia de la Defensoría en materia de acceso a la información pública. Este es un tema de conveniencia y oportunidad en materia legislativa, pues si se amplían sus competencias y atribuciones deben aumentar su presupuesto y sus recursos humanos en razón de dar eficiencia a la implementación de esta normativa.

En este sentido, se reforma el artículo 12 de la Ley de la Defensoría de los Habitantes de la República N°7319 del 17 de noviembre de 1992 y sus reformas, que en la actualidad está compuesto por 4 incisos. Con la modificación que se plantea en este proyecto de ley se agregan 16 incisos más relativos a los temas de transparencia y acceso a la información pública. En el inciso 1, se adiciona un párrafo último que indica: “además, la Defensoría será el órgano competente para garantizar el derecho de acceso a la información pública y la transparencia, a solicitud de toda persona física o jurídica, sobre los sujetos obligados señalados en esta ley”.

A partir de esta adición al inciso 1), se busca dar una especie de rectoría a la Defensoría en materia de acceso a la información y transparencia. Después del inciso 4, se incluyen los otros 16 incisos nuevos y que incluyen temas como: promover la participación de los ciudadanos en los procesos y diseño de políticas de acceso a la información pública y transparencia

(inciso 5); diseñar políticas, planes y proyectos en materia de acceso a la información pública y transparencia (inciso 6); coordinar con el Archivo Nacional en la elaboración y aplicación de los criterios para la catalogación y conservación de los documentos que regule esta ley, así como la organización de archivos de las dependencias administrativas, órganos y entes públicos, sin perjuicio de las competencias conferidas por Ley del Sistema Nacional de Archivos N.° 7202, de 24 de octubre de 1990, sobre la clasificación, desclasificación y custodia de la información reservada y confidencial (inciso 7); diseñar procedimientos y establecer sistemas para que los sujetos obligados de esta ley reciban, procesen, tramiten y resuelvan las solicitudes de acceso a la información pública y además puedan enviar a la agencia las resoluciones, criterios, solicitudes, consultas, informes y cualquier otra comunicación a través de medios electrónicos u otros medios disponibles, cuya transmisión garantice en su caso la seguridad, integridad, autenticidad, reserva y confidencialidad de la información y genere registros electrónicos del envío y recepción correspondiente (inciso 8); dar seguimiento y, en caso de incumplimiento, hacer las recomendaciones a los sujetos obligados para que se cumpla con lo dispuesto en esta ley (inciso 9); orientar e informar a las personas físicas o jurídicas acerca de las solicitudes de acceso a la información pública y transparencia, promoción de campañas publicitarias en materia de acceso a la información y transparencia (inciso 10); elaborar los formatos de solicitudes de acceso a la información pública y transparencia y los respectivos reglamentos en esta materia (inciso 11).

En el texto de redacción final con el primer día de mociones 137, que es el utilizado para este análisis, se pasa del inciso 11) al 13). Se considera que es un error material pues no incluye inciso 12), pero por razones didáctica y de seguridad se llama atención y se pasa al contenido del inciso 13), que regula la facultad de hacer del conocimiento a las auditorías internas

o en su defecto al órgano correspondiente de cada sujeto obligado, de las presuntas infracciones a esta ley y garantizar el derecho a la información pública y la transparencia. Del mismo modo, otros aspectos que se incluyen en forma novedosa son: promover la cultura de responsabilidad y, en su caso, otorgar la capacitación de los servidores públicos en materia de acceso a la información y transparencia a través de las comisiones o comités que se instalen para tales efectos (inciso 14); elaborar y publicar estudios e investigaciones para difundir y ampliar el conocimiento sobre la materia de esta ley, así como datos estadísticos sobre acceso a la información pública y transparencia (inciso 15); cooperar respecto de la materia de esta ley, con los sujetos obligados, los órganos y entes públicos, y los municipios para mejorar la eficiencia y la eficacia sobre la gestión pública, en cuanto al acceso a la información y la transparencia (inciso 16); la potestad a la Defensoría para suscribir convenios con entes públicos o privados, nacionales o extranjeros, para la implementación, formación y el diseño de actividades, mecanismos y metodologías, a fin de desarrollar y mejorar la cultura de acceso a la información pública y transparencia, así como programas relacionados con esta materia (inciso 17); dar seguimiento sobre el ejercicio del derecho al acceso a la información pública y la transparencia por parte de los sujetos obligados (inciso 18); promover el uso de las tecnologías de la información y comunicación y la implementación del gobierno electrónico (inciso 19); fomentar la cultura de acceso a la información pública y transparencia y la rendición de cuentas (inciso 20) y finalmente el inciso 21 donde deja abierto para otras competencias que se confieran por ley y en su reglamento.

En el Capítulo IV, se adiciona un artículo 28 bis, relativo a las sanciones administrativas a los funcionarios públicos que transgredan esta ley o el derecho de acceso a la información de carácter público. De esta forma, algunos de los

supuestos para sancionar son: a quien no entregue la información que se le solicita con las condiciones y el plazo indicado en esta ley; a quien entregue o difunda información reservada o confidencial; a quien sustraiga, destruya, oculte, inutilice o altere total o parcialmente, información que se encuentre bajo su custodia o a la que tengan acceso o conocimiento con motivo de su puesto o cargo; a quien actúe con negligencia en la sustanciación de las solicitudes de acceso a la información o en la difusión de la información, a que están obligados, los sujetos conforme a esta ley, a quien deniegue información no clasificada como reservada o que no sea confidencial; a quien proporcione parcialmente o de manera ininteligible la información cuya entrega haya sido ordenada por la Defensoría de los Habitantes; a quien invoque información como reservada o confidencial, siendo el motivo simulación o engaño.

En cuanto a los distintos supuestos que se incluyen en este artículo 28 bis, sobre sanciones administrativas, se considera que las conductas que deben ser sancionadas son correctas. Lo que parece desproporcionado y poco razonable son los montos de la sanción, algunos de uno a tres salarios base, otros de tres a cinco salarios base, y en algún otro supuesto hasta 10 salarios base. Esos montos no se ajustan a la razonabilidad de la conducta que debe ser sancionada, además no se incluye en estos supuestos otros tipos de sanciones como son: la llamada de atención verbal, la escrita, la suspensión por algunos días o incluso el despido del funcionario. Por tal motivo, esta normativa debe revisarse muy cuidadosamente para darle efectividad a cada una de las sanciones establecidas.

El artículo 20 del proyecto de ley establece el plazo de 24 meses a partir de su publicación para que el Poder Ejecutivo la reglamente, indicando eso sí, que rige a partir de su publicación.

En términos generales se concluye que es importante la aprobación de esta iniciativa legislativa, que también ha sido consultada a las

diferentes instituciones públicas. En la redacción de este estudio se han revisado diferentes respuestas sobre el contenido de la iniciativa y que llegaron al Expediente 20.799 en su tramitación legislativa, entre las que se pueden citar las obligatorias a: instituciones autónomas, municipalidades, bancos comerciales del Estado, universidades públicas, Corte Suprema de Justicia y Tribunal Supremo de Elecciones y algunas facultativas como: Defensoría de los Habitantes, Procuraduría General de la República, Ministerio de Justicia y Paz, entre otras que por razones de tiempo y espacio no se han incluido.

Ya se han hecho algunos comentarios de mejora del proyecto, en especial, la necesidad de facilitar el acceso a la información (sin mayor tramitación administrativa) así como el tema sancionatorio de los funcionarios públicos, que se considera poco razonable y desproporcionado.

3.5 Reforma a la Ley de Protección al Ciudadano del Exceso de Requisitos y Trámites Administrativos (simplificación de trámites)

En el mes de octubre de 2021, recibió la aprobación del Plenario Legislativo el Proyecto de Ley de reforma a la Ley de Protección al ciudadano del exceso de requisitos y trámites administrativos, N°. 8220, y sus reformas, Expediente N°. 22.333. Esta iniciativa fue presentada por la Diputada Silvia Hernández Sánchez y otros diputados y diputadas, siendo iniciada el 26 de noviembre de 2020 y publicada el 4 de diciembre de 2020 en la Gaceta N°. 286, Alcance 320.

El expediente fue tramitado en la Comisión Permanente Especial de Ciencia, Tecnología y Educación, pasando al Plenario para su aprobación en segundo debate en la sesión del 14 de octubre de 2021.

En la Exposición de Motivos del texto base se explica claramente la importancia de esta reforma, señalando:

El paso del tiempo, la experiencia registrada por operadores e investigadores en la aplicación de la Ley N° 8220, los índices internacionales, los lentos avances en mejora regulatoria y simplificación de trámites, justifican sobradamente la imperiosa necesidad de realizar una reforma a dicha normativa, capaz de dar un nuevo impulso a la gestión pública, en todos los niveles de la Administración Pública. Este es el objetivo general del presente proyecto de ley. Para ello, se proponen, entre otras, las siguientes modificaciones:

- Fortalecer el rol de la rectoría, tanto desde el punto vista político como técnico, en simplificación y mejora regulatoria, dotándolo de nuevas facultades y recursos para el efectivo cumplimiento de los objetivos de política pública que el Estado se proponga en este campo; entendiendo que dicha tarea es responsabilidad de todas y cada una de las instituciones que conforman la Administración Pública, toda vez que con sus trámites y regulaciones impactan la actividad productiva y la percepción ciudadana sobre el buen servicio público.

- Enfocar la gestión pública en la realización de trámites en el uso de instrumentos de verificación posterior sobre el control ex ante como mecanismo para acelerar trámites, recurriendo al uso de herramientas como la declaración jurada en un Estado que ha hecho apología del control previo como mejor fórmula para cumplir con sus obligaciones, sin reparar en el impacto y costos que tiene para el usuario, o en si es posible obtener una mayor eficiencia y alcanzar los mismos objetivos a partir de una fase posterior de verificación.

- Fortalecer el uso del Catálogo Nacional de Trámites como instrumento obligatorio y único de rango legal para trans-

parentar y centralizar todos los trámites requeridos por cada institución u órgano de la Administración Pública.

- Ampliar el alcance del criterio vinculante del rector sobre las propuestas de regulación que propongan las entidades públicas, más allá del Gobierno Central (tal cual ocurre actualmente), lo que impide mantener la unidad en el logro de los objetivos de mejora regulatoria, al tiempo que genera una disparidad intolerable para obligaciones que son resorte de todo el Estado. Las empresas y los usuarios esperan por mejoras en trámites en todos los estamentos del aparato estatal.

- Facilitar la aplicación efectiva de la ley y el ejercicio de los derechos que tienen los usuarios en su relación con las instituciones al tenor de la regulación propuesta, en temas vinculados con la aplicación del silencio positivo, instrumento que ha sido poco empleado en materia de trámites pero cuyo uso puede potenciarse al equilibrar las cargas entre el usuario y la Administración. En la misma línea se ubican los ajustes al artículo relativo a sanciones por incumplimiento de la ley, el cual pretende fundamentalmente aclarar quién es la persona que comete la falta, graduando de una mejor manera las sanciones para que estas cumplan con los principios de razonabilidad y proporcionalidad que se impone en esta materia, pero que cumplan con el criterio de disuadir las conductas sancionadas.

- Lograr que la mejora regulatoria y la simplificación de trámites se convierta en una tarea permanente y una práctica de mejora continua en la gestión pública costarricense, a partir de criterios técnicos y considerando en mayor grado el impacto a sus destinatarios, tanto de regulaciones que implican nuevos trámites como de aquellos trámites cuya evalua-

ción y actualización cambia lentamente” (Expediente 22.333).

La Ley N°. 10072 del 18 de noviembre de 2021, Reforma de la Ley 8220, Protección al ciudadano del exceso de requisitos y trámites administrativos del 4 de marzo de 2002, fue publicada el 3 de diciembre de 2021, en la Gaceta N°. 233, Alcance N°. 248, reforma los artículos 4, 7, 10, 11, 12 y 13 de esta Ley y adiciona los artículos 12 bis, 12 ter, 15, 16, 17 y 18 a la Ley 8220. A continuación, un resumen de los aspectos de mayor interés observados en la normativa aprobada.

3.5.1 Creación del catálogo nacional de trámites

En el artículo 4 se crea el Catálogo Nacional de Trámites como:

(...) un instrumento que estará constituido por todos los trámites, requisitos y procedimientos, ofrecidos por cada ente u órgano de la Administración Pública, que deban realizar los administrados, el cual tiene por objetivo brindar seguridad jurídica y transparencia a los administrados, así como facilitar la toma de decisiones estratégicas en cuanto a la mejora regulatoria y simplificación de trámites por las autoridades públicas.

El Catálogo Nacional de Trámites será administrado por el Ministerio de Economía, Industria y Comercio, que velará por su correcto funcionamiento y deberá tenerlo disponible en su sitio web. Cada ente u órgano de la Administración Pública deberá mantener actualizada, de forma permanente y obligatoria, la información en esta herramienta digital, debiendo respetar las directrices, normas o resoluciones que para tales efectos emita el Ministerio de Economía, Industria y Comercio.

Las oficinas de información al administrado de las entidades u órganos de la Administración Pública serán las encargadas de explicar al administrado los trámites o requisitos. En caso de no contar con esa oficina, la institución deberá designar un departamento o un funcionario para este fin (Expediente 22.333).

De este artículo se debe resaltar la creación del Catálogo Nacional de Trámites como un esfuerzo de uniformidad, mejora y simplificación de trámites en las instituciones públicas, garantizando seguridad jurídica y transparencia a los administrados a través de un Manual o Guía digital que ordene y sistematice requisitos y trámites administrativos en el Sector Público. Será administrado por el Ministerio de Economía, Industria y Comercio y velará por el correcto funcionamiento, convirtiéndose en una Administración electrónica, pues debe mantener actualizada, de forma permanente y obligatoria, la información en la respectiva plataforma digital.

Se considera que esta modificación, amplía el ámbito de competencia de las oficinas de información al administrado, pues anteriormente se limitaban a explicarle al usuario los requisitos y el procedimiento para el otorgamiento de solicitudes, permisos, licencias o autorizaciones. En cambio con esta reforma se busca explicar al administrado de cualquier trámite o requisito que tengan las entidades u órganos de la Administración Pública, no limitándose a los supuestos anteriores. Además, se reitera lo que ya estaba regulado: que cada institución pública debe designar un departamento o funcionario que cumpla con este fin informativo.

3.5.2 Cambio en el procedimiento para aplicar el silencio positivo

El tema del silencio positivo ha estado regulado por el artículo 330 de la Ley General de la Administración Pública que dice:

1. El silencio de la Administración se entenderá positivo cuando así se establezca expresamente o cuando se trate de autorizaciones o aprobaciones que deban acordarse en el ejercicio de funciones de fiscalización y tutela. 2. También se entenderá positivo el silencio cuando se trate de solicitudes de permisos, licencias y autorizaciones (Ley General de la Administración Pública, N° 6227, del 2 de mayo de 1978).

Igualmente, el artículo 331 de la Ley General de la Administración Pública, establece el plazo de un mes a partir de su recibo por el órgano administrativo para su aplicación o reconocimiento. Se debe agregar además el artículo 139 de la Ley General que dice: “el silencio de la administración no podrá expresar su voluntad salvo ley que disponga lo contrario” (Ley General de la Administración Pública, N° 6227, del 2 de mayo de 1978).

Se debe citar aquí una excepción que se incorpora en el artículo 4 de la Ley Forestal N°. 7575 que dice expresamente:

Silencio positivo. En materia de recursos naturales no operará el silencio positivo, contemplado en los artículos 330 y 331 de la Ley General de la Administración Pública. Cuando la Administración Forestal del Estado no resuelva los asuntos sometidos a su conocimiento, dentro de los plazos estipulados en la Ley General de la Administración Pública, el funcionario responsable se expondrá a las sanciones dispuestas en las leyes (Ley forestal, N° 7575, del 13 de febrero de 1996).

La Sala Constitucional de la Corte Suprema de Justicia de Costa Rica, en el Voto N°. 6322-03 reafirma esta posición, al señalar: “(...) de modo que no puede entenderse que el silencio positivo opere simplemente por el transcurso del plazo dentro del cual la Administración debió pronunciarse sobre el permiso de explotación forestal, sin que lo hiciera, pues ello impli-

caría poner en inminente peligro el patrimonio forestal del país al permitirse por esa vía, su explotación irracional e indiscriminada.”

La Procuraduría General de la República, en el Dictamen C-198-2002 del 9 de agosto del 2002, refiriéndose a una consulta sobre permisos en bienes de dominio público, señala: “En consecuencia, en nuestra opinión deben mantenerse los criterios vertidos, tanto por la Sala Constitucional (vinculantes de conformidad con el artículo 13 de la Ley de la Jurisdicción Constitucional), por la Sala Primera de la Corte Suprema de Justicia, como por este Órgano Asesor, en el sentido de que la figura del silencio positivo resulta inaplicable a los permisos, autorizaciones o licencias que se soliciten que involucren bienes de dominio público, sujetos a regímenes especiales”.

Ahora bien, tomando en cuenta lo indicado por la Ley General de la Administración Pública, la Ley Forestal, la Procuraduría General de la República y la Sala Constitucional en materia de silencio positivo, pasamos a ver la modificación al artículo 7 de la Ley 8220 que en forma novedosa incorpora mecanismos que faciliten la aplicación de este silencio positivo.

La Ley 8220 ya había sido reformada en el año 2011 por la Ley N°. 8990, donde se incluían toda una serie de modificaciones que posibilitaban una aplicación más eficaz en la simplificación de trámites, pero con los años esto no se ha presentado. Se entiende que esta última reforma de 2021 busca establecer mayores niveles de responsabilidad para las Administraciones Públicas y para los funcionarios, como mecanismo que posibilite una mejora regulatoria. Ahora bien, en el tema del silencio positivo, se observa que el artículo 7 establecía anteriormente la declaración jurada debidamente autenticada que hacía constar que se había cumplido con los requisitos y que la Administración no resolvió en tiempo. La actual reforma es más amplia e

incluye aspectos relativos al uso de la tecnología, en este sentido se indica:

Para la aplicación del silencio positivo bastará con que el administrado señale mediante declaración jurada rendida ante notario público, o firmada por el administrado en presencia del funcionario, o bien, mediante documento electrónico con firma digital, indicando que la Administración no resolvió dentro del plazo correspondiente y cumplió con los requisitos para el otorgamiento de la solicitud realizada. En tal supuesto, la Administración deberá emitir una resolución o acto administrativo confirmatorio del permiso, la licencia o la autorización en aplicación del silencio positivo en el plazo de dos días hábiles posteriores a la recepción de la declaración jurada (Ley 8220, 2021).

Pero un aspecto que es relevante en esta nueva normativa en el primer párrafo del artículo 7, es la procedencia del silencio positivo de pleno derecho, quedando aprobadas las solicitudes, siempre y cuando estén cumplan con los requisitos establecidos por ley.

Otro punto a tomar en cuenta en este artículo es que los trámites que se gestionen mediante plataformas digitales se les podría aplicar el silencio positivo, pudiendo exceptuar la presentación de la declaración jurada, siempre que el administrado cumpla con las condiciones establecidas en este artículo 7 y lo que se regule a nivel reglamentario sobre el funcionamiento de la plataforma digital respectiva.

Sin duda, la normativa incorpora mayor celeridad en los procedimientos, disminuyendo el plazo de resolución de la Administración correspondiente. Del mismo modo, se incorporan mecanismos electrónicos y plataformas digitales que facilitan más la gestión del administrado. Se debe tomar en cuenta que se mantiene la regulación y la coordinación de un Oficial de Simplificación de Trámites, que podría coad-

yuvar en el cumplimiento más eficiente de esta normativa conforme al interés público y los derechos de los administrados.

El artículo 7 en su párrafo final, incluye las excepciones a la aplicación del silencio positivo en las licencias, permisos y autorizaciones en materia de salud pública, ambiente y otras materias que, por disposición constitucional, legal o jurisprudencia judicial, expresamente así lo regulen.

3.5.3 Adición de varios artículos a la Ley 8220

Se adicionan los artículos 12 bis, 12 ter, 15, 16, 17 y 18 a la Ley 8220, que regulan temas relativos a la planificación, política y mejora regulatoria.

El artículo 12 bis, se refiere a los fines de los procesos de revisión, diseño de las regulaciones, propuestas regulatorias y análisis de impacto regulatorio, entre los cuales menciona: máximo beneficio para la sociedad con el menor coste posible; proporcionalidad, coherencia de las políticas públicas, coordinación institucional, fortalecer los derechos de los consumidores, derechos humanos y desarrollo empresarial, análisis de situaciones de riesgo y garantizar el principio de eficiencia en los servicios públicos. El contenido del artículo 12 ter, se refiere a la revisión de los esquemas de revisión de las propuestas regulatorias y a su análisis de impacto regulatorio ex ante y ex post.

En el artículo 15 se indica que en los trámites que realicen los administrados, las Administraciones Públicas podrán hacer uso de instrumentos de simplificación de trámites, como la declaración jurada o de cualquier otro mecanismo válido para esta simplificación, así como de instrumentos de verificación posterior para asegurar el cumplimiento de lo declarado bajo juramento, a fin de agilizar y reducir trámites respectivos.

Según este artículo, también las Administraciones Públicas deberán formular un listado de las licencias, los permisos, las autorizaciones, los requisitos o cualquier otro trámite propio de su competencia que podrán ser obtenidos mediante declaración jurada e indicarlo de esa manera en la ficha de cada uno de los trámites contenidos en el Catálogo Nacional de Trámites.

El artículo 16 incluye la política de mejora regulatoria y simplificación de trámites y los artículos 17 y 18 regulan respectivamente la consulta pública y los espacios de participación ciudadana en la elaboración de nuevas regulaciones o sus reformas. Se considera que estos artículos serán de importante ejecución en el tema de la mejora regulatoria.

En términos generales, se considera que esta última reforma a la Ley 8220 busca establecer parámetros y mecanismos que simplifiquen los requisitos y trámites administrativos, buscando fortalecer e incentivar una mejora regulatoria y una mayor eficacia en la actuación de las Administraciones Públicas frente a los administrados.

3.6 Consideraciones finales

- Como lo había planteado en el Primer Informe del Estado de la Libertad de Expresión en Costa Rica de PROLEDI, de la Universidad de Costa Rica, 2018, el marco constitucional costarricense y la normativa internacional en materia de Derechos Humanos establecen normas que regulan de forma precisa los derechos de acceso a la información pública y de libertad de expresión.
- Pese a lo anterior, la legislación costarricense sigue siendo muy dispersa y poco uniforme en la regulación de temas relativos al acceso a la información, libertad de expresión y prensa, transparencia, rendición de cuentas, legalidad, derecho a la información de los usuarios, límites al derecho de acceso a la información, entre otros.

- Es urgente y necesario que la Asamblea Legislativa apruebe una Ley Marco en materia de acceso a la información pública, pues un Decreto como el N°. 40200 no es suficiente frente a la regulación de un derecho fundamental que tiene inmerso el principio de reserva de ley. En este sentido, es recomendable la aprobación del Proyecto de Ley General de Acceso a la información pública y transparencia, Expediente N°. 20.799, tomando en cuenta las observaciones de forma y fondo, así como las mejoras de redacción que se han propuesto en este estudio, así como su posición y avance en el orden del día del Plenario Legislativo.
- Para algunos periodistas y juristas la normativa constitucional que regula la libertad de expresión es suficiente, por tal motivo, mantienen una posición clara en contra de que la libertad de expresión sea regulada en una Ley Marco, en especial, por los límites que le podría incluir el legislador. Por tal motivo, se deja planteado el tema.
- El Poder Ejecutivo costarricense hizo en el año 2017 un esfuerzo muy importante para regular el derecho de acceso a la información pública mediante el Decreto N°. 40200, pero no es suficiente para la regulación de este derecho, pues debe desarrollarse en una ley.
- Con respecto al Decreto N°. 40200, llama la atención la creación del Oficial de acceso a la información en cada institución y el complemento y colaboración que recibiría del Oficial de simplificación de trámites regulado en la Ley N°. 8220, que también está incluido en la reforma del 2021.
- Se reitera que no existe una “Ley Marco”, que regule el derecho de acceso a la información pública, ni sus límites y solo se encuentran iniciativas en discusión en la corriente legislativa, como la desarrollada en este estudio: Proyecto de Ley General de Acceso a la información pública y transparencia, Expediente N°. 20.799. Por tanto, es importante su aprobación para el país.
- La reforma a la Ley 8220 del 2021, se constituye en una importante normativa para la mejora regulatoria y la simplificación de trámites, requisitos y procedimientos, conforme a los principios de eficiencia y celeridad que debe prevalecer en la relación jurídico pública entre Administraciones Públicas y administrados. También es un paso relevante hacia las Administraciones Públicas electrónicas. ■

3.7 Resumen de la Ley aprobada. Dr. Jorge Córdoba Ortega. 27 de abril 2022.

El día 26 de abril del 2022, en la sesión plenaria ordinaria No. 110 de la Asamblea Legislativa de la República de Costa Rica, aprobó en segundo debate el Proyecto de Ley General de acceso a la información pública y transparencia, Expediente No. 20.799, iniciativa que había sido presentada por la Diputada Carmen Chan Mora y que desde hace años era urgente aprobar para Costa Rica una Ley marco o general de la acceso a la información pública y transparencia, que tenía ese compromiso sin cumplir, tanto a nivel nacional como internacional. A pesar de que fue aprobada con una gran cantidad de proyectos al final del período de esta Asamblea (2018-2022), se constituye en uno de los grandes aciertos y aportes al fortalecimiento del Estado Social y democrático de Derecho y la defensa de los derechos fundamentales.

En cuanto a su contenido, se encuentran varias normas que son típicas en este tipo de iniciativas de acceso a la información y transparencia, entre las que se pueden mencionar en su Capítulo I, el objeto, definiciones, principios y fines de la ley. En el Capítulo II, la determinación de la garantía del derecho de acceso a la información pública, sujetos, procedimiento y límites, el acuse

de recibo de las instituciones a las gestiones de los administrados, el acceso gratuito a la información, su protección jurisdiccional, entre otros.

El régimen sancionatorio fue uno de los temas más debatidos tanto en proyectos de ley de acceso anteriores, como en el actual, pero se logró el consenso de acudir a las normas generales en el ordenamiento jurídico costarricense, como los reglamentos internos de organización y servicio o de trabajo para regular esta materia. Pese a lo anterior, el autor considera que se deberá acudir al Libro Segundo de la Ley General de la Administración Pública para complementar el régimen sancionatorio de esta Ley de acceso y transparencia.

El Capítulo III, está referido a transparencia y gobierno abierto, incluyendo normas relativas a la publicación oficiosa de la información pública. Y en el Capítulo IV disposiciones finales, se regula el Informe anual de labores, el derecho de acceso a la información pública de las instituciones públicas y la reglamentación del Poder Ejecutivo, estableciendo un plazo de 6 meses a partir de su publicación.

CAPÍTULO 4

Inseguridad y precarización: riesgos en el ejercicio del periodismo en Costa Rica

Lidieth Garro Rojas y Lilliana Solís Solís*

4.1 Introducción

En múltiples latitudes alrededor del mundo es un tema común hablar de la inseguridad que enfrentan los periodistas en el ejercicio cotidiano de la profesión. Situaciones provocadas por conflictos bélicos, mafia organizada, el tráfico internacional de drogas y la corrupción, entre otras, atentan contra la vida y la seguridad de quienes tienen como carrera el ejercicio periodístico. Precisamente es en este escenario donde las personas que se dedican al periodismo realizan su trabajo en Latinoamérica y en gran parte del mundo.

Si bien organizaciones internacionales como Reporteros sin Fronteras (RSF, 2021), consideran a Costa Rica como un ejemplo de libertad para ejercer la profesión de periodista y la colocan en el quinto puesto mundial de libertad de expresión del Ranking 2021, una investigación de Garro, Solís y Monge (2020b) identificó que quienes dirigen los medios de comunicación, perciben amenazas a la libertad de expresión. Como principales fuentes de amenaza y hostigamiento mencionan grupos políticos, el Estado y los grupos de presión. Dicha situación es potencialmente amenazante para la democracia y es “una condición indeseable para

el ejercicio de la libertad de expresión que puede ser explicada por la centralidad de los medios de comunicación en la vida política costarricense” (Garro, et al., 2020b, p. 85).

Se trata de un hallazgo reciente que no ha sido suficientemente explorado y que contraviene la idea prevaleciente alrededor de la libertad de expresión que caracteriza a la democracia costarricense.

En Costa Rica, los medios de comunicación desempeñan un rol central en la escenificación de la vida política y social. Bajo el modelo de democracia republicana su labor consiste en difundir, replicar y permitir el debate de ideas, discursos y proyectos sociales. En ese sentido, el ejercicio de la ciudadanía es también una práctica comunicativa que se ejerce en el espacio público (Solís y Garro, 2019). Por ello, la valoración de las condiciones para el funcionamiento de los medios de comunicación y las condiciones laborales para desarrollar el trabajo periodístico es también una evaluación de la democracia y las condiciones para la práctica de la ciudadanía.

La independencia de los medios de comunicación para definir las agendas y los abor-

*Lidieth Garro Rojas. Doctora en Estudios Científico Sociales por el ITESO, trabaja como docente en la Escuela de Ciencias de la Comunicación Colectiva de la UCR e investigadora en el Centro de Investigación en Comunicación (CI-COM) en esa misma universidad. Sus áreas de interés incluyen la alfabetización mediática y los medios de comunicación.

Lilliana Solís Solís. Licenciada en Comunicación por la UCR y Máster en Comunicación y Mercadeo. Es colaboradora del PROLEDI, ambos en la UCR. Forma parte del Consejo Directivo de PROLEDI. Sus áreas de interés incluyen el análisis de los medios de comunicación como actores que fortalecen el ejercicio de la ciudadanía comunicativa.

dajes, recurrir a las fuentes fidedignas y mantener su confidencialidad, repercute en la calidad de la información que reciben las personas y en las condiciones para el ejercicio ciudadano, particularmente en las sociedades en las que el poder mediático juega un papel trascendental en la vida republicana.

Es por ello que, a pesar del imaginario sobre la solidez de la democracia costarricense, es pertinente profundizar en el análisis de las condiciones de seguridad percibidas por quienes se dedican a esta profesión, más aún a la luz de los hallazgos recientes (Garro et al., 2020b).

En este capítulo se profundiza en la percepción de seguridad que las personas periodistas que trabajan en los medios de comunicación tienen sobre su quehacer; así como en situaciones como hostigamiento, amenazas y precarias condiciones laborales que constituyen amenazas para el libre ejercicio del periodismo.

La percepción de seguridad se refiere a cómo las personas que ejercen el periodismo en los medios de comunicación reconocen la existencia de entornos que facilitan o entorpecen el libre ejercicio de la profesión; dichas condiciones incluyen situaciones de hostigamiento y amenazas, así como aspectos relacionados con las condiciones laborales.

Este documento es parte de una investigación más amplia que crea indicadores para conocer las condiciones del desarrollo mediático en Costa Rica. Las variables incluidas en este análisis corresponden a las vinculadas con el ejercicio periodístico de la “Propuesta de indicadores de desarrollo mediático para Costa Rica” (Garro et al., 2020b).

En dicha propuesta el tema de seguridad de los periodistas en el ejercicio de la profesión se evalúa con nueve indicadores, los cuales abordan aspectos como el ambiente en que realizan el trabajo, la libertad para desarrollarlo, la protección de las fuentes de información, la cobertura de seguridad social y el uso de herramientas

tecnológicas para mantener la seguridad digital, entre otros.

4.2 Periodismo: ejercicio profesional peligroso en América Latina

Las amenazas, el hostigamiento y la vigilancia, junto a otras formas de intimidación y violencia contra periodistas y trabajadores de la prensa cada vez son más comunes alrededor del mundo, según se desprende de estudios realizados por organizaciones dedicadas a la promoción y la defensa de la libertad de expresión.

La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), el Comité para la Protección de los Periodistas (CPJ), Reporteros sin Fronteras (RSF), el Instituto Internacional para la Seguridad de la Prensa (INSI), el Intercambio Internacional por la Libertad de Expresión (IFEX) y la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP), son algunas de las organizaciones que “ponen de manifiesto la dura realidad que afrontan estos profesionales en distintos países de América Latina y el mundo” (ONU, s.f.).

También, cada año la Fundación para la Libertad de Prensa (FLIP) revela en sus informes anuales los múltiples riesgos de seguridad que enfrentan los periodistas al realizar su labor en diversas partes del mundo, entendidos estos como la posibilidad de sufrir cualquier tipo de agresión o daño en situaciones de violencia o amenaza.

A lo largo de los años estas organizaciones han documentado las agresiones a la prensa y el número de periodistas expuestos a situaciones de inseguridad en el ejercicio de sus funciones, muchos de los cuales han resultado muertos.

El informe de la UNESCO (2020), da cuenta de que en el periodo 2018-2019 se produjeron un total de 156 asesinatos de periodistas y trabajadores de la prensa en todo el mundo y que América Latina y el Caribe registran el

mayor número de homicidios de estos profesionales (40 del total de asesinatos en el mundo solo en el 2019).

De los 156 periodistas asesinados en 2018-2019, poco más de la mitad (79 en total) murieron estando de servicio, por ejemplo, en la cobertura de conflictos armados y en ataques terroristas (atentados suicidas y los atentados con bombas). En aquellos países que no padecen conflictos armados, la mayoría de estos crímenes se produjeron por cubrir casos de corrupción, violaciones de los derechos humanos, delitos ambientales, tráfico y delitos políticos.

Señala el reporte que en los primeros meses del año 2020 se habían producido 39 asesinatos de periodistas: 16 en la región de América Latina y el Caribe, 11 en la región de Asia y el Pacífico, siete en la región de los Estados Árabes y cinco en África, entre ellos tres mujeres.

Esta agencia de las Naciones Unidas da cuenta de que en el último decenio se ha matado a un periodista cada cuatro días en algún lugar del mundo y la impunidad de esos delitos sigue prevaleciendo. No obstante destaca que hubo una disminución de la tasa de impunidad con un 13% de los casos registrados alrededor del mundo resueltos. En años anteriores el porcentaje fue de 12% en 2019 y el 11% en 2018. También reportó mayor apertura de los Estados para entregar información sobre las investigaciones judiciales (UNESCO, 2020).

Según RSF (2021) en los primeros meses del año 2021, en varios países de América Latina se registraron hechos graves y denuncias de abusos y violencia contra periodistas. La organización no gubernamental indica que Colombia muestra cifras de violencia sin precedentes en la historia del país con ataques que buscan intimidar y generar miedo, lo que implica una vulneración del derecho a la libertad de

expresión en su dimensión colectiva (Deutsche Welle, 2021).

4.3 Ejercicio de la libertad de prensa en Costa Rica

Sánchez (2017) reporta que, según RSF Costa Rica, es uno de los países con mayor libertad de prensa, hecho que se repite en los informes de los últimos años. Sin embargo, indica, existen zonas y barrios donde las disputas entre bandas y traficantes de drogas han impactado la actividad periodística. En mayor o menor grado, todos los comunicadores que atienden temas relacionados con las mafias y la violencia criminal están expuestos a riesgos y tienen un común denominador: la vulnerabilidad.

En su informe de 2018, la Relatoría Especial para la Libertad de Expresión de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos consigna que no se presentan graves violaciones a la libertad de expresión en Costa Rica; sin embargo, destaca una serie de situaciones que incluye: el incremento de los discursos de odio, campañas de ataque y desinformación en el entorno digital, el nulo avance en los proyectos de ley sobre libertad de expresión y acceso a la información, y una preocupante intención, entre algunos sectores, de aumentar las sanciones en delitos por publicaciones en las redes sociales (Boza, 2018).

Además, Boza (2018) menciona la presentación a la corriente legislativa de una serie de proyectos de ley que inciden en la libertad de expresión, como la Ley de Cinematografía y Audiovisual, la Reforma a la Ley del Colegio de Periodistas, la Reforma al Código de Trabajo para garantizar la libertad de prensa de periodistas y la Ley General de Acceso a la Información y Transparencia. Asimismo, entre la variada jurisprudencia de la Sala Constitucional destacan, por ejemplo, un voto sobre el ejercicio profesional del periodismo, así como sentencias sobre el derecho de acceso a la información pú-

blica y sobre la libertad de expresión y la protesta social (Boza, 2018).

Por otra parte, con respecto a las posibilidades de agremiarse, en la actualidad Costa Rica cuenta con diversas organizaciones gremiales, privadas y de medios de comunicación, que de forma directa se interesan en el resguardo del ejercicio del periodismo. Entre estas destacan:

- El Colegio de Periodistas y Profesionales en Ciencias de la Comunicación Colectiva de Costa Rica (COLPER). Esta organización gremial de comunicadores, se plantea como misión el apoyo y fomento del ejercicio profesional “bajo los principios éticos y de excelencia”, que inciden en el fortalecimiento de la democracia por medio de la promoción de la libertad de información y la libertad de prensa (COLPER, 2021).
- El Sindicato de Periodistas de Costa Rica, que en su página web (2021) indica que impulsa la defensa y el mejoramiento continuo de las condiciones laborales de las personas agremiadas.
- El Programa de Libertad de Expresión y Derecho a la Información (PROLEDI), instancia de la Universidad de Costa Rica dedicada al estudio, la reflexión, la proposición de políticas y el desarrollo de actividades y proyectos para fortalecer el ejercicio de los derechos ciudadanos a la comunicación y a la información. Este programa orienta su trabajo a temas como la libertad de expresión, el derecho a la información y el derecho a la comunicación; el derecho de acceso a la información pública y el monitoreo de la jurisprudencia nacional e internacional en materia de libertad de expresión, entre otros.
- El Instituto de Prensa y Libertad de Expresión (IPLEX), una organización de la sociedad civil. De acuerdo con sus estatutos, vela por la promoción de la libertad de expresión y el libre acceso a la información pública, la promoción de los valores éticos, la respon-

sabilidad y la independencia en el ejercicio periodístico y procura la independencia y pluralidad de los medios de comunicación, entre otros. También promueve que los periodistas “actúen con honestidad en su labor profesional” y apoya en procesos de formación y capacitación periodística. Se financia por medio de las suscripciones de periodistas y empresas de comunicación que participan como socias patrocinadoras o colaboradoras (IPLEX, 2005).

4.4 Marco normativo para garantizar el ejercicio profesional del periodismo

La libertad de expresión es un derecho humano y una libertad fundamental consagrada en el Artículo 19 del Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos (1966) y en el Artículo 13 de la Convención Americana sobre Derechos Humanos (1969). En primer lugar, porque es un derecho en sí mismo, el poder buscar, recibir y difundir libremente informaciones e ideas por cualquier medio; y en segundo lugar, porque permite el ejercicio libre -y la protección- de todos los demás derechos fundamentales.

Este derecho humano y sus corolarios, la libertad de información y la libertad de prensa, están en el epicentro del mandato de la UNESCO. El artículo primero de su Acta Constitutiva, aprobada el 16 de noviembre de 1945, le confiere la misión de “promover la libre circulación de las ideas mediante la palabra y la imagen”.

Con el fin de dar una respuesta coordinada y movilizar a todos los miembros, el Consejo de directores ejecutivos del organismo de las Naciones Unidas aprobó en 2012 un plan de acción para la seguridad de los periodistas y la cuestión de la impunidad de los crímenes en su contra que consiste en un mecanismo de coordinación dotado de un enfoque multipartito que permite la puesta en marcha de una estrategia global para mejorar su protección.

En el 2013, la Asamblea General de la ONU aprobó la resolución 68/163 que encarga a la UNESCO la coordinación del plan de acción. Asimismo estableció el 2 de noviembre como el Día Internacional para poner fin a la impunidad de los crímenes contra periodistas (UNESCO y RSF, s.f.).

Posteriormente, la Asamblea General de la ONU, el Consejo de Derechos Humanos, la UNESCO y las organizaciones intergubernamentales regionales adoptaron numerosas resoluciones que procuran el fortalecimiento del sistema normativo sobre asuntos de la seguridad de los periodistas.

En Costa Rica, la libertad de expresión está garantizada en la Constitución Política (1949) que indica, en su artículo 29, que todas las personas “pueden comunicar sus pensamientos de palabra o por escrito, y publicarlos sin previa censura; pero serán responsables de los abusos que cometan en el ejercicio de este derecho, en los casos y del modo que la ley establezca”.

Al respecto, Boza (2020) asegura que desde la aprobación de la Constitución Política vigente, el país no ha experimentado ningún cambio importante en materia de normativa sobre libertad de expresión. Sin embargo, diversas resoluciones de la Sala Constitucional han tratado de delinear los alcances del derecho a la libertad de expresión y el derecho de acceso a la información pública con resoluciones importantes.

Existen declaraciones normativas, políticas y marcos institucionales para salvaguardar la importancia de la seguridad de los periodistas. En ese sentido, el Colegio de Periodistas, fundado en 1968, establece en su Ley Orgánica su papel de vigilar por el fiel cumplimiento del derecho de todos los seres humanos a ser y estar bien informados, para lo cual promoverá y velará por el respeto absoluto de la libertad de expresión, el derecho a la información y la libertad de prensa, todo ello en un marco de respeto de los derechos humanos (Asamblea Legislativa,

1969). Desde su fundación hasta 1985, en un intento por profesionalizar el ejercicio periodístico que acompañó a la creación de la primera escuela universitaria de formación en periodismo, la colegiación de estos profesionales fue obligatoria en Costa Rica.

Ese año el gobierno de Costa Rica solicitó a la Corte Interamericana de Derechos Humanos (CIDH) una opinión consultiva sobre la interpretación del artículo 13 (Libertad de pensamiento y expresión) de la Convención Americana sobre Derechos Humanos (CADH), en relación con la colegiatura obligatoria y consultó la existencia de una contradicción entre la Ley Orgánica del Colegio de Periodistas con los convenios internacionales.

Es importante agregar que la incompatibilidad, señalada por la CIDH, entre la colegiatura obligatoria de periodistas y el artículo 13 de la Convención, provocó que la Sala Constitucional, en 1995, declarara la inconstitucionalidad de esa norma.

Por su parte, Columbia University (2021), citando el voto de la CIDH de 1985 indicó que “la colegiación obligatoria de periodistas, en cuanto impida el acceso de cualquier persona al uso pleno de los medios de comunicación social como vehículo para expresarse o para transmitir información, es incompatible con el artículo 13 de la Convención Americana sobre Derechos Humanos”. Votos posteriores de la Sala Constitucional costarricense han ratificado lo indicado por la CIDH.

Sin embargo, el Colegio de Periodistas sigue funcionando como una organización gremial. En una propuesta de reforma a su Ley Orgánica, de años atrás, se pretendía reconocer de manera explícita que todo periodista tiene derecho a la libre expresión e información, la cláusula de conciencia, así como el libre y preferente acceso a las fuentes de información pública, entre otros. Sin demeritar estos intentos de reforma a la Ley Orgánica del Colegio de

Periodistas para proteger aspectos del ejercicio profesional, tales como el derecho a la protección de la confidencialidad de la fuente, el acceso a la información, el derecho a la reproducción fiel y el derecho a invocar la cláusula de conciencia, no existe en el articulado ningún punto que establezca el tema de seguridad en el ejercicio de la profesión.

La existencia de un marco normativo garantista, la vasta jurisprudencia constitucional, el activismo de sectores de la sociedad civil y la falta de registro de actos de violencia directa contra periodistas favorecen una percepción sobre condiciones absolutamente favorables para el ejercicio de buscar, recibir y difundir información en el contexto costarricense.

4.5 Ciudadanía comunicativa y seguridad periodística

La práctica de una ciudadanía comunicativa, entendida como una herramienta conceptual que profundiza la relación entre derecho, participación y espacio público mediático, en un contexto atravesado por nuevas tecnologías y prácticas de comunicación globalizadas (Pérez Monteleone, 2015), necesariamente tiene componentes vinculados con las características del universo mediático y el entorno donde se ejerce la libertad de expresión.

En el ejercicio de la ciudadanía comunicativa, las características del entorno mediático y de la sociedad en que se ejerce esa soberanía, son elementos identificadores del tipo de democracia que prevalece y como lo plantean Martini y Luchessi (2004), los periodistas se constituyeron, entonces, en verdaderos mediadores entre la ciudadanía y las distintas dimensiones que implica la vida pública, en particular los ámbitos en los que se toman importantes decisiones vinculadas al rumbo que tomará un país o una ciudad.

El periodismo es una función en la que participa una amplia variedad de personas como

analistas y reporteros profesionales y de dedicación exclusiva, autores de blogs y otros que publican por su propia cuenta en medios de prensa, en Internet o por otros medios, según considera el Comité de Derechos Humanos de la Organización de las Naciones Unidas.

Ricardo Neves, Oficial de Derechos Humanos, afirma que los periodistas son personas que observan, describen, documentan y analizan los acontecimientos y las declaraciones políticas; así como cualquier propuesta que pueda afectar a la sociedad, con el propósito de sistematizar esa información y reunir hechos y análisis para informar a los sectores de la sociedad o a esta en su conjunto (Alto comisionado de las Naciones Unidas en México, 2021). Además, su trabajo no puede ser deslindado del medio en el que laboran, del entorno en que desarrollan su función y de las necesidades, expectativas y derechos de la ciudadanía. Este último aspecto legitima la importancia de observar y evaluar el trabajo periodístico; asimismo, vigorizar la producción de contenidos al participar en la dinámica colaborativa entre periodistas y la ciudadanía (Guzzi, 2014).

De esta forma, los comunicadores llegan a convertirse en mediadores entre la ciudadanía y las distintas dimensiones que implica la vida pública, en particular, los ámbitos en los que se toman importantes decisiones económicas, políticas y culturales con diferentes alcances sociales (Martini y Luchessi, 2004, como se citó en Guzzi, 2014). En su quehacer, estos profesionales investigan, interpretan y comunican noticias y asuntos públicos a través de periódicos, televisión, radio y otros medios de comunicación.

Sobre este tema, la Sala Constitucional de Costa Rica define al periodista como aquella persona que cumple con las siguientes características: primero, decidió ejercer la libertad de expresión; segundo, lo hace de modo continuo; tercero, lo hace de modo estable y cuarto, lo hace de manera remunerada.

Es así como debido a las implicaciones que tiene para la democracia y la ciudadanía comunicativa, interesa conocer las condiciones de seguridad en que estas personas desarrollan su trabajo.

Los riesgos de seguridad son considerados indicadores de violación de la libertad de prensa ya que están asociados con las agresiones que reciben bajo la modalidad de arresto, acoso, violencia, exilio, herido en cubrimiento, atentados, secuestro, amenaza o asesinato, entre otros delitos. Por su parte, el Consejo de Derechos Humanos de la Organización de las Naciones Unidas (ONU) clasifica este tipo de riesgos en tres grupos: intimidación, acoso, y violencia (Garces y Arroyave, 2017).

Para el caso costarricense, se analizaron las percepciones sobre la seguridad y las condiciones laborales de periodistas en ejercicio. Para ello, se aplicó un instrumento cuantitativo y se realizaron siete entrevistas a reporteros que laboran en distintos medios de comunicación, con el propósito de identificar los riesgos de seguridad y las vulnerabilidades en el ejercicio profesional, reconocer los tipos de amenazas recibidas e identificar a los perpetradores de las amenazas o restricciones experimentadas. Asimismo, se analizaron las condiciones laborales y otros riesgos de seguridad vinculados con el entorno de trabajo.

4.6 Indicadores sobre desarrollo mediático y seguridad en el ejercicio periodístico

Para la preparación de este capítulo, se aplicó uno de los instrumentos que evalúa el desarrollo mediático costarricense, de acuerdo con la propuesta de indicadores elaborada por Garro, Solís y Monge (2020a, 2021). En su conjunto constituye una guía para contar con un amplio mapa de la ecología mediática costarricense y profundizar en el conocimiento del estado de la libertad de expresión, el pluralismo

y la diversidad de los medios de comunicación para el ejercicio de la ciudadanía comunicativa.

La propuesta completa consta de seis categorías de análisis, 25 temas, 65 indicadores y 223 subindicadores según la Tabla 4.1. Para la medición se desarrollaron 22 instrumentos con los cuales se recopila información de actores sociales diversos como profesionales de la comunicación, personas con amplia experiencia jurídica, ministros de gobierno, entre otros¹.

Los datos generados permiten conocer la estructura y el funcionamiento de los medios de comunicación así como establecer una línea base para estudios futuros y para la toma de decisiones sobre políticas públicas relacionadas con medios de comunicación.

El instrumento aplicado evalúa los siguientes indicadores²:

- La independencia editorial se respeta en la práctica.
- El personal mediático tiene acceso a instalaciones técnicas modernas y recursos para recoger, producir y distribuir las noticias.
- El personal mediático cuenta con condiciones de protección social y salud ocupacional adecuadas.
- El personal mediático realiza sus funciones en condiciones de trabajo apegadas a la legislación (cobertura de seguridad social, salarios mínimos, jornadas y horarios adecuados).

1 En el capítulo “Ecosistema mediático en deuda con el pluralismo y la diversidad”, desarrollado en el II Informe del Estado de la Libertad de Expresión en Costa Rica (2020) (<http://proledi.ucr.ac.cr/wp-content/uploads/2020/04/Cap%C3%ADtulo-2-Ecosistema-medi%C3%A1tico-en-deuda-con-el-pluralismo-y-la-diversidad.pdf>) se consignan resultados de la aplicación del primero de estos instrumentos, dirigido a las personas directoras de los medios de comunicación.

2 El cuestionario aplicado incluía la evaluación de aspectos adicionales no incluidos en este capítulo.

Tabla 4.1 Indicadores de desarrollo mediático según temas, indicadores y subindicadores por categoría

Categoría	Temas	Indicadores	Subindicadores
El sistema regulador de los medios de comunicación favorece la libertad de expresión, el pluralismo y la diversidad mediática	3	15	65
Las políticas y el accionar del Estado garantizan un sistema de medios plural y diverso	6	13	46
Los medios sirven como plataforma efectiva para el ejercicio democrático	5	10	33
Los medios cuentan con instrumentos de gestión y desarrollan prácticas democráticas	3	10	30
Las condiciones laborales del personal mediático permiten un ejercicio profesional libre y seguro	5	11	32
La oferta formativa para profesionales de la comunicación favorece la libertad de expresión, el pluralismo y la diversidad	3	6	17
Total	25	65	223

Fuente: Elaboración propia.

- Las/los periodistas y el personal mediático asociado pueden ejercer la profesión de forma libre y segura.
- Las/los periodistas y el personal mediático asociado utilizan herramientas tecnológicas para mantener la seguridad digital de sus comunicaciones.
- El derecho de las/los periodistas a proteger a sus fuentes se garantiza en la jurisprudencia y en la práctica.
- El personal mediático tiene derecho a afiliarse a sindicatos independientes y ejerce este derecho.
- El personal mediático conoce y utiliza los mecanismos legales de protección en caso de amenazas y ataques.
- Los sindicatos y asociaciones profesionales realizan acciones de incidencia en defensa de

la profesión.

En cuanto a las dimensiones de seguridad se encuentran:

- Percepción de inseguridad
- Hostigamiento, amenaza y vigilancia
- Confidencialidad de las fuentes
- Impunidad relacionada con las agresiones a periodistas
- Mecanismos de protección
- Autocensura
- Seguridad informática
- Condiciones laborales
- Afectación de las condiciones laborales debido a la pandemia de la COVID-19

El instrumento consistió en un cuestionario aplicado a periodistas activos en medios de comunicación, el cual buscó identificar los riesgos de seguridad y las vulnerabilidades en el ejercicio profesional, así como los tipos de

amenazas recibidas, la evaluación a la luz de una serie de indicadores que puedan causarlas y la identificación de los perpetradores de las amenazas y las restricciones experimentadas.

Al no contar con el universo de personas periodistas, se construyó una lista unificada con: la totalidad de periodistas miembros del Colegio de Periodistas de Costa Rica, quienes atienden temas de educación superior y personas que laboran en medios de comunicación con espacios noticiosos a partir del censo de medios de comunicación realizado en el 2020, según Garro y Solís (2020). Esto permitió la elaboración de un listado unificado con los correos electrónicos personales de 1538 periodistas. Se les envió un cuestionario por vía electrónica y se obtuvieron 499 respuestas, además, 138 correos no fueron entregados porque ya no corresponden al usuario.

Todas las preguntas del cuestionario eran cerradas, de respuesta única o múltiple. Su elaboración incluyó una etapa de validación con 10 periodistas, quienes hicieron sugerencias sobre algunas opciones de respuesta no consideradas, la redacción y orden de las mismas.

El cuestionario, aplicado en septiembre del 2020, iniciaba con dos preguntas de filtro para que fuera respondido únicamente por personas que se desempeñan como periodistas. Esto permitió excluir de las respuestas válidas a aquellas personas comunicadoras que no ejercen el periodismo o se desempeñan en otras áreas. Del total de respuestas recibidas, 151 corresponden a periodistas en ejercicio que trabajan en un medio de comunicación. Como complemento se hicieron una serie de entrevistas a periodistas activos, con el interés de profundizar en el tema de las amenazas. La información recopilada se incorpora en el análisis.

4.7 Principales hallazgos

El cuestionario incluyó una serie de preguntas para conocer algunas características so-

ciodemográficas de los periodistas encuestados. Así, el 44,6% corresponde a mujeres, el 54% a hombres y el 1,4% indicó considerarse de otro género.

Respecto a la formación académica, el 50% cuenta con una licenciatura, el 25% con estudios de maestría o superiores, el 20% con formación de bachillerato universitario y el 5% son bachilleres de colegio o únicamente finalizaron la escuela primaria.

Con respecto a la edad, el 34,5% se ubica en el rango de 35 años o menos, el 41,2% tiene entre 36 y 50 años, el 23% está entre los 51 y 65 años de edad y el grupo de más de 65 años representa el 1,4 %.

En cuanto a la distribución geográfica de los medios donde este grupo ejerce el periodismo, el 72% pertenece a la provincia de San José. Esta característica es coincidente con la distribución geográfica de los medios de comunicación que Garro, Monge y Solís (2020) indican como una de las más destacadas de los medios de comunicación en el país, la cual consiste en una marcada concentración en la región central -el 57% se localiza en la provincia de San José- por ejemplo, solo en el cantón central de San José existen 92 medios de comunicación.

4.7.1 Periodistas perciben que son víctimas de hostigamiento, amenaza y vigilancia al realizar su trabajo

Para conocer cómo perciben los riesgos para el trabajo periodístico, se preguntó si conocían de amenazas recibidas por algún medio de comunicación por su labor y el 67,3% afirmó que sí tenían conocimiento (Figura 4.1).

A quienes afirmaron conocer situaciones de este tipo se les consultó si consideraban que son comunes en Costa Rica y el 70,15% respondió afirmativamente. Esto permite afirmar que del total de personas que respondieron la pregunta, el 46,5% conoce que se realizaron

amenazas a los medios de comunicación y las considera comunes.

Una investigación previa realizada por Garro, Solís y Monge (2019) detectó que en el año 2019 el 42% del total de los medios fue objeto de alguna forma de hostigamiento, amenaza en general o amenaza de cierre, según la información brindada por las direcciones de medios de comunicación. En esa oportunidad, al consultarles si debido al trabajo que realizan habían sido objeto de alguna de esas situaciones, el 27% reportó amenaza, el 25% hostigamiento y el 11% amenazas de cierre.

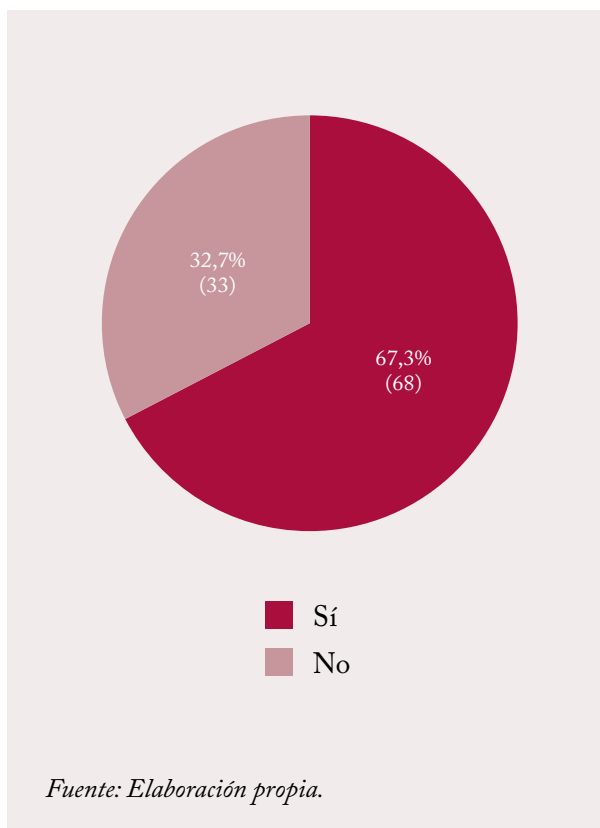
Esta información se retomará más adelante en este documento, con la intención de contrastarla con los resultados de la consulta a las personas que realizan labores periodísticas.

Con respecto al hostigamiento a periodistas, este hace referencia a cualquier conducta abusiva como palabras, gestos, escritos o mensajes por cualquier medio u otro tipo de actos cuyo objetivo sea, intimidar, chantajear o importunar, con el fin de afectar su trabajo, su prestigio profesional, atentar contra su dignidad, integridad personal o su estabilidad emocional. Se hace referencia, además, a una amplia gama de conductas destinadas a perturbar la estabilidad que se requiere para el ejercicio profesional del periodismo³. Es importante aclarar que el hostigamiento así entendido se refiere al que se produce en virtud del trabajo periodístico y no al hostigamiento sexual.

Por su parte, las amenazas implican la manifestación directa del riesgo, como por ejemplo, un mal futuro que podría ser infligido a la integridad física propia, de familiares y

³ Es necesario aclarar que las preguntas que se realizaron en la encuesta fueron de carácter general; como se ha indicado hasta ahora, permiten conocer percepciones sobre el tema. A partir de ellas, estudios posteriores podrían profundizar para conocer la incidencia de aspectos más específicos del acoso, dado el amplio rango de conductas a las que podrían hacer referencia.

Figura 4.1 Conocimiento de amenazas a medios de comunicación por el ejercicio de la labor periodística



personas allegadas, lo que busca causar inquietud y miedo y por tanto afectar la libertad en el ejercicio periodístico.

En cuanto a la vigilancia, esta conlleva una intencionalidad de dar seguimiento a un profesional de la comunicación, que es sostenida en el tiempo y que se percibe como riesgo o amenaza. Supone una labor de seguimiento y monitoreo que podría constituir parte del entorno de hostigamiento.

Sobre estos temas, se les consultó acerca de su propia experiencia con respecto a la exposición a situaciones de hostigamiento, amenaza o vigilancia; el 34,9% indicó su exposición a situaciones de hostigamiento, el 35,5% había recibido amenazas y el 34% fue objeto de vigilancia (Figura 4.2).

En relación con las amenazas, un periodista señaló que: “en varias ocasiones durante la carrera me ha tocado recibir amenazas, sobre todo de demanda... que al final no se han dado porque no me han demandado, pero siempre está como esa situación, ya sea una sugerencia directa o indirecta de que va a haber una demanda de por medio por algún artículo” (Entrevista). Entre las personas entrevistadas existe consenso en que el mayor número de amenazas que se reciben son de carácter jurídico, se amenaza a los periodistas con demandas judiciales por la emisión de contenidos.

Otro periodista compartió una experiencia de vigilancia cuando indicó que “por un tiempo cerca de mi casa frecuentaban carros extraños con vidrios polarizados que cada vez que aparecían sonaba una sirena pero nunca me hicieron nada. Yo esto me lo tomaba con temor, pero con una mente positiva, sin quitarle la re-

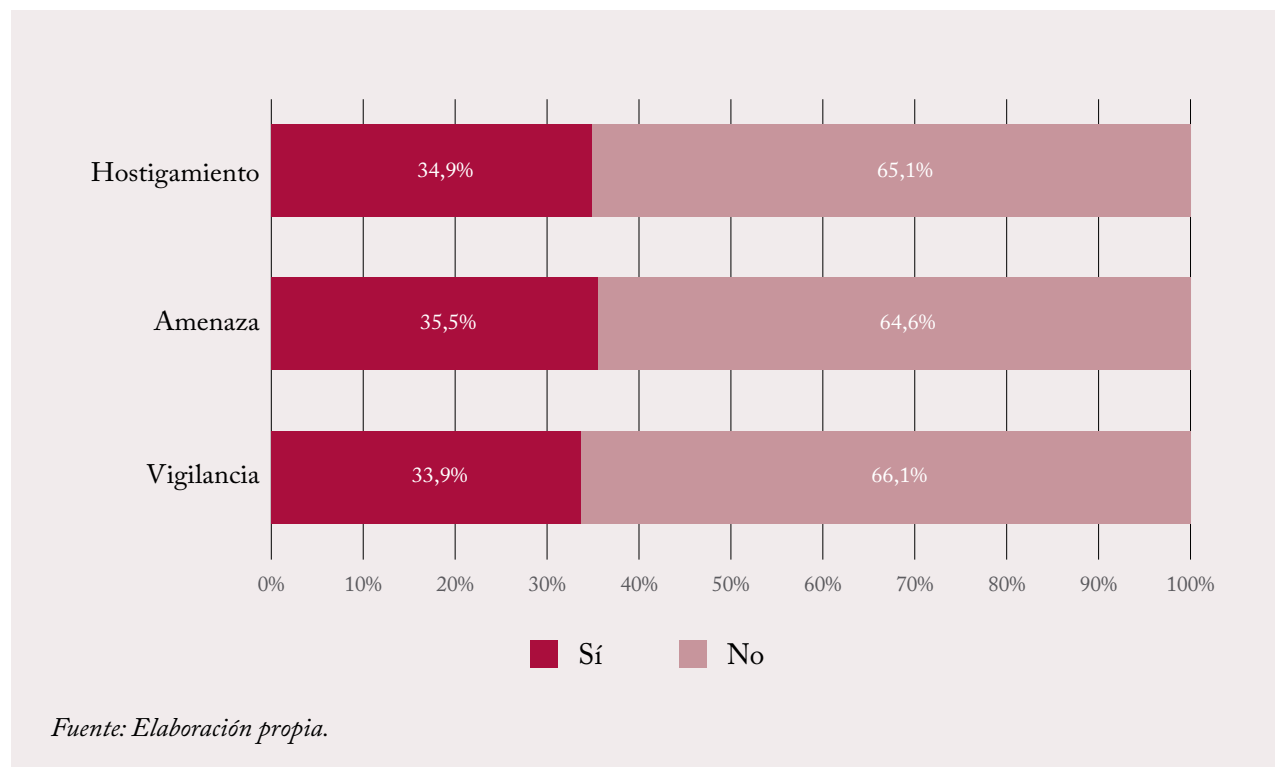
levancia a los hechos. Este tipo de cosas uno asume que van con el puesto” (Entrevista).

Sobre ese mismo tema uno de los periodistas narró un hecho en el que conviven la amenaza, la vigilancia y el hostigamiento:

Un grupo de venezolanos opositores al régimen y radicados en Costa Rica me han llamado para dar a conocer las direcciones de familiares, han vigilado la residencia y oficina desde algún sitio cercano o vehículo y llaman desde un celular privado para reclamar por publicaciones. Detallan quién ha ingresado o salido de la casa en los últimos minutos o si alguien de la familia está afuera, así como para decir que saben a cuál escuela, centro de trabajo o universidad asisten familiares cercanos (Entrevista).

Con respecto al hostigamiento, otro periodista contó que: “he sido objeto de amenazas

Figura 4.2 Exposición a situaciones de hostigamiento, amenaza y vigilancia



y hostigamiento que se han materializado en procesos judiciales. Por ejemplo, un excandidato presidencial molesto por distintas coberturas que he realizado ha emprendido una campaña de desacreditación pública en mi contra y me ha demandado” (Entrevista).

En la Figura 4.3 se resume la exposición a situaciones de hostigamiento, amenaza o vigilancia, según el género. Cabe destacar que las personas que indicaron como género “Otro”, no manifestaron ser objeto de ninguna de estas situaciones, y por ello no aparecen representadas.

Ahora bien, al analizar la relación existente entre el género y el haber estado expuestos a alguna situación de hostigamiento, los datos indican que son los hombres, quienes en un porcentaje mayor, 40,6%, se vieron más afectados por esta situación, frente a las mujeres con un 27,3%.

En el caso de las amenazas, también son los comunicadores quienes en mayor medida las han recibido, 43,1%, frente al 25% de las mujeres. Este dato también coincide con el de vigilancia, en la que los hombres alcanzan el 39,7% y las mujeres el 26,2%.

En estas tres situaciones de riesgo sobre las que se indaga, son los hombres quienes mayor exposición tienen.

Considerando el grupo de personas encuestadas, la mitad (50,5%) se ha sentido expuesta al menos a una de las tres situaciones amenazantes analizadas, el 15,3% a dos de ellas y el 18%, de manera simultánea a las tres, según se muestra en la Tabla 4.2.

Asimismo, con el fin de contar con información más específica, se preguntó si, en virtud de su trabajo como periodistas, habían sufrido algún ataque físico o detención. Un ataque físi-

Figura 4.3 Exposición de periodistas a situaciones de hostigamiento, amenaza o vigilancia, según género

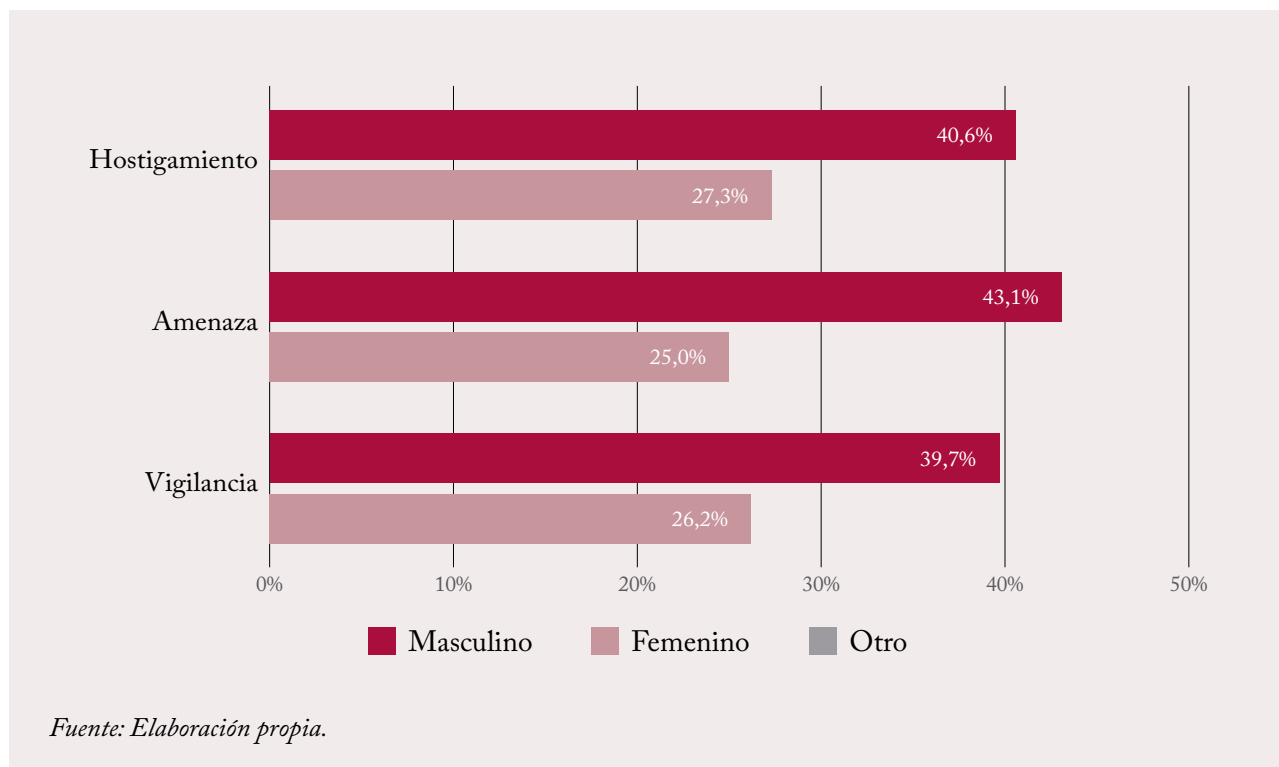


Tabla 4.2 Periodistas expuestos a situaciones de hostigamiento, amenaza o vigilancia, según porcentaje

Cantidad de situaciones de riesgo	Porcentaje
Una	17,1%
Dos	15,3%
Tres	18,0%

Fuente: Elaboración propia.

co evidenciaría la concreción de uno de los riesgos analizados anteriormente.

Cabe destacar que ninguna persona indicó haber sido detenida, lo que remite al aspecto sobre el estado de derecho existente en el país para el ejercicio de la labor periodística. Sin embargo, el 12,6% respondió haber sido objeto de alguna forma de ataque físico. Por las características del instrumento no se indagó acerca de la identidad de los perpetradores de estos ataques. En cuanto a la distribución por género de estos ataques, el 6,7% de las mujeres los recibieron, mientras que de los hombres el 16,9%.

Aunque estos datos no evidencian una situación de violencia significativa en contra de los profesionales en periodismo, sí es importante llamar la atención en torno a que casi el 20% de los hombres se han visto expuestos a situaciones con algún grado de violencia. No obstante, excede los alcances de este estudio ahondar las razones que fundamentan las diferencias por género en la exposición a la violencia, además, profundizar en esta línea de análisis obligaría a considerar diversas condiciones que en los últimos años han variado el ejercicio del periodismo: los cambios en las rutinas de producción y organización de las salas de redacción, la inmediatez de la noticia en demérito de un periodismo orientado a la investigación; además de los cambios en el entorno socioeconómico que conllevan variaciones en las condiciones de seguridad de la población.

Vinculada a la sensación de inseguridad, se encuentra la percepción de que en el país existe una clara impunidad ante las agresiones y la persecución que sufren periodistas y personal de los medios de comunicación. El 63,1% de los encuestados considera que en el país existe impunidad cuando se trata de resolver estas situaciones de violencia. En relación con el género, la percepción de impunidad es semejante, según la Figura 4.4.

En cuanto a la división por edad, sí existen diferencias marcadas en los diferentes rangos, especialmente entre las personas periodistas de 36 a 50 años quienes representan el 73,2% de opiniones. Estas consideran que existe impunidad relacionada con agresiones o persecución al personal mediático (Figura 4.5).

Con respecto a asesinatos de periodistas, en la historia reciente del país ha habido tres casos: el atentado durante una conferencia de prensa en La Penca (1984), dirigido contra Edén Pastora, en el que fallecieron siete personas; el asesinato del periodista Parmenio Medina (2001), productor del programa “La Patada” y el de Ivannia Mora Rodríguez (2003), reportera financiera. Los dos últimos fueron ultimados a quemarropa mientras conducían sus vehículos. Se trata del asesinato de tres periodistas en ejercicio en un lapso menor a 20 años.

Desde la muerte de la periodista Mora no se ha vuelto a presentar un crimen de esta naturaleza. Sin embargo, los tres casos tienen en

Figura 4.4 Porcentaje de periodistas que consideran que en el país existe impunidad relacionada con agresiones o persecución al personal mediático, según género

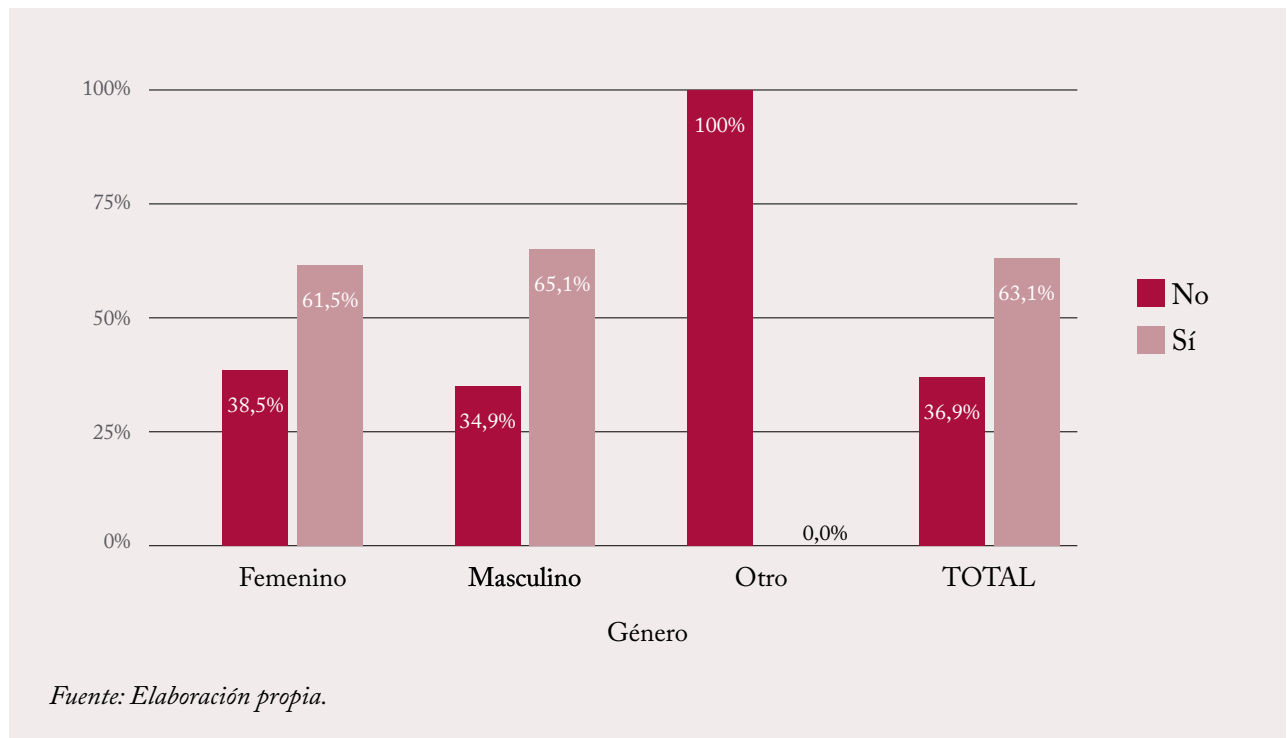
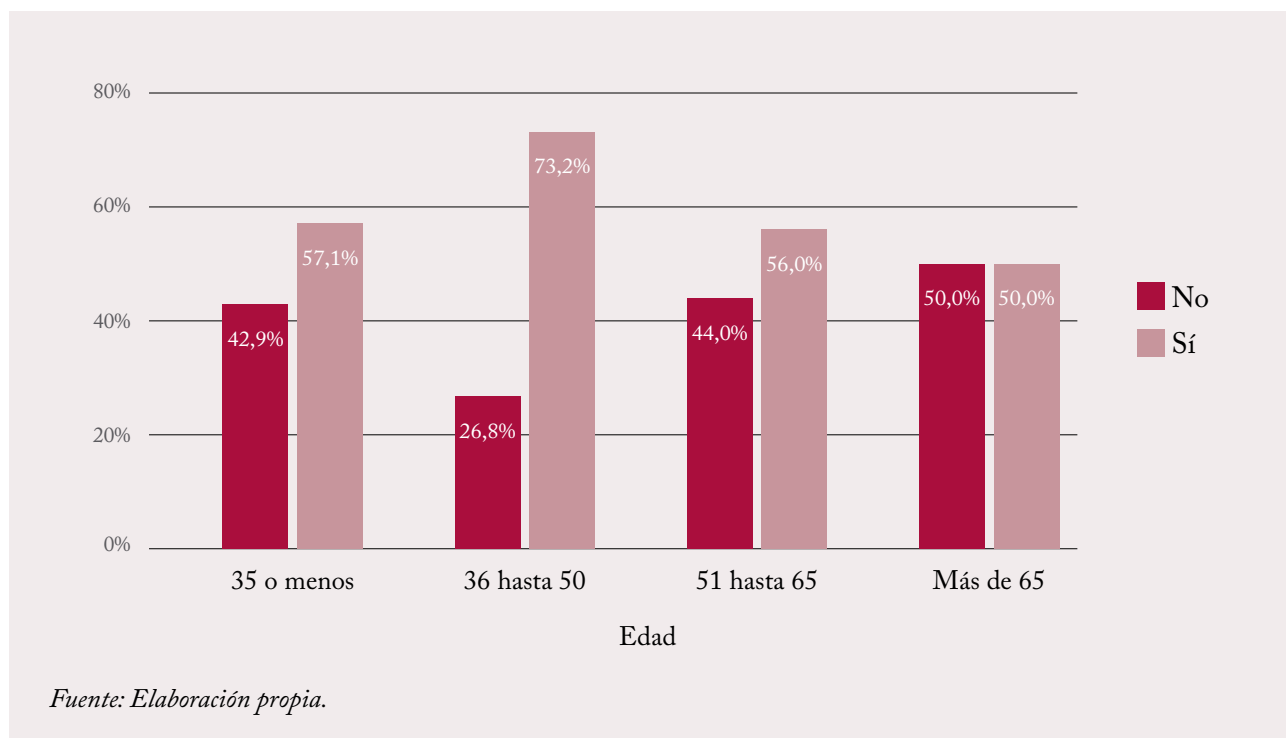


Figura 4.5 Porcentaje de periodistas que consideran que en el país existe impunidad relacionada con agresiones o persecución al personal mediático, según edad



común las dificultades del sistema judicial costarricense para resolver con prontitud. Son casos conocidos que forman parte del imaginario sobre la inseguridad en el ejercicio profesional.

Adicionalmente, la prensa informó del caso del periodista Lafitte Fernández quien debió salir del país debido a las amenazas recibidas, producto de sus investigaciones en torno al crimen organizado.

Si bien es cierto que los datos costarricenses no alcanzan los niveles de gravedad de otros países latinoamericanos en los que los periodistas son forzados al exilio o se atenta directamente contra su vida, es necesario prestar atención y profundizar en el hecho de que la mitad ha sufrido la exposición al menos a una de estas situaciones amenazantes. Al respecto, más del 60% de las personas periodistas considera que en el país existe impunidad ante las agresiones que sufre el personal mediático. Ambos aspectos contribuyen a erosionar las condiciones que la libertad de prensa requiere para su adecuado ejercicio.

4.7.2 Resguardo de la confidencialidad de las fuentes en entredicho

La potestad que tienen las personas periodistas para resguardar la confidencialidad de las fuentes es uno de los principios básicos para el ejercicio de la libertad de expresión. Tutela el ejercicio profesional y el derecho de acceso a la información sobre asuntos de interés público.

Sobre este tema, se consultó a las personas encuestadas si consideraban que es posible el mantenimiento de la confidencialidad de sus fuentes sin temor a ser enjuiciadas u hostigadas; el 59,2% respondió que sí es posible. Aunque el porcentaje en desacuerdo es menor, supera el 40%. El dato es significativo en un país en el que la Sala Constitucional ha reconocido, por la vía jurisprudencial, el derecho al secreto de las fuentes periodísticas.

En relación con el género, la percepción de seguridad es ligeramente mayor entre mujeres que entre hombres, como se observa en la Figura 4.6.

El derecho de las personas periodistas a mantener en el anonimato la identidad de sus fuentes de información es, más que un privilegio, la garantía de que su trabajo puede contribuir a hacer del conocimiento colectivo información de interés público y de esa forma cumplir con la función social del periodismo.

Además, la protección de las fuentes periodísticas constituye así una garantía para la sociedad de recibir información y, por tanto, contribuir a la transparencia y el ejercicio de otros derechos en el ámbito democrático. El hecho de que cerca de la mitad de las personas periodistas consultadas no expresan confianza en que este derecho se pueda resguardar en el ámbito costarricense, constituye una razón de alarma que demanda atención.

4.7.3 Casi un tercio de periodistas ha practicado la autocensura

Figaro y Nonato (2016) definen la censura como el proceso de represión de la libertad de expresión e indican que está directamente relacionada con el poder, provenga o no del Estado. La autocensura, por su parte, aparece en el periodismo como omisión o como manipulación de la realidad, realizada por el periodista o la empresa periodística, con el fin de engañar al lector o privarle de datos relevantes.

Estas autoras advierten que la democracia lleva implícito el supuesto del derecho a la libertad de expresión, sin embargo, en el mundo del trabajo esa libertad permanece controlada por el interés privado de los medios de comunicación y las relaciones con el entorno.

Es así como el trabajo periodístico se ve afectado por formas sutiles y poco reconocidas de autocensura como lo son la línea editorial y

el público al que se destina el contenido mediático que incluye y excluye formas de enunciación, temáticas e imágenes. A ello se suman las, a menudo, precarias condiciones para la investigación, propias de un periodismo cada vez más centrado en la inmediatez de la noticia.

Otras formas de autocensura que exploran Figaro y Nonato (2016) son el silencio y la omisión. La primera, constituye una incorporación de lo no dicho y una forma de supervivencia del periodista en relación con la empresa. La segunda se vincula con acciones como olvido, descuido, falta o negligencia y constituye un error con consecuencias éticas en la cobertura periodística.

Aunque existen diversas razones y formas en las que se expresa la autocensura, para este estudio se parte de que conlleva ocultación, es decir, la ausencia de hechos reales en la publicación periodística.

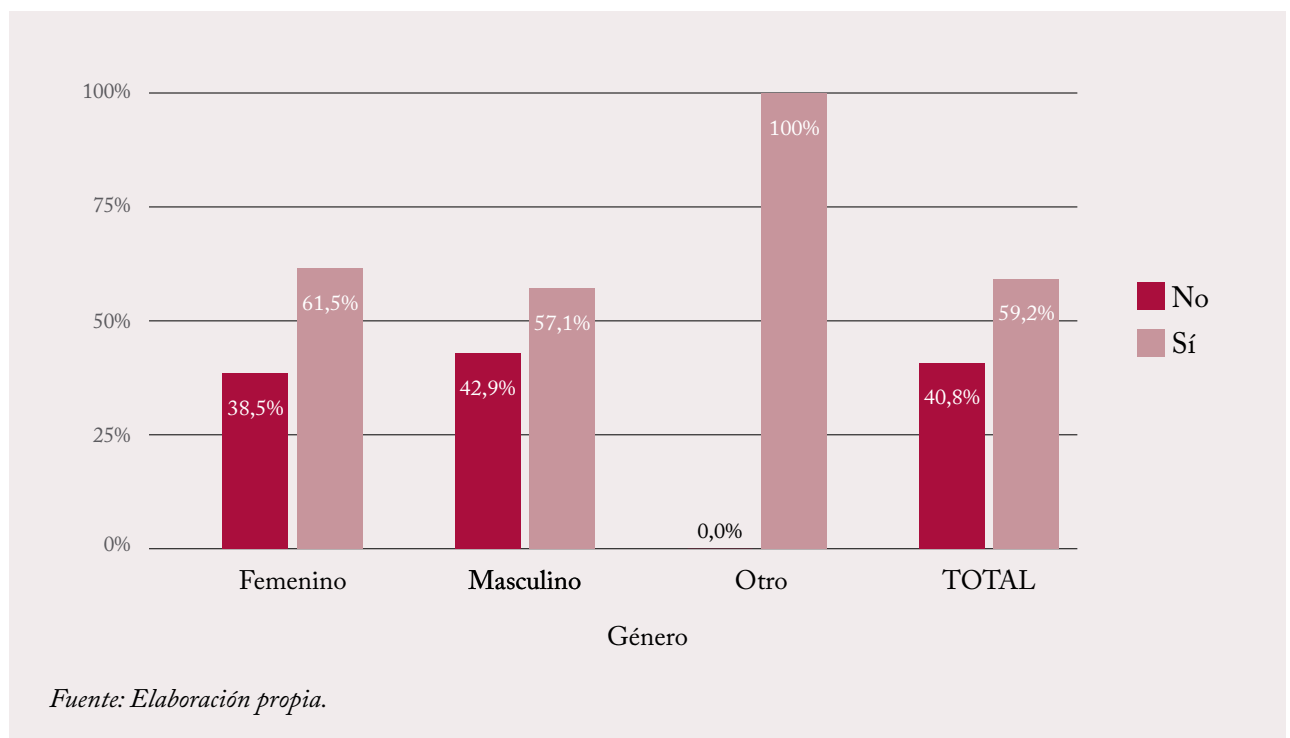
Esta no es producto de una omisión casual o por motivo de desconocimiento, es el silencio que ocurre en la nota periodística e incluso en el planteamiento de las ediciones.

En los resultados de la encuesta, la autocensura toma forma al dejar de informar y tiene como motivación el temor a represalias que se manifiestan como castigos, hostigamiento o ataques. Aunque el porcentaje de periodistas que asegura nunca haber dejado de informar por estas razones es mayoritario, el grupo que sí ha dejado de informar es significativo y alcanza el 27% (Figura 4.7).

Con respecto a la división por género, un mayor porcentaje de hombres que de mujeres afirmó haber practicado la autocensura, 30,2% frente a 23,1%.

En cuanto a la edad, son los periodistas veteranos los que indican en mayor porcentaje haber practicado la autocensura, el cual alcan-

Figura 4.6 Porcentaje de personas periodistas que consideran, pueden proteger la confidencialidad de sus fuentes sin temor a ser enjuiciadas o castigadas



za el 50%. Entre los más jóvenes, con edades inferiores a los 35 años, el porcentaje es menor, representando el 14% (Figura 4.8).

En relación con la formación académica, llama la atención que entre las personas con menor formación se presenta el mayor porcentaje de práctica de autocensura. Sin embargo, entre los demás grupos las diferencias no son significativas (Figura 4.9).

La cantidad de periodistas que de forma racional ha practicado la autocensura por temor a las consecuencias en materia de seguridad de su quehacer, alcanza casi un tercio. Aumentar el nivel de formación escolar podría funcionar como una forma de contrarrestar esta práctica, reconocida en mayor medida por los hombres. Como se indicó, se trata de una de las razones de esta práctica que puede tener orígenes y expresiones más sutiles.

Figura 4.7 Porcentaje de periodistas que consideran que dejaron de informar de algún tema por temor a castigos, hostigamiento o ataque

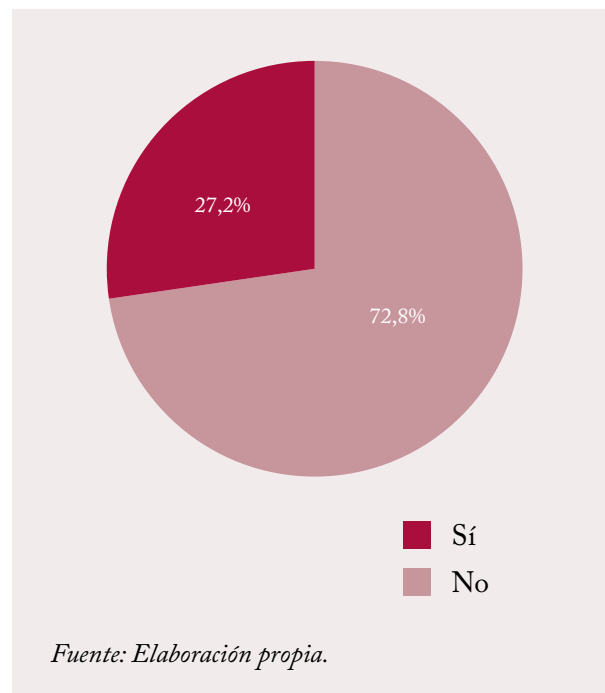


Figura 4.8 Porcentaje de periodistas que dejaron de informar por temor a castigos, hostigamiento o ataque, según edad.

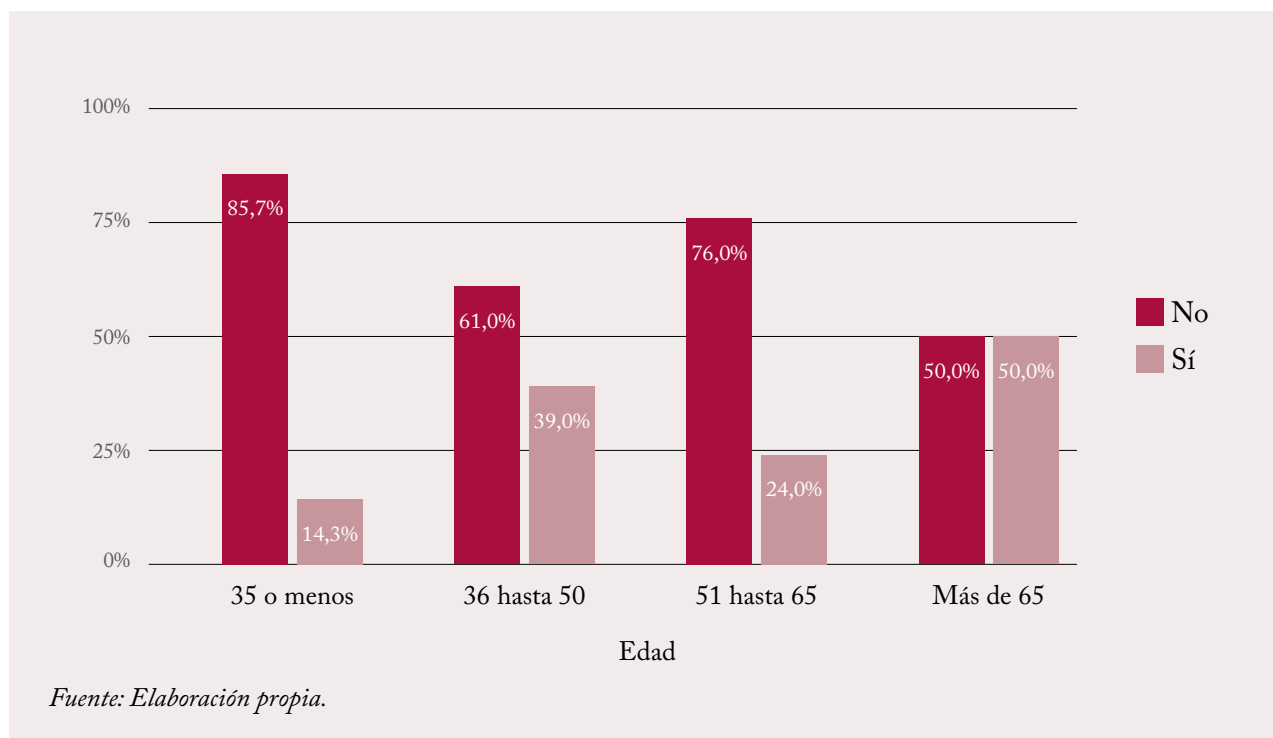
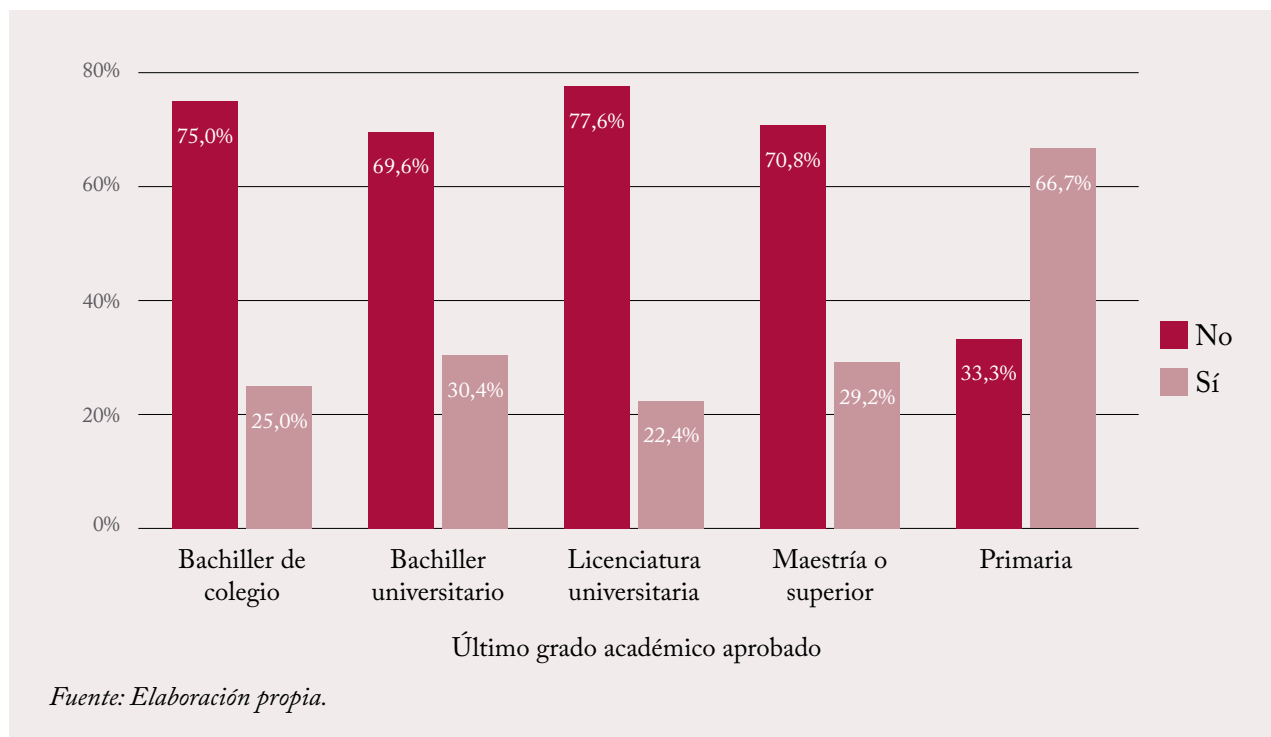


Figura 4.9 Porcentaje de periodistas que dejaron de informar por temor a castigos, hostigamiento o ataque, según grado académico



4.7.4 Se desconocen y se utilizan poco las herramientas de seguridad informática

En el ámbito del ejercicio periodístico la seguridad informática se refiere a las prácticas que permiten proteger la infraestructura, los procesos de investigación y los datos resultantes de las investigaciones. Sin un adecuado entorno informático que garantice la seguridad, los periodistas podrían poner en riesgo la libertad de expresión y su propia seguridad personal al transparentar los procesos de navegación y búsqueda de datos, sus comunicaciones y relaciones con las fuentes de información e incluso sus desplazamientos. Es por ello que este tema es central al valorar las condiciones de seguridad para el ejercicio profesional.

En este capítulo se evalúan tres dimensiones de la seguridad informática: disponibilidad de herramientas para la navegación anónima, disponibilidad de herramientas para la anoni-

mización y disponibilidad de herramientas para la encriptación.

La navegación anónima hace referencia a la utilización de la World Wide Web mientras se oculta la identificación personal de los sitios web visitados. Existen programas que permiten ocultar el origen y el destino de la información.

Sobre esta dimensión, se consultó si en su quehacer los periodistas hacen uso de herramientas para la navegación anónima; casi el 50% dijo que no y poco más del 16% indicó no estar seguro; únicamente el 34,2% de los profesionales manifestó que sí las utiliza.

La distribución por edad muestra que en el rango de periodistas más jóvenes el conocimiento y uso de este tipo de herramientas es mayor. En contraposición, en igual porcentaje, el grupo de mayor edad no utiliza estas herramientas y las desconoce: a mayor edad, menor uso de esta tecnología (Figura 4.10).

Figura 4.10 Porcentaje de periodistas que disponen de herramientas para la navegación anónima, según edad

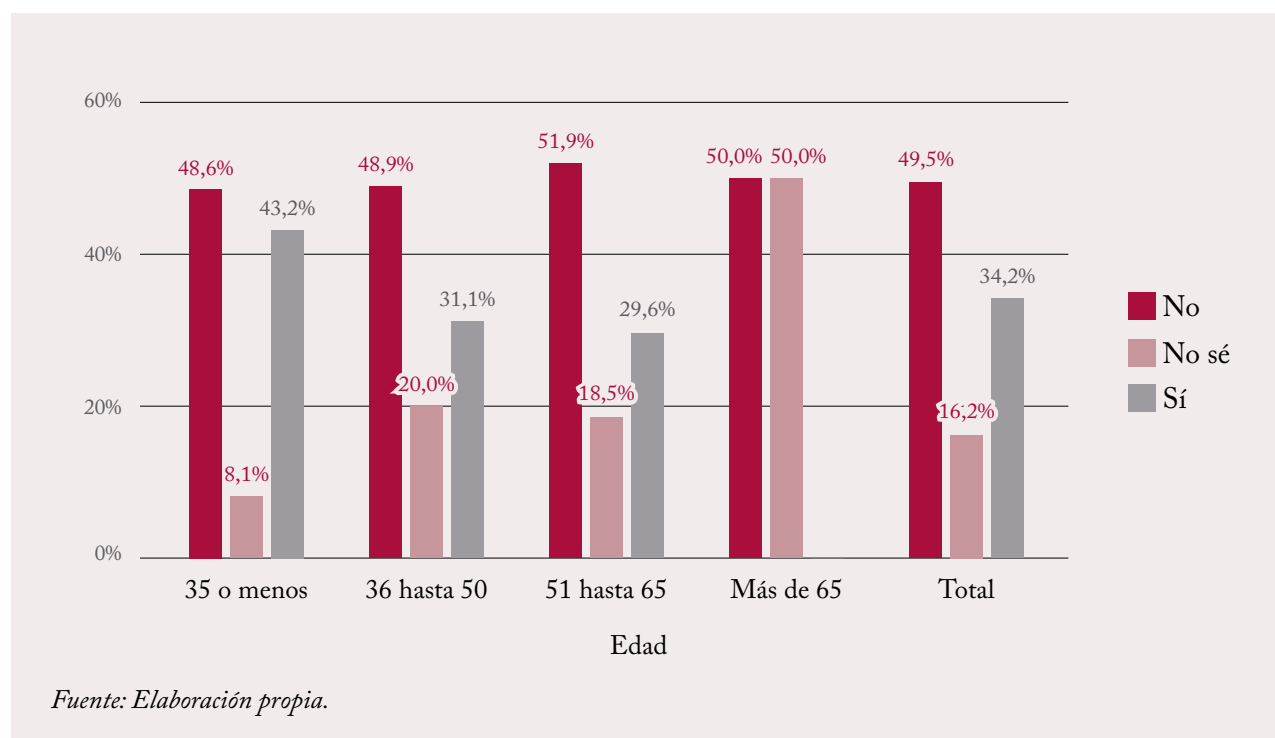


Figura 4.11 Porcentaje de periodistas que usan herramientas anonimizadoras para proteger su privacidad, según edad

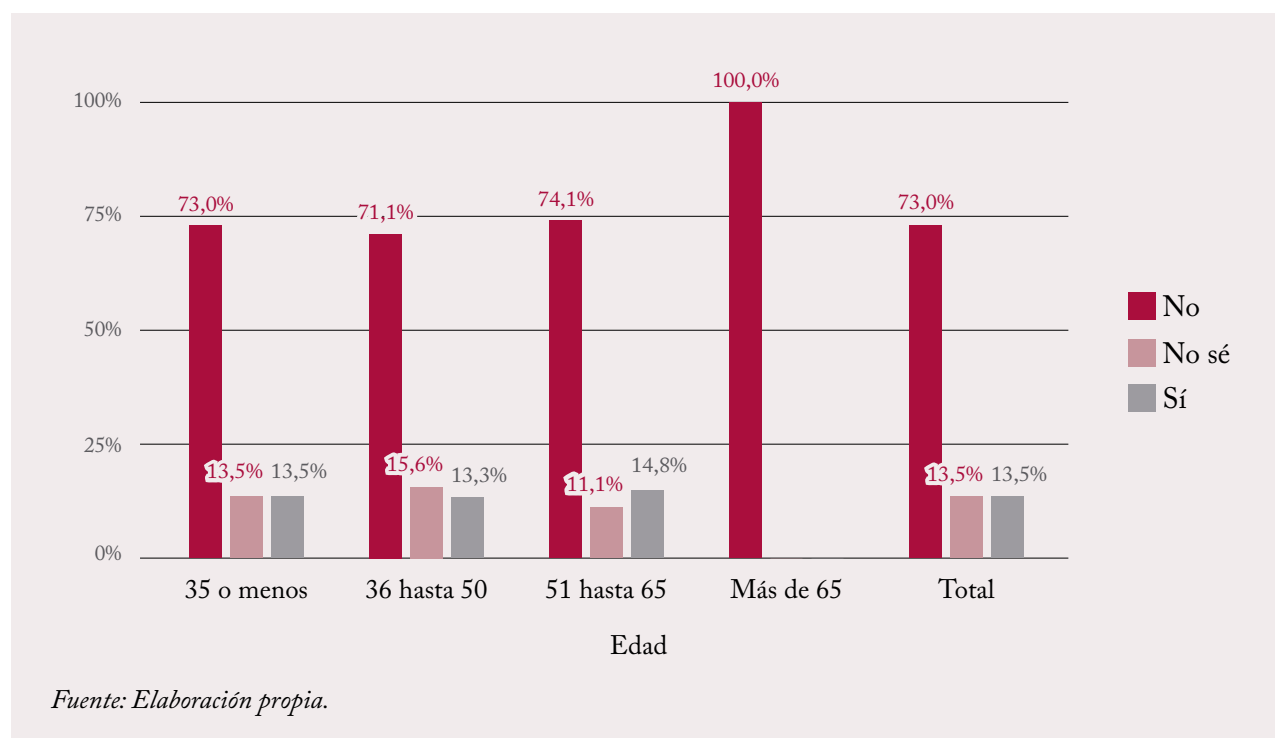
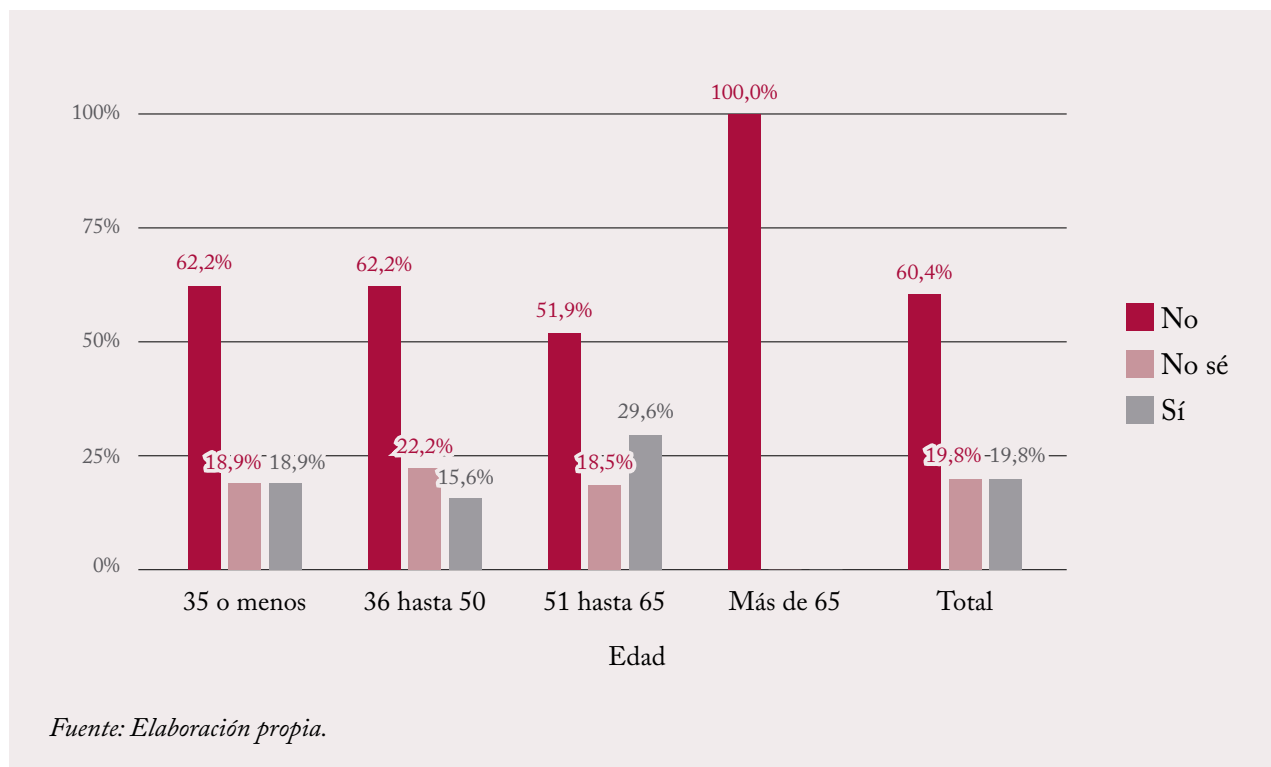


Figura 4.12 Porcentaje de periodistas que disponen de herramientas de encriptado, según edad.



En cuanto a las herramientas anonimizadoras, estas permiten eliminar la información de identificación personal de conjuntos de datos de manera que se resguarda la identidad de las personas que realizan las búsquedas y procesamiento de información. Su uso es relevante en el periodismo de investigación y en el periodismo de datos que recurren a búsquedas en línea de grandes grupos de datos y procesamiento estadístico. Se indagó sobre el uso de este tipo de herramientas con el resultado de que el 73% no las utiliza y 13,5% las desconoce.

Únicamente el 13,5% las utiliza; además, entre estas personas ninguna cuenta con más de 65 años. Entre los otros grupos de edad, el uso se mantiene bajo y oscila entre el 13,3% y el 14,8%, como se muestra en la Figura 4.11.

Con respecto a la encriptación de datos o cifrado de archivos es un procedimiento para que un archivo se vuelva ilegible si la persona

interesada en su lectura carece de la contraseña para acceder a la información contenida.

En la Figura 4.12 se muestra que el 60,4% de los encuestados no dispone de herramientas para la encriptación de datos, asimismo se igualan casi en el 20% quienes no saben si las tienen y quienes sí las tienen.

Al igual que en el caso de las herramientas anonimizadoras, el 100% de los periodistas de 65 años y más no utilizan herramientas para la encriptación. Entre los otros grupos el uso oscila entre el 15,6% y el 29,6%.

Como se indicó, casi un tercio de los periodistas entrevistados reportó la exposición a situaciones de hostigamiento, amenazas o vigilancia. Este porcentaje es relativamente alto si se considera el prestigio que ha caracterizado al país en materia de libertad de expresión. Sin embargo, solamente el 22,5% de los profesionales encuestados tiene acceso a herramientas para

la seguridad cibernética. Este dato no guarda proporción con la necesidad de garantizar la seguridad de las personas periodistas.

El escaso uso, sumado al desconocimiento de herramientas para la navegación anónima, la protección de la privacidad y el encriptado de información entre la vasta mayoría de periodistas evidencia la fragilidad de las medidas de seguridad ligadas al uso de tecnologías de comunicación. Se trata de un aspecto de la seguridad que resguarda dimensiones importantes de la práctica periodística, como la investigación y el anonimato de las fuentes.

4.7.5 La mitad de los periodistas desconoce procedimientos y mecanismos de protección

Frente a las diversas situaciones del entorno que pueden amenazar la seguridad, a continuación se analiza el conocimiento que tienen las personas periodistas sobre los procedimientos y los mecanismos de protección con que cuentan para resguardar su práctica.

Estos procedimientos son de carácter interno de los medios y se refieren a la capacidad que tienen para responder a situaciones de amenaza hacia su personal. Únicamente el 26,1% de los medios de comunicación dispone de protocolos para reaccionar en caso de amenaza o detención de uno de sus periodistas, según indican ellos mismos. La carencia de este tipo de instrumentos de protección, de carácter preventivo, podría ser un elemento más que contribuye a la percepción de inseguridad entre los periodistas.

El 58,3% de los periodistas desconoce los mecanismos de protección que el medio donde laboran podría poner a su disposición en caso de un ataque, una amenaza o una situación de acoso en virtud de su trabajo.

Además de los procedimientos para la protección de sus periodistas con que cuenta cada uno de los medios de comunicación, existen los

mecanismos de protección de los derechos humanos, los cuales son instrumentos normativos instituidos en el ámbito nacional, regional o internacional para proteger a las personas de una posible vulneración de sus derechos, asumidos en la legislación por los propios estados.

Al respecto, Marie (1996) reconoce la existencia de una serie de órganos cuya función esencial es la de asegurar que los Estados respeten las normas que han sido adoptadas por ellos mismos, e incluye, en el caso de Costa Rica, instancias como la Sala Constitucional, la Defensoría de los Habitantes y la Corte Interamericana de Derechos Humanos.

Sobre este tema, se consultó a los periodistas si tienen conocimiento acerca de los procedimientos legales que deben seguir en caso de ser objeto de situaciones de amenaza, ataque o acoso, y, ante las tres situaciones, el porcentaje de conocimiento y desconocimiento ronda el 50% (Figura 4.13).

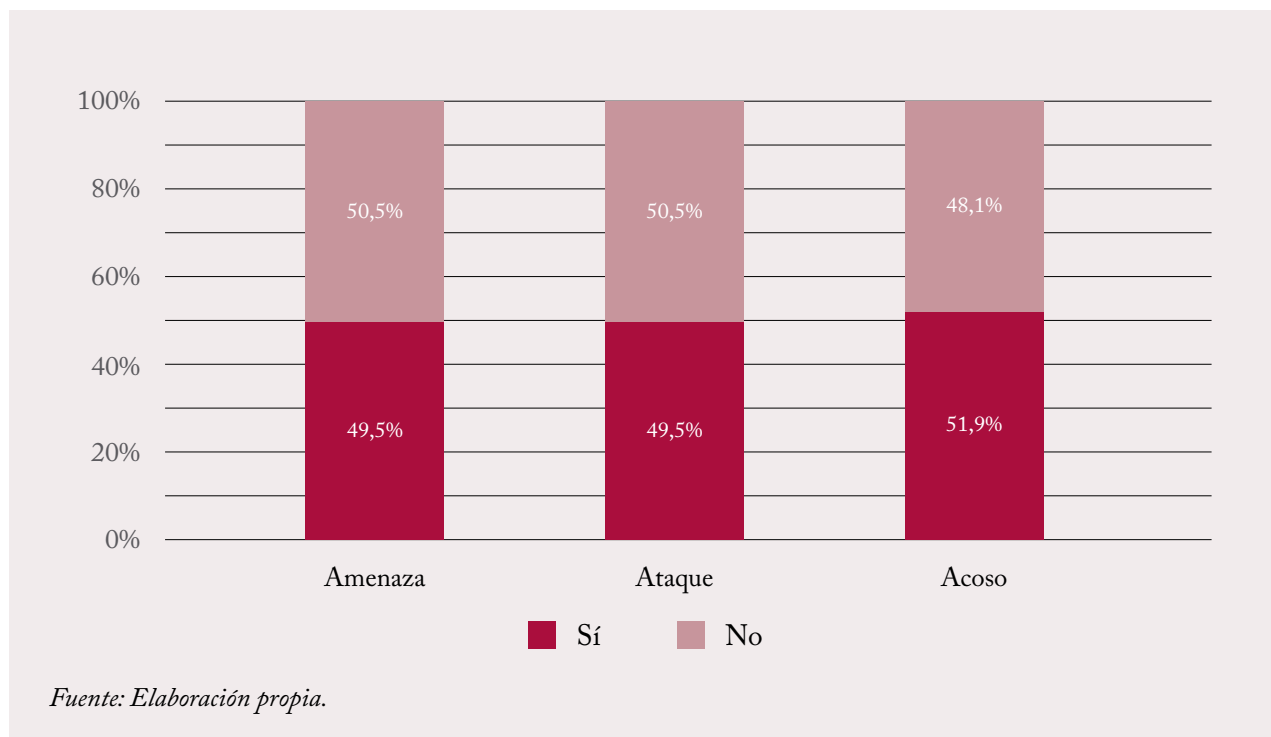
En resumen, en relación con los procedimientos de los medios y los mecanismos de protección, una parte importante de periodistas desconoce cómo debería actuar en caso de amenazas a su seguridad y no cuenta con protocolos establecidos por parte de los medios.

Es posible que la aparente desatención de los medios de comunicación al establecimiento de protocolos de seguridad y el desconocimiento de los periodistas de los mecanismos de protección, sean el resultado de la carencia de amenazas de la magnitud que se viven en otras naciones cercanas.

Sin embargo, estas situaciones, sumadas a las percepciones de inseguridad a las que se hizo referencia, construyen un encuadre que urge de atención con el fin de brindar mayor resguardo al ejercicio de la libertad de expresión del personal periodístico.

Hasta aquí las variables analizadas hacen referencia a las percepciones de los periodistas

Figura 4.13 Porcentaje de periodistas que conocen los procedimientos legales a seguir en caso de amenaza, ataque o acoso



sobre su propia seguridad y las condiciones con las que cuentan en los medios de comunicación para realizar su trabajo.

En el siguiente apartado, se profundiza en las condiciones para ejercer la libertad de expresión. Cuando es posible, estas opiniones se contrastan con las emitidas por directores y dueños de medios de comunicación y que fueron analizadas en el Segundo Informe de la Libertad de Expresión en el artículo “Ecosistema mediático en deuda con el pluralismo y la diversidad” (Garro et al., 2019).

4.7.6 Acuerdos parciales entre periodistas y directores de medios de comunicación sobre amenazas a la libertad de expresión

Como se indicó anteriormente acerca de las percepciones sobre hostigamiento, amenaza y vigilancia, del total de periodistas que respondieron la encuesta, el 46,5% considera que las

amenazas a los medios de comunicación son comunes en el país. El 67,3% tiene conocimiento de que los medios de comunicación han recibido amenazas; esto no permite afirmar que hayan sufrido estos hechos de manera directa, pero sí que han accedido a información sobre hechos de esta naturaleza.

En el Segundo Informe del Estado de la Libertad de Expresión, Garro, Solís y Monge (2020) reportaban que el 27% de los directores de medios había recibido alguna amenaza en general, el 25% había sido objeto de hostigamiento y el 11% había recibido alguna amenaza de cierre.

Para continuar con este ejercicio y profundizar en las percepciones sobre la seguridad para la libertad de expresión, se indagó la opinión de las personas periodistas sobre el origen de las amenazas, con el fin de contrastarlas con la consulta realizada a directores o propietarios

de medios de comunicación (Garro, Monge y Solís, 2019).

Al respecto, tanto periodistas como directores de medios de comunicación concuerdan en que los grupos políticos son la mayor fuente de amenazas para los medios. Es así para el 50% de los periodistas y el 71% de los directores (ver Figura 4.14).

La segunda fuente de amenaza identificada difiere, pues para los periodistas son los grupos de presión y para los directores esta fuente de amenaza ocupa el tercer puesto (los directores señalaron al Estado como la segunda fuente de amenaza). Sin embargo, llama la atención que el porcentaje es semejante entre ambos grupos: 48% de los periodistas y 45% de los directores los señalan como fuente de amenaza.

Para los periodistas, en el tercer lugar de las amenazas se encuentran los sujetos en investigación periodística y el crimen organizado,

ambos con un 41% de las opiniones. Es importante aclarar que la opción “Sujetos en investigación periodística” no se incluyó en la encuesta realizada a directores de medios. En la Figura 4.14 se presenta el detalle de la comparación.

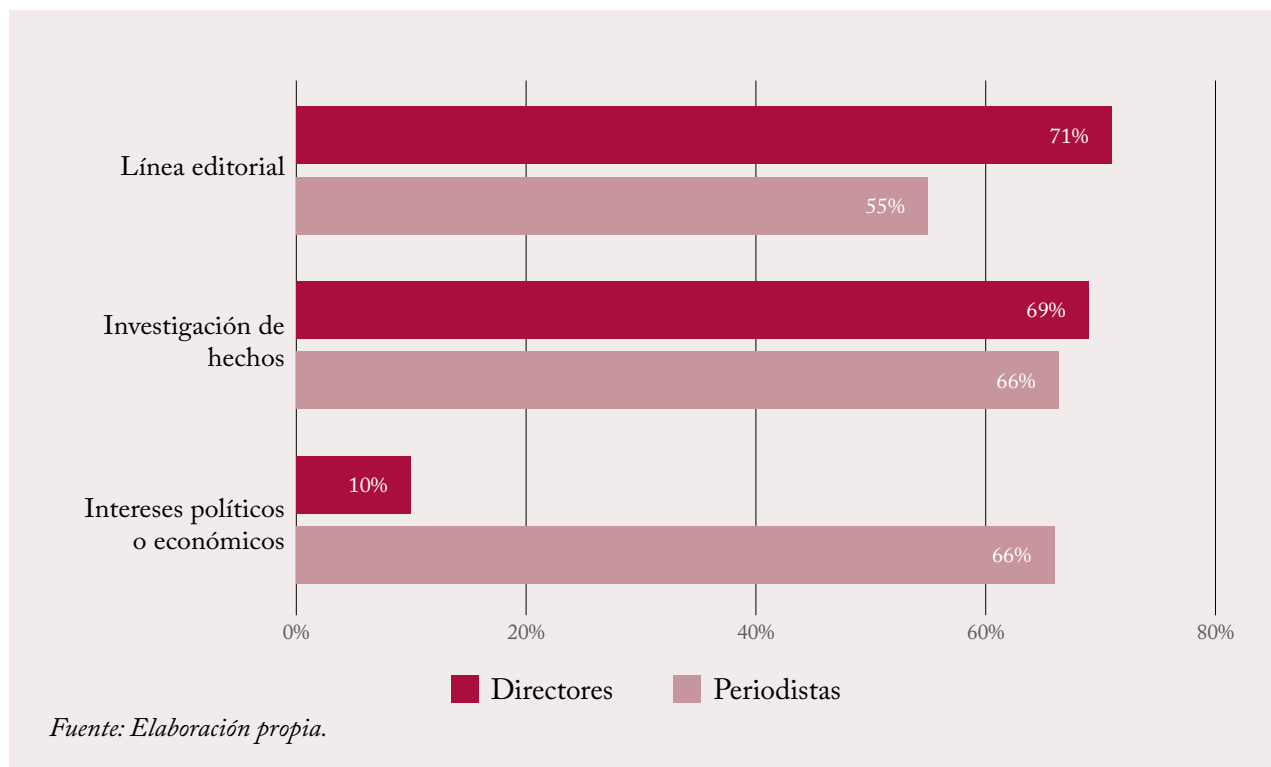
Es destacable que en las respuestas sobre los grupos de presión, los grupos privados y el crimen organizado, existe una relativa coincidencia en las respuestas de periodistas y directores. Por el contrario, en lo que se refiere al Estado como fuente de amenaza, hay una clara diferencia entre ambos, pues el 52% de los directores lo considera amenazante frente a un 23% de los periodistas.

En cuanto al origen de las amenazas a la libertad de expresión, se presentan diferencias marcadas entre ambos, como sugiere la Figura 4.15. Los periodistas señalan en primer lugar, los intereses políticos o económicos (66%), y en segundo lugar, la investigación de hechos (66%). En el caso de los dueños y direc-

Figura 4.14 Opinión de periodistas y directores acerca del origen de las amenazas a medios de comunicación



Figura 4.15 Opinión de periodistas y directores acerca del origen de las amenazas a medios de comunicación



tores de medios de comunicación, indican que la línea editorial del medio reviste la importancia mayor (71%).

El mayor desacuerdo se relaciona con la importancia que revisten los intereses políticos o económicos como razones para recibir amenazas, ya que únicamente es mencionada por el 10% de los dueños y directores de los medios de comunicación.

Al igual que otros aspectos analizados en este capítulo, se trata de acercamientos cuantitativos que se verían enriquecidos con análisis posteriores que atiendan a aspectos específicos, por ejemplo: ¿por qué la percepción sobre el origen de las amenazas es en general mayor entre directores de medios que entre periodistas?; ¿cuáles son las razones por las que este grupo asigna tanta importancia relativa al papel del Estado como origen de las amenazas a los medios de comunicación?; profundizar un poco más en el papel de grupos de presión, grupos

privados y crimen organizado como amenazas al trabajo periodístico y de los medios de comunicación, entre otros aspectos.

Como se señaló, para complementar el análisis de los datos se entrevistó a seis reporteros, quienes dijeron que las amenazas de demanda legal a los medios de comunicación son las más comunes. También indicaron que los medios comerciales son intimidados con el retiro de la pauta publicitaria, no así con amenazas físicas o de intimidación directa al personal. Lo que intentan es amedrentar con juicios contra el honor u otro tipo de procesos judiciales. También se presenta como desacreditación pública, especialmente en las redes sociales.

4.7.7 Múltiples condiciones de precariedad laboral amenazan el ejercicio periodístico

Solís (2014) indica que la precarización del trabajo se refiere al deterioro en la calidad

de los empleos en general y se presenta como producto de la conjugación de procesos económicos, sociales y culturales, los cuales operan en diferentes escalas, imbricaciones sociales y contextos específicos. Elementos como la flexibilización laboral, la disminución de los salarios, eliminación de medidas de protección e incluso despidos, hacen referencia a situaciones de esta naturaleza.

En el caso del empleo de periodistas, las condiciones de contratación se ven afectadas por fenómenos del contexto, como los cambios a las tecnologías que se traducen en nuevas formas de consumir contenidos, pérdidas de las audiencias, redefinición de los perfiles laborales y reestructuración de las empresas periodísticas que conducen a la pérdida de empleos (Carazo, 2016).

La precariedad laboral, expresada en salarios inferiores al mínimo de ley y la vulneración de otros derechos laborales, como seguros y prestaciones sociales, son condiciones de trabajo que pueden quebrantar la libertad de expresión.

Los periodistas que reciben honorarios inferiores a los establecidos por la ley, o insuficientes para atender sus necesidades mínimas, no estarán en capacidad de dar contenido al ideal de un periodismo capaz de mediar la información entre las distintas dimensiones de la vida pública y la ciudadanía. Su exposición a los espacios en los que se toman decisiones trascendentales en los niveles locales, regionales o del país será menos independiente en la medida que sus honorarios sean insuficientes e incluso, tareas como la investigación periodística deben ser postergadas frente a la producción de noticias propias del reportaje diario. En los últimos dos años las condiciones salariales de los periodistas se vieron fuertemente afectadas por una decisión del Ministerio de Trabajo y por las condiciones propias de la pandemia de la COVID-19.

Aunque en Costa Rica la pertenencia al Colegio de Periodistas (COLPER) no es obli-

gatoria, como consecuencia de la jurisprudencia de la CIDH y de la Sala Constitucional, existió hasta el año 2019 un salario mínimo equiparado para todos los académicos. Ese salario, actualizado anualmente por decreto del Poder Ejecutivo, consideraba las particularidades del ejercicio periodístico y era superior al de otros profesionales.

Sin embargo, los acontecimientos desarrollados en el año 2019 hicieron que el Consejo Nacional de Salarios modificara la escala salarial para periodistas, afectando principalmente a los que no cuentan con el grado universitario de licenciatura.

La diferencia entre el salario anterior y el aprobado corresponde a un complemento por disponibilidad que debe ser negociado en cada caso individual (ver Tabla 4.3).

Entre los hechos que condujeron a esta modificación está el acuerdo del Colegio de Periodistas que indicaba: “a las personas que se hacen llamar periodistas y que no tienen el título que lo acredite, que desistan en denominarse como tal (...)” y que en “(...) el caso de que las personas se sigan identificando como periodistas, sin tener el título académico que lo acredite, serán denunciadas”.

Ante esto, los periodistas César Barrantes, Luis Madrigal y Alejandro Fernández interpusieron un recurso de amparo ante la Sala Constitucional contra el Colegio de Periodistas.

Como resultado, la Sala Constitucional (2019) declaró con lugar el recurso e indicó en el voto 2019-15039 que el comunicado del COLPER “cumple una amenaza a los derechos fundamentales de las personas periodistas, en el tanto el Colegio de Periodistas está perturbando el ejercicio del periodismo y por ende, al derecho a la libertad de expresión y a la libertad de prensa”. La opinión de la Sala retoma sentencias anteriores e indica que este tipo de intento de restricciones a la libertad de expresión no están autorizadas por el artículo 13.2 de la Con-

Tabla 4.3 Salarios mínimos para periodistas en el sector privado (2019)

Categoría	Salario mínimo	Plus de disponibilidad (+23%)	Total con plus	Diferencia con plus	Diferencia sin plus
Empíricos semicalificados (ahora)	€332.590	€0	€332.590	-€484.911	-€484.911
Empíricos calificados (ahora)	€349.623	€0	€349.623	-€467.877	-€467.877
Bachilleres (ahora)	€553.124	€127.219	€680.343	-€137.157	-€264.376
Licenciados (ahora)	€663.772	€152.668	€816.440	-€1.061	-€152.668

Fuente: Tabla - Delfino.cr, Fuente - Ministerio de Trabajo

vención Interamericana de Derechos Humanos y su aplicación violaría el derecho de toda persona a buscar y difundir informaciones e ideas por cualquier medio y por tanto el derecho de la sociedad a recibir información sin trabas.

Los votos de la CIDH y la Sala Constitucional reafirman que en el país es innecesaria la colegiatura o contar con un grado académico o título específico para ejercer las labores periodísticas.

En la Tabla 4.3 se muestra la disminución salarial según el grado académico. El salario anterior era de €817.500 colones al mes, independientemente de su formación académica. Con la escala aprobada, los salarios de todos los periodistas son equiparados con los de otros profesionales y se elimina del salario neto el rubro de disponibilidad (23% del salario mínimo) que es convertido en un plus salarial que opcionalmente paga el empleador.⁴

En el mayor rango de afectación se encuentran las personas no profesionales, los lla-

mados empíricos, cuyo salario se ve reducido en más de un 50%.

Como parte de esta investigación se consultó a los periodistas si sus ingresos salariales eran equivalentes, al menos, al salario mínimo de ley. El 33,3% respondió que no, dando como resultado que un tercio de los periodistas ejercen la profesión en condiciones de precariedad salarial. La Figura 4.16 muestra que los grupos más vulnerables a la precarización salarial son los periodistas más jóvenes y los de mayor edad.

También se indagó sobre la relación entre el género y recibir el salario mínimo que establece el decreto de ley. En ese sentido, destaca que los hombres son los que están más expuestos a recibir salarios inferiores al mínimo de ley y porcentualmente casi doblan a las mujeres en esta condición (Figura 4.17).

Al respecto, Garro y Solís (2019) identificaron que una de las características del universo mediático costarricense es la concentración en la Gran Área Metropolitana y particularmente

4 En el año 2020 el decreto sobre salarios mínimos que anualmente emite el Consejo Nacional de Salarios ajustó el pago mensual a periodistas con grado de bachillerato a

€567.772 el de licenciatura a €680.565.

Figura 4.16 Porcentaje de periodistas que reciben salario de la ley, según grupos de edad

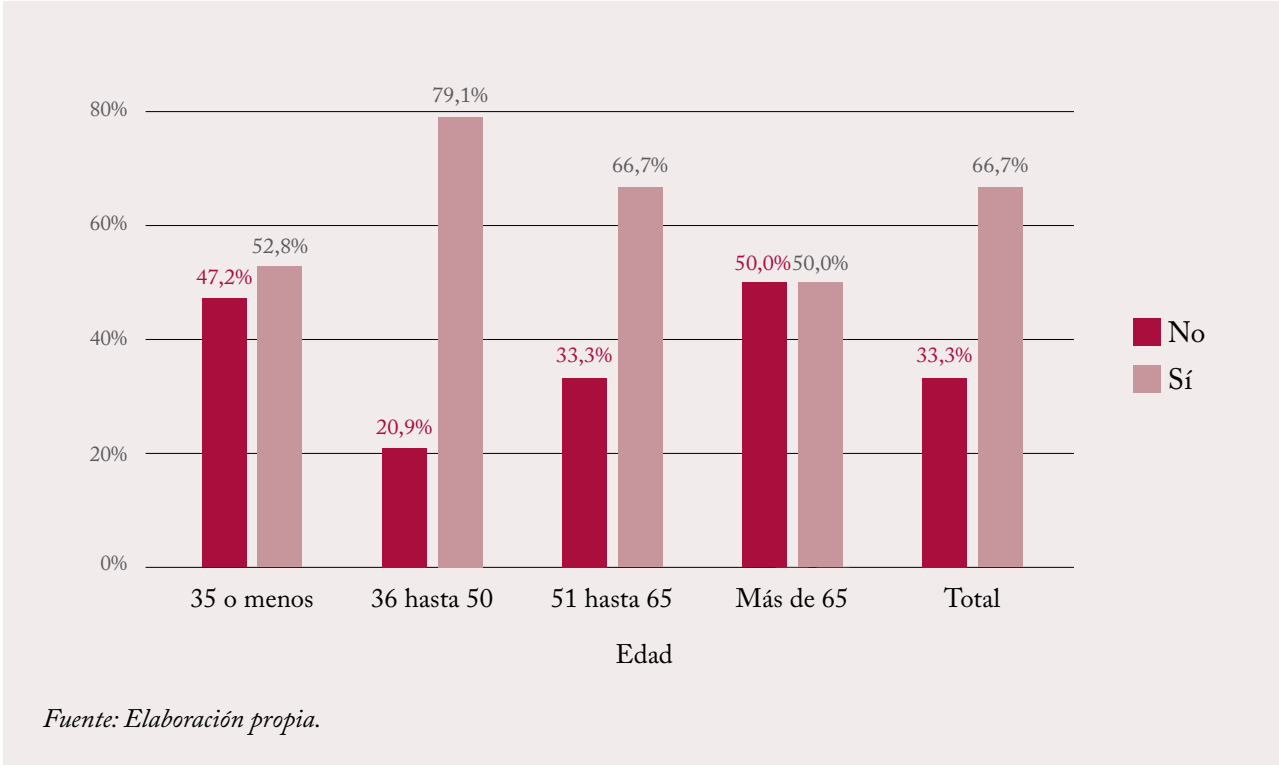
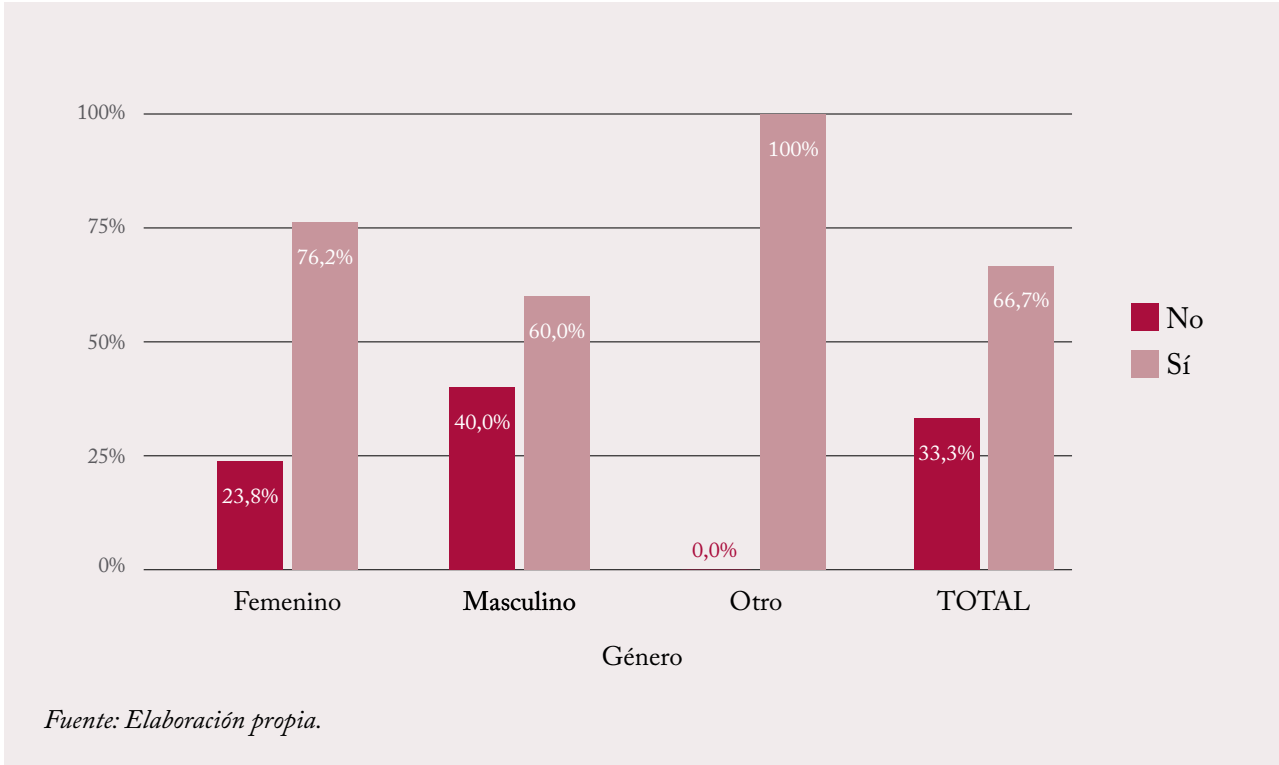


Figura 4.17 Porcentaje de periodistas que reciben salario según la ley, según género



en el cantón central de San José. Coincidentemente, el mayor número de respuestas obtenidas corresponde a periodistas que laboran en esta provincia. A partir de ello, se analizó la relación entre la provincia en la que se ubica el medio de comunicación y la vulnerabilidad salarial. Al cruzar ambas variables el resultado muestra, según la Figura 2.18, que los periodistas que laboran en medios ubicados en San José son quienes, en mayor medida, reciben al menos el salario mínimo de ley, alcanzando el 78,5%.

Además, las jornadas extendidas, mayores a las permitidas por la ley (ocho horas), son otra condición que precariza el ejercicio de la profesión y que afecta al 27,8% de las personas que respondieron la encuesta. El incumplimiento en las jornadas laborales afecta porcentualmente más a los periodistas mayores de 65 años y en segundo lugar a los de edades entre 36 y 50 años.

Por otra parte, los hombres son nuevamente quienes tienen el mayor porcenta-

je de jornadas laborales que contravienen la legislación vigente.

También se indagó acerca de la relación entre la provincia en que se ubica el medio y el cumplimiento de la jornada laboral legal; los periodistas que laboran en medios ubicados en las provincias de Alajuela y Cartago son quienes se exponen a mayores jornadas laborales, con 55,6% y 60% respectivamente.

Los hombres periodistas, en el segmento de edad menor o en el mayor, y que trabajan fuera de San José, son quienes se encuentran más expuestos a recibir salarios inferiores al mínimo de ley y a trabajar más horas diarias.

Desde 1943 existen en el país una serie de garantías para regular los derechos y obligaciones de los trabajadores y los patronos en torno al trabajo y tiene un alcance universal. Sus disposiciones regulan el contrato de trabajo e incluyen: el seguro médico por enfermedad y

Figura 4.18 Porcentaje de periodistas que reciben salario según la ley, según provincia en que se ubica el medio

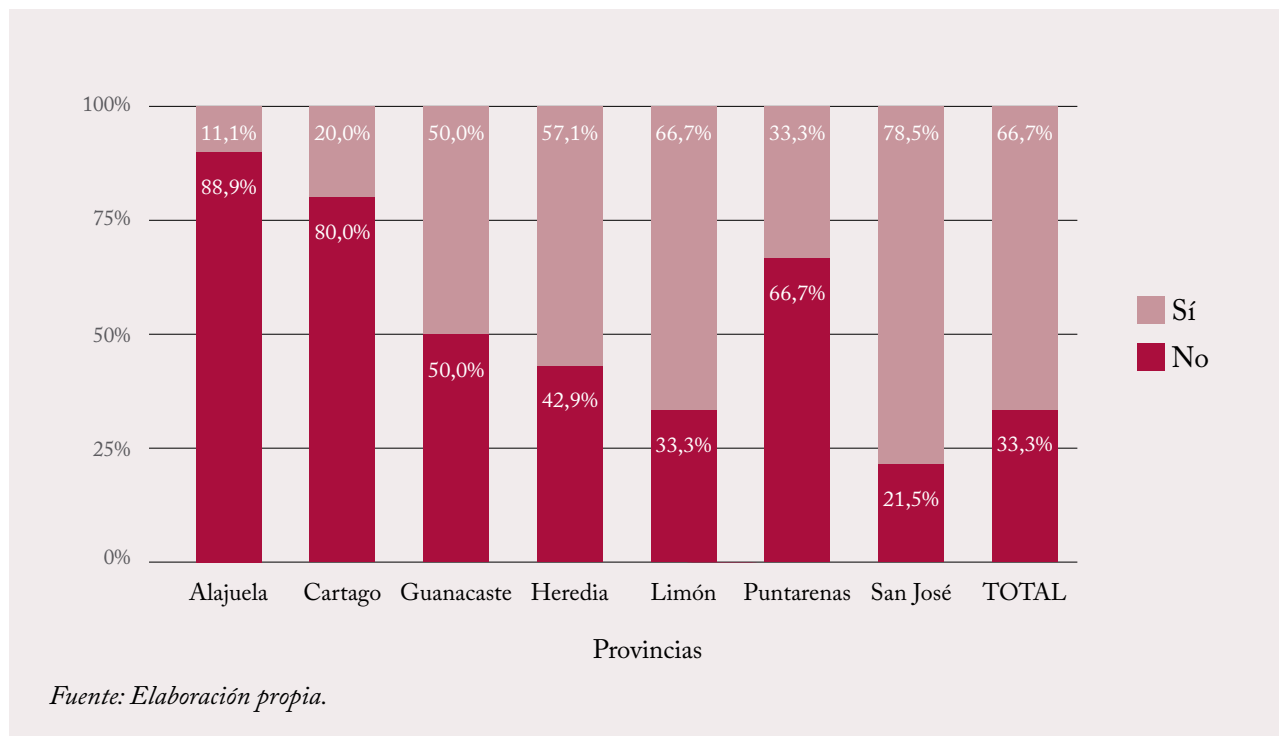


Figura 4.19 Porcentaje de periodistas con jornada laboral legal, según género

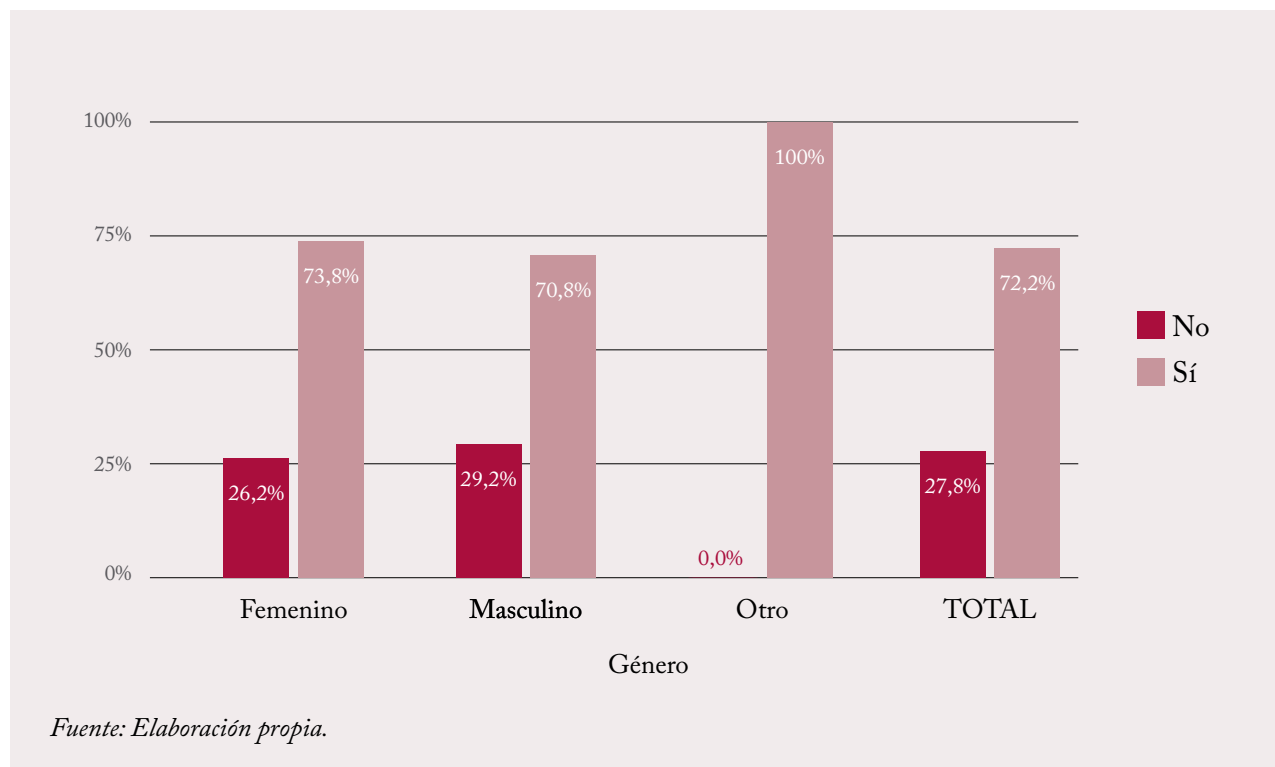
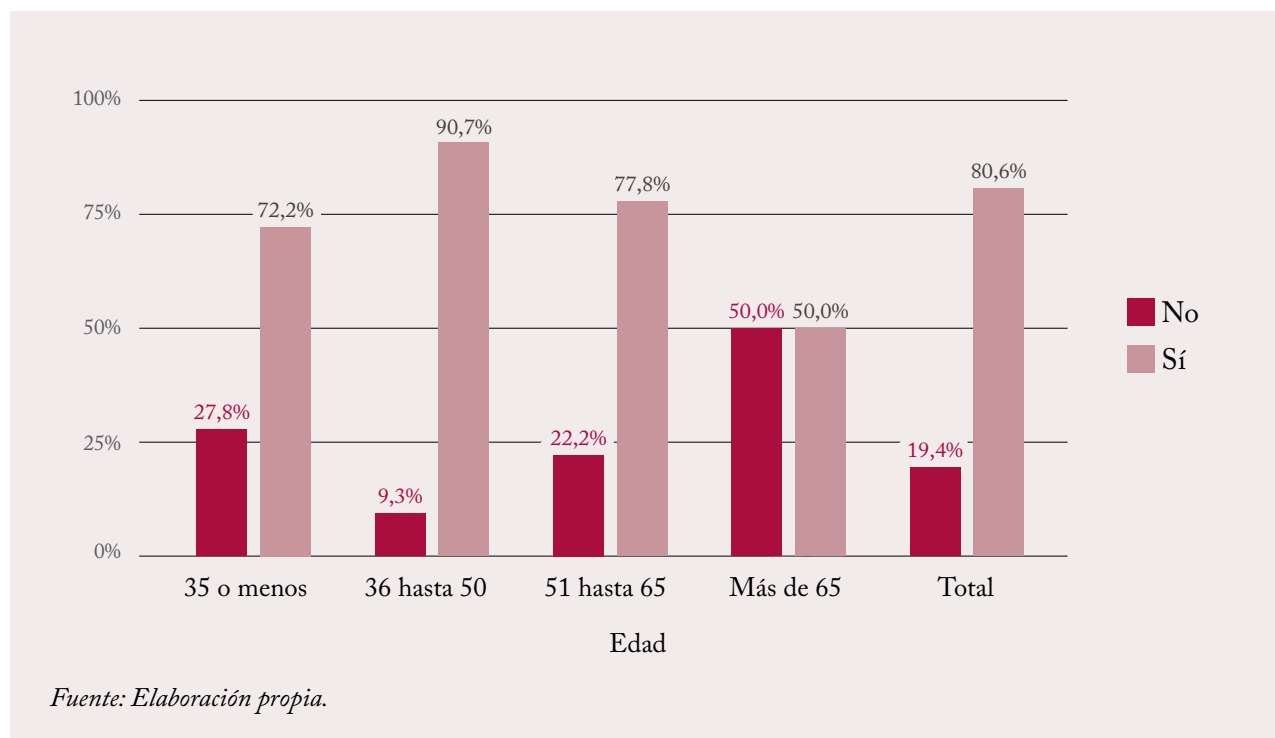


Figura 4.20 Porcentaje de periodistas que carecen de seguro social y pólizas de riesgos laborales, según grupos de edad



maternidad, el seguro por riesgos laborales, así como el derecho a la pensión.

En el caso del seguro de riesgos del trabajo, la legislación nacional permite a la persona trabajadora acceder a asistencia médica y a los aparatos necesarios para atender las dolencias producidas en el espacio laboral, así como recibir compensaciones por accidentes laborales. El prestatario de estos servicios es el Instituto Nacional de Seguros.

Con respecto al seguro social, este es de acceso universal y es responsabilidad del Estado, a través de la Caja Costarricense de Seguro Social (CCSS). Esta institución debe proveer asistencia médica general, especializada y quirúrgica; subsidios (incapacidades), asistencia para maternidad y pensiones. Este seguro se financia mediante el aporte compartido de personas trabajadoras, patronos y el Estado. La participación de las personas en su financiamiento es obligatorio en el mundo del trabajo.

Sin embargo, aún con la obligatoriedad de este sistema universal y solidario, el 19,4% de los periodistas consultados reconoce que no cuenta con medidas de protección como el seguro social y las pólizas de riesgos laborales. De esta forma, se limita a las personas trabajadoras el acceso al derecho a la salud y a las compensaciones necesarias de enfermedad y accidentes laborales.

La carencia del seguro social y de las pólizas laborales afecta en mayor medida a los hombres: el 24,6% de ellos no cuentan con estas garantías sociales, frente al 11,9% de las mujeres que se encuentran en esta condición. En cuanto a la edad, esta carencia es más alta en el grupo de mayor edad y entre los menores, como se observa en la Figura 4.20.

El mayor porcentaje de periodistas que cuentan con medidas de protección, de acuerdo con la provincia donde se ubica el medio de comunicación en el que laboran, se encuentra en San José. Ahí el 80,6% está protegido por el

seguro social y por pólizas de riesgos laborales. En contraste, en la provincia de Alajuela menos de la mitad de los periodistas, el 44,4%, cuenta con esta protección.

Con respecto a la salud ocupacional, esta se refiere a las condiciones materiales para realizar las labores y atiende la prevención y la protección de los riesgos del ambiente laboral que puedan afectar la salud. Además, vela para que las condiciones y el medio ambiente de trabajo garanticen la salud, la seguridad y el bienestar general de las personas trabajadoras. En el país esos derechos están ampliamente reconocidos en la Constitución, el Código de Trabajo y los planes de salud ocupacional. El Consejo de Salud Ocupacional es el órgano rector en la materia y está adscrito al Ministerio de Trabajo.

El 78,7% de las personas periodistas consultadas informa que cuenta con condiciones de salud ocupacional que le permiten realizar su trabajo de forma sana y segura, sin embargo los porcentajes de mayor desprotección se concentran en el grupo de menor edad, como se muestra en la Figura 4.22. En el rango de los menores de 35 años el porcentaje alcanza el 36,1% y el acceso a medidas de protección incrementa conforme aumenta la edad. En relación con el género, son las mujeres quienes en mayor porcentaje cuentan con medidas de protección: el 26,2% de estas frente al 18,5% de los hombres.

Los periodistas que laboran en la provincia de Cartago son los que cuentan, en menor porcentaje, con condiciones de salud ocupacional para realizar su trabajo de forma segura, pues el 40% carece de estas.

En resumen, los hombres más jóvenes que trabajan para medios de comunicación que no se ubican en la provincia de San José se encuentran en mayor riesgo, pues carecen de seguro social, pólizas de riesgos laborales y acceso a condiciones adecuadas para realizar su trabajo de forma sana y segura.

Figura 4.21 Porcentaje de periodistas que carecen de seguro social y pólizas de riesgos laborales, según grupos de provincia

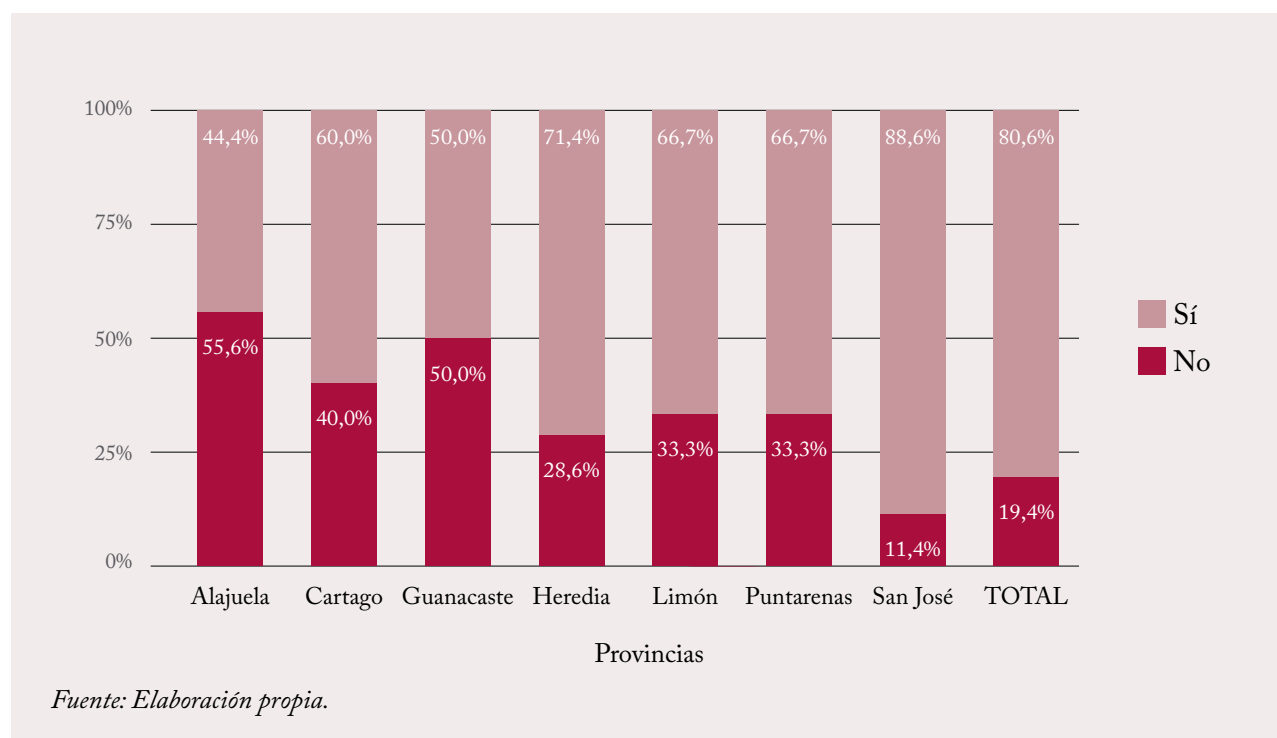


Figura 4.22 Porcentaje de periodistas que reportan condiciones de salud ocupacional para realizar su trabajo de forma sana y segura

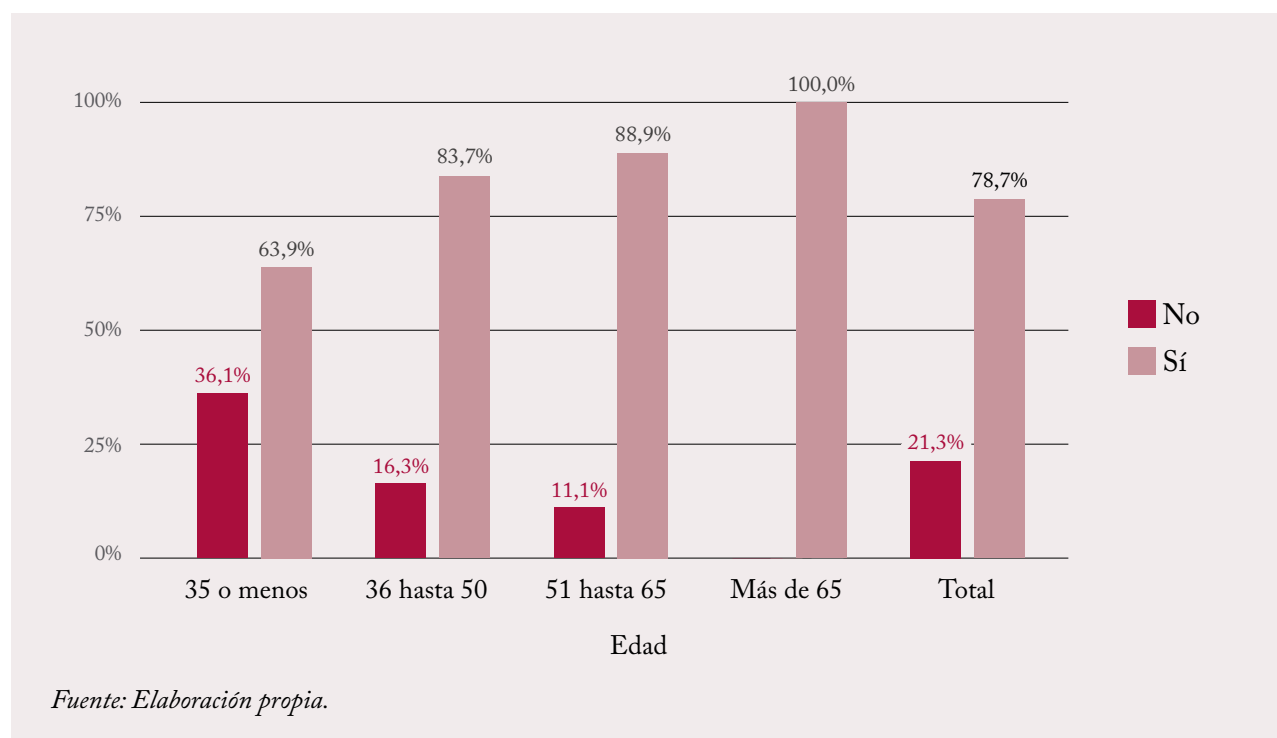


Tabla 4.4 Periodistas afectados por alguna vulnerabilidad laboral, según porcentaje

Cantidad de vulnerabilidades	Porcentaje
Una	8,3%
Dos	14,8%
Tres	21,3%
Cuatro	49,1%

Fuente: *Elaboración propia*

En la Tabla 4.4 se muestra que el 93,5% de los periodistas está afectado por al menos una de las cuatro vulnerabilidades que se analizaron y que incluyen: la existencia de medidas de protección como seguro social y las pólizas de riesgos laborales, las condiciones de salud ocupacional para realizar un trabajo sano y seguro, recibir el salario mínimo de ley y cumplir con la jornada laboral que establece la ley. Casi el 50% lo hace en forma simultánea en cuatro de estas condiciones.

4.7.8 La COVID-19 agudizó la precariedad laboral de periodistas

La pandemia debido a la enfermedad COVID-19 producida por el virus SARS-CoV-2, ingresó al país en marzo del 2020 y permaneció como telón de fondo de este estudio y su centralidad informativa marcó la agenda noticiosa de los años 2020 y 2021.

La pandemia tuvo una incidencia directa en la economía, especialmente en las finanzas de los medios de comunicación, ya que la contracción económica afectó la factura por pauta publicitaria. Esta situación provocó a su vez consecuencias directas en la estructura de negocios y, por tanto, de los medios de comunicación.

A finales de marzo de 2020, la Asamblea Legislativa emitió una ley que autorizó a los patronos reducir de forma temporal las jornadas de trabajo con el fin de favorecer la preservación del empleo, cuando los ingresos brutos de las

empresas fueran afectados por la situación de emergencia (Asamblea Legislativa, 2021).

En este marco, en junio de 2020, el Grupo Nación despidió a 17 periodistas, algunos con más de veinte años de trabajar en ese medio de comunicación y al 20% de su planilla. Además, información periodística dio cuenta de despidos efectuados en las empresas Repretel, *Radio Colombia*, *La Voz de Guanacaste* y *Telenoticias*, entre otros medios.

Esta serie de ceses se suman a otros como los efectuados por el Grupo Nación, que en el año 2014 cerró el diario *Al Día* así como la revista *Su Casa*. Cerca de 100 trabajadores, varios de ellos periodistas, fueron despedidos.

Algunos estudios alrededor del mundo han identificado las afectaciones que la COVID-19 ha generado en las condiciones de trabajo de periodistas. Por ejemplo, Massarani et al. (2021), indican que en los últimos años el 64% de los periodistas considera que su trabajo se ha hecho más intenso y ha crecido el número de proyectos que atienden; y el 45% opina que su situación laboral ha empeorado.

El Centro Internacional para Periodistas (ICFJ) y el Centro Tow para el Periodismo Digital de la Universidad de Columbia, realizaron una encuesta global para estudiar los impactos de la crisis del nuevo coronavirus en el periodismo alrededor del mundo. Se consultó a 1406 periodistas durante la primera ola de la pandemia. Entre sus principales hallazgos se encon-

tró el agotamiento, desmejoramiento de la salud mental y el temor a pérdida del empleo.

La *Fédération Internationale des Journalistes*, en su estudio *White Paper on Global Journalism* (2021) indica que los periodistas reportan como sus principales problemas: la pérdida de puestos de trabajo, las jornadas más largas y menos recursos para una cobertura adecuada de la pandemia. La pérdida de empleos afectó más a los periodistas en cuyos países no existen redes de protección social. Asimismo, Navarro (2021) refiriéndose en forma exclusiva al periodismo en Latinoamérica, suma a estas preocupaciones la baja en los salarios.

Por su parte, Nalvarte (2020) señala que en Paraguay 300 trabajadores de los medios, cerca de 100 de ellos periodistas, fueron despedidos en mayo de 2020, y, en las mismas fechas, 113 en Ecuador. Menciona, además, que la Federación Colombiana de Periodistas (FECOLPER) y la Federación Interamericana de Periodistas, se manifestaron en contra de la violaciones a los derechos laborales de los periodistas en Colombia. También en Chile fueron despedidos 71 empleados, 35 de ellos del Departamento de 30, de la empresa TV Chile.

Como parte de la investigación realizada en Costa Rica, interesó también conocer la inci-

dencia que la pandemia tuvo en las condiciones laborales de las personas periodistas. Al consultar si esta había modificado sus condiciones de contratación, el 47.2% respondió que sí.

Además, las personas reconocieron haber experimentado cambios en sus condiciones de contratación. Más de la mitad (52,9%) reportó la modificación a la jornada teletrabajable, casi la mitad (47,1%) reconoció la reducción en su salario y el 43,1% informó el recargo de funciones. El 41,2% informó la reducción en la jornada y menos del 6% el cese de contrato.

Entre quienes eligieron la opción de respuesta “otro” reportaron la pérdida de publicidad, la pérdida de opciones laborales entre los reporteros “Freelance” y cambios en la vida personal.

Respecto al género y su relación con el cambio en las condiciones de contratación debido a la pandemia por la COVID-19, los hombres son porcentualmente los más afectados (ver Figura 4.23).

Si bien el género no parece ser concluyente para la afectación en las condiciones de contratación, el grado académico sí lo es, tal como se muestra en la Figura 4.24. El grupo que resultó más afectado fue el de periodistas que cuentan únicamente con la primaria com-

Tabla 4.5 Cambios en la contratación de periodistas por COVID-19

Respuesta	Porcentaje
Teletrabajo	52,9%
Reducción de salario	47,1%
Recargo de funciones	43,1%
Reducción de jornada	41,2%
Cambio de tareas	31,4%
Cese de contrato	5,9%
Otro	13,7%

Fuente: Elaboración propia

Figura 4.23 Porcentaje de periodistas que cambiaron sus condiciones de contratación por la COVID-19, según género

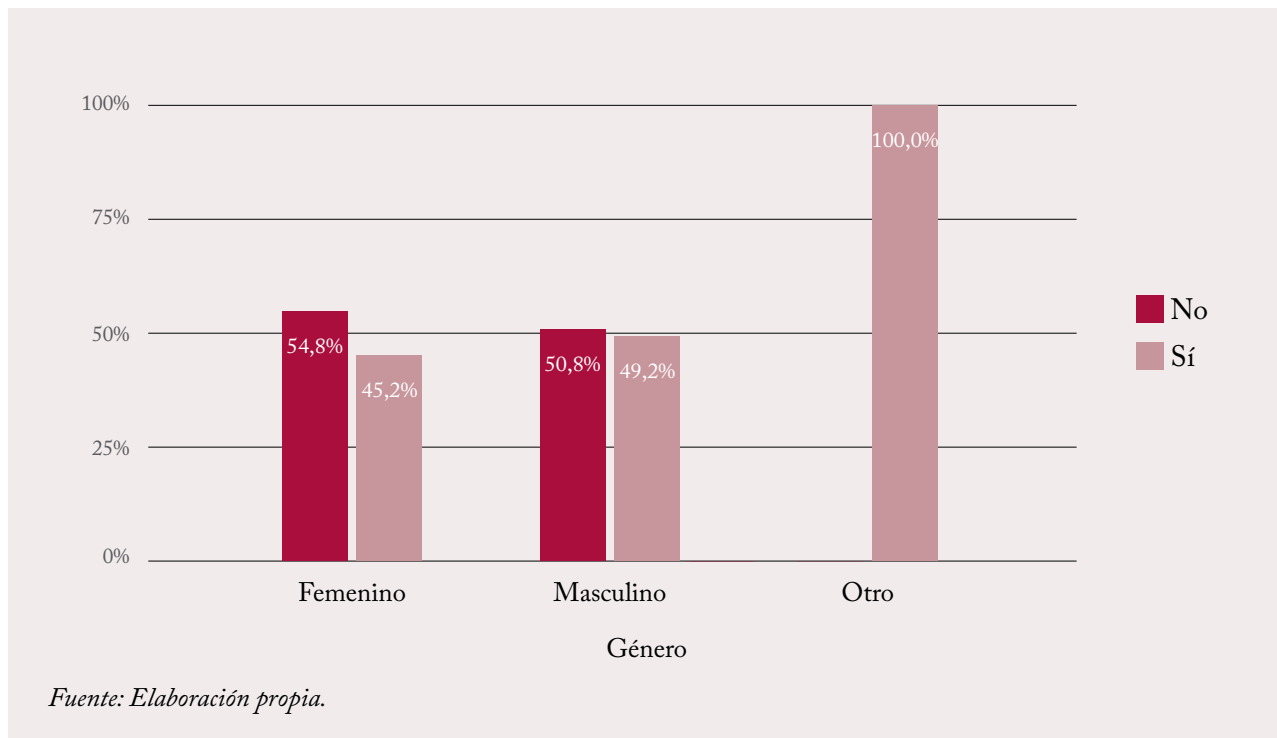
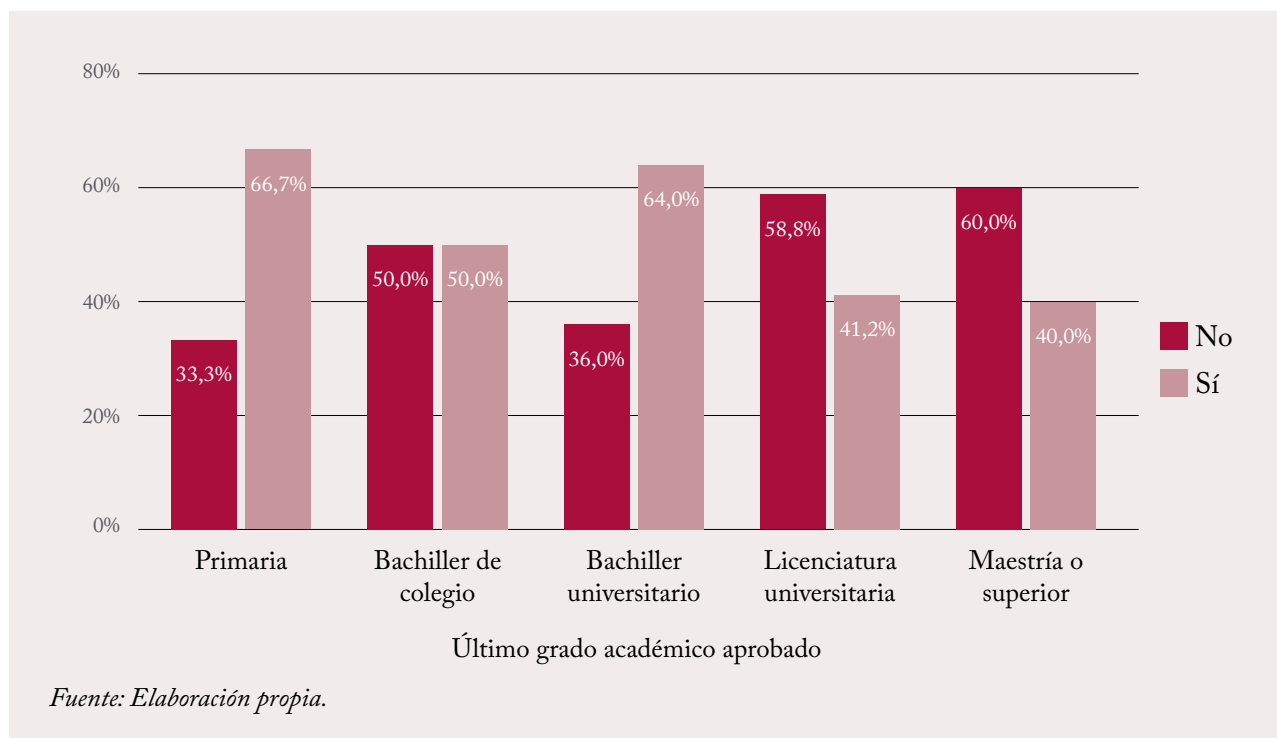


Figura 4.24 Porcentaje de periodistas que cambiaron sus condiciones de contratación por la COVID-19, según grado académico



pleta, seguidos de los bachilleres universitarios. Mientras tanto, las personas licenciadas o con el grado de maestría o superior no reportan mayores cambios en las condiciones de contratación.

4.8 Conclusiones

Las amenazas, el hostigamiento y la vigilancia, junto con otras formas de intimidación y de violencia contra periodistas y trabajadores de la prensa, son cada vez más comunes alrededor del mundo, según se desprende de estudios realizados por organizaciones dedicadas a la promoción y la defensa de la libertad de expresión.

En Costa Rica, las amenazas a periodistas no alcanzan los niveles de violencia presentes en otros países de América Latina, donde solo en el año 2019, 40 personas perdieron la vida por razones vinculadas a su trabajo. De hecho, han pasado más de 10 años desde el último caso de asesinato de un periodista en el país, lo cual contrasta con lo que sucede en otras latitudes.

La opinión de organizaciones internacionales como Reporteros sin Fronteras y la Relatoría Especial para la Libertad de Expresión de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos es que en el país no se presentan graves violaciones a la libertad de expresión.

Sin embargo, en el país, el 67,3% de los periodistas encuestados conoce de amenazas a los medios de comunicación, el 46,5% considera que se presentan frecuentemente y cerca de la mitad se han sentido expuestos, al menos, a una situación de hostigamiento, amenaza o vigilancia.

Preocupa que muchas de las manifestaciones de hostigamiento, amenaza y vigilancia son normalizadas por los periodistas en las entrevistas realizadas. La normalización de estas prácticas contribuye a que no se hable de ello y no se denuncie en el ámbito público o legal con el consecuente aumento de los riesgos. A esto se suma que más del 60% de las personas pe-

riodistas entrevistadas consideran que en el país existe impunidad ante las agresiones que sufre el personal periodístico.

Adicionalmente, pocos periodistas conocen los mecanismos y las herramientas con las que cuentan para hacer denuncias y buscar protección legal en caso de que se presenten situaciones que de una u otra forma podrían coartar su libertad de expresión.

La suma de estos factores genera un silencio que podría contribuir a que los organismos nacionales e internacionales encargados de velar por el ejercicio de la profesión, sigan considerando a Costa Rica como un país carente de amenazas a la libertad de expresión y no hayan entrado a analizar esas situaciones amenazantes.

Existe concordancia en la opinión de periodistas encuestados y directores de medios de comunicación en que las principales fuentes de amenazas al ejercicio periodístico son los grupos políticos, los grupos de presión, el crimen organizado y sujetos bajo investigación periodística. Por el contrario, en lo referente al Estado como fuente de amenaza hay una clara diferencia entre ambos, siendo más amenazante para los directores y dueños de los medios de comunicación que para los periodistas.

Este último aspecto podría tener relación con la afirmación de algunos periodistas entrevistados, quienes sostienen que una de las amenazas recibidas es la suspensión de la pauta publicitaria.

En relación con el crimen organizado como fuente de amenaza, produce inquietud la desatención que los medios de comunicación evidencian hacia diversos aspectos de la seguridad informática y el desconocimiento por parte de los periodistas de herramientas que son de fácil acceso para evitar riesgos en su seguridad. Cabe la reflexión sobre la preparación de los medios de comunicación en general para brindar a sus periodistas plataformas de trabajo que

les permitan asumir con seguridad retos del periodismo de investigación.

Este es un aspecto que debería ser atendido con prontitud por las direcciones de medios de comunicación y ser incorporado como un tema de formación académica y de actualización en las organizaciones gremiales.

Dos de los aspectos analizados son sensibles en la valoración de la libertad de expresión: la confidencialidad de las fuentes y la autocensura. El primero, es una condición básica para el ejercicio de una prensa libre en el ámbito democrático, mientras que el segundo evidencia, como se indicó a lo largo de esta investigación, la carencia de amenazas que permiten a los periodistas reportar información e investigar sobre cualquier tema de interés público.

Inquieta que el 40% de los periodistas encuestados respondió que no le es posible mantener la confidencialidad de las fuentes sin temor a ser enjuiciado u hostigado. Es un porcentaje alto, tomando en consideración que este es un principio establecido en la Ley Orgánica del Colegio de Periodistas que resguarda la libertad de informar y denunciar hechos de interés público.

Por otra parte, uno de cada cuatro periodistas ha recurrido a la autocensura. Especialmente cuando esto se hace por temor a las represalias, se trata de una práctica que afecta negativamente el ejercicio de la libertad de expresión.

Las formas de autocensura pueden obedecer a diversas razones y en ocasiones son sutiles y consensuadas con diversos actores de los medios y fuera de ellos. Queda la duda (pues el instrumento no permitía profundizar) de que exista entre los periodistas una conciencia clara del problema y las implicaciones para la libertad de expresión y el derecho de la ciudadanía a contar con información pertinente. Una buena formación académica, discutir el tema y formar a los periodistas en el conocimiento de

las múltiples formas en las que se practica la autocensura, así como conocer las herramientas legales para enfrentar situaciones de hostigamiento, amenaza y acoso, pueden contribuir a combatirla.

Ambos temas, resguardo de la confidencialidad de la fuente y autocensura, requieren de profundización en investigaciones de carácter cualitativo.

Otro de los resultados encontrados en esta investigación, que llama la atención de actores gremiales, académicos y empresariales, se relaciona con el desconocimiento de los mecanismos legales de protección y los procedimientos de los medios en caso de situaciones en las que se presenten amenazas o ataques. Apenas una cuarta parte de los medios cuentan con procedimientos para estas situaciones y la mitad de los encuestados indican desconocer los mecanismos legales que deben seguir.

Nuevamente, la desatención a estas medidas de respuesta a situaciones indeseables para el ejercicio de la libertad de expresión contrasta con las percepciones de amenazas e inseguridad ya mencionadas.

Un último aspecto que se analiza en este capítulo refiere a las condiciones de precariedad laboral que alcanzan a los periodistas actualmente y el papel de la pandemia en esa precarización.

El estudio identificó algunas precariedades laborales en un número significativo de trabajadores, por ejemplo: bajos salarios (33%), jornadas de trabajo superiores a las ocho horas (28%), carencia de seguro social y de pólizas de riesgos laborales (20%). Más aún, una tercera parte indicó que se ve afectado simultáneamente por estas cuatro condiciones de vulnerabilidad.

Particularmente al salario recibido -el cual no alcanza el mínimo legal- se suma la reciente modificación acordada por las autoridades nacionales, lo cual contribuye a agudizar la situación precaria, especialmente entre los

trabajadores con menores grados académicos. Adicionalmente, al igual que en lo relacionado con las condiciones de inseguridad, son los hombres quienes informan estar más expuestos a estas frágiles condiciones de trabajo. En el caso del salario, el porcentaje de hombres que reciben baja remuneración casi duplica al de las mujeres.

Las condiciones de precariedad laboral de los periodistas son una forma de violencia que

se ejerce sobre estos trabajadores y constituyen un riesgo para la libertad de expresión. Se hace un llamado a las organizaciones gremiales para que presten atención y asesoría a sus afiliados (o no) en razón de esta vulnerabilidad. Es importante destacar que a estas precariedades se suma la crisis sanitaria producida por la pandemia COVID-19, un factor que afectó a las organizaciones periodísticas y a los trabajadores de los medios de comunicación. ■

CAPÍTULO 5

Narraciones políticas: experiencias en la superación de la violencia contra las mujeres en el ejercicio político en las redes sociales en Costa Rica (2021)

Yanet Martínez Toledo*

5.1 Introducción¹

El capítulo que a continuación se presenta, recoge resultados de la fase cualitativa de una investigación que indaga acerca de las experiencias relacionadas con la violencia contra las mujeres en el ejercicio político en redes sociales. En el mismo, se intenta hacer un balance crítico entre las formas de violencia política, violencia mediática y violencia digital que marcan las experiencias de las mujeres en la política; a la vez que se preocupa por visibilizar las estrategias que desarrollan, tanto desde el punto de vista individual como colectivo, para superar dichas violencias.

La violencia contra las mujeres en el ejercicio político en redes sociales, es una forma de violencia digital, cuyo fin es limitar su partici-

pación política. Al respecto, las redes sociales juegan un papel importante en la construcción de opinión pública, y han ido ganando protagonismo en los últimos años como espacios en los que se discuten temas políticos variados, pero también como espacios en los que se reproducen formas de violencia contra las mujeres por parte de diferentes actores.

Esta investigación tiene como finalidad analizar la articulación entre la apropiación y el uso de las redes sociales digitales (Facebook, Instagram, Twitter) en la construcción de estrategias frente a la violencia política y en la construcción de la narrativa de ser mujeres en el ejercicio político partidario y político administrativo (Asamblea Legislativa, Poder Ejecutivo y Municipalidades). Asimismo, el objetivo de la misma es describir los usos políticos de las redes sociales digitales que hacen las mujeres en el ejercicio político, para la construcción de estrategias de negociación, confrontación y superación de la violencia política digital; así como

1 Los resultados que a continuación se presentan forman parte del Proyecto de Investigación “Mujeres y poliTICs: Narrativas de negociación, confrontación y superación de la violencia política contra las mujeres en redes sociales en Costa Rica (2022)”, inscrito en el Centro de Investigación en Comunicación (CICOM) de la Universidad de Costa Rica.

*Licenciada en Filosofía y graduada de Maestría del Programa de Posgrado en Comunicación en la Universidad de la Habana. Candidata a Doctora en Estudios de la Sociedad y la Cultura. Directora e investigadora del Centro de Investigación en Comunicación (CICOM) de la Universidad de Costa Rica (UCR). Docente en el área de investigación cualitativa y cuantitativa, así como de cursos de Comunicación y Género en la Escuela de Ciencias de la Comunicación Colectiva (ECCC) y en el Programa de Posgrado en Comunicación, ambos de la UCR, desde 2008. Investigadora del Centro de Investigación en Estudios de la Mujer (CIEM) de la UCR desde 2017. Entre sus áreas de investigación se encuentran:

- Análisis de discursos y narrativas periodísticas en materia de violencia contra las mujeres.
- Comunicación para la participación comunitaria: diseños de diagnósticos participativos y estrategias de comunicación.
- Alfabetización mediática, lectura crítica de medios de comunicación y apropiación.
- Metodologías cualitativas y cuantitativas de investigación en comunicación.

identificar las formas en que las mujeres políticas articulan dichas estrategias.

5.2 Justificación

En el año 2016, el Tribunal Supremo de Elecciones (TSE) modificó parcialmente la jurisprudencia entorno a la alternancia, específicamente en la interpretación oficiosa de los artículos 2, 52 incisos ñ) y o) y 148 del Código Electoral, en el sentido de que la paridad de las nóminas a candidatos a diputados no solo obliga a los partidos a integrar cada lista provincial con un 50% de cada sexo (colocados en forma alterna), sino también a que esa proporción se respete en los encabezamientos de las listas provinciales que cada agrupación postule (TSE, 2016, p. 227).

Dicha modificación impacta de manera significativa la participación efectiva de las mujeres en las elecciones y se traduce en la presencia de mujeres representando a cuatro de los partidos políticos en contienda (La Nación, 2018), lo que significa el 45,6% de la Asamblea Legislativa en el período 2018-2022. Por tanto, se considera, al menos en principio, que la presencia y la representación sistemática de esta categoría en las noticias a partir de 2018 puede tener relación tanto con el aumento de la presencia de mujeres como con la diversidad de partidos políticos.

En estudios anteriores realizados por la autora, el tema de la violencia política no se ha abordado mediáticamente. Esta forma de violencia se puede agrupar en dos tipos -según el análisis de los datos-: el primero da cuenta de la violencia ejercida contra las mujeres en el ejercicio de su función pública y el segundo, se refiere a la violencia que ejercen los medios de comunicación cuando representan a las mujeres en el ejercicio público. Es importante señalar que, en el caso mediático, no se trata únicamente de una forma de violencia simbólica en la que se reproducen discursivamente estereotipos de gé-

nero al representar a las mujeres en las noticias (Kislinger, 2016).

La violencia que ejercen los medios de comunicación contra las mujeres se denomina violencia mediática y consiste en las formas en las que se invisibiliza, se discrimina o se representan estereotipadamente los roles de género en la cobertura noticiosa. Este tipo de violencia opera en el plano de lo simbólico y marca la forma en la que se produce la representación desde el discurso del medio de comunicación. Esta violencia simbólica consiste en la reproducción de roles de género estereotipados a partir de la representación de las mujeres (Kislinger, 2016; Delmas, 2015).

La violencia mediática ejercida en la representación de las mujeres en el ejercicio de la política se caracteriza, además, por la evaluación de las mismas a partir de parámetros que reproducen estereotipos de género y que construye la identidad de las mujeres en relación con figuras masculinas. En estos casos, se desdibuja la línea entre la noticia de la sección política, en las que las diputadas aparecen como denunciantes, y la noticia de la sección social.

Así, la agencia de las mujeres en el ejercicio político se desdibuja, pues sus acciones son directamente evaluadas desde una mirada masculina (Mulvey, 1975) y patriarcal que, por una parte, entiende a las mujeres en roles de desigualdad y subordinadas de sujetos masculinos; y por otra, penaliza la protesta social en nombre de instituciones, criticando la intervención y apropiación del espacio público que hacen estas mujeres.

Otra manera en la que los medios ejercen violencia mediática contra las mujeres en la política tiene que ver con la representación de las acciones organizadas de la sociedad civil en la demanda al gobierno por el respeto de los derechos humanos de las mujeres. En este grupo se incluye tanto la representación de la protesta como de las acciones colectivas.

Como se presentó anteriormente, el año 2018 significó una oportunidad y un reto para el ejercicio político de las mujeres, al menos en el nivel político partidario. Las transformaciones en términos de paridad horizontal y vertical contribuyeron a que la actual Asamblea Legislativa sea la de mayor paridad en la historia nacional. Mucho se ha hablado también acerca de su naturaleza, sin embargo, en este trabajo se quiere destacar cómo la presencia de más mujeres en la esfera política ha contribuido a la exacerbación de expresiones de violencia y a la denuncia de las mismas.

Este estudio se deriva de dos investigaciones anteriores (Martínez, 2018; Martínez, 2019) en las que se ha abordado la violencia política contra las mujeres. La primera, en la articulación de demandas por los derechos sexuales y reproductivos de las mujeres y su representación mediática; la segunda, en cómo se construye la violencia política contra las mujeres en el ejercicio político desde los medios digitales noticiosos y desde la discusión pública en redes sociales digitales.

En ambos estudios se aprecia una tendencia por parte de las mujeres de ser sujetos activos frente a la violencia ejercida en el espacio público. A partir de esta constatación y en diálogo crítico con los textos teóricos que abordan este tema, se presenta esta investigación con el interés de indagar acerca de la agencia de las mujeres (Lucas, 2016) a partir de dos ejes: las narrativas en torno a ser mujeres políticas tanto a nivel individual como colectivo y las estrategias de superación de la violencia diseñadas por estas mujeres.

Con esta investigación se espera, a nivel teórico y metodológico, enfocarse en las mujeres como sujeto político en su agencia narrativa y en las estrategias de superación de la violencia, desde una perspectiva interseccional. Al centrarse en la agencia narrativa de las mujeres y en su capacidad para construir historias de resistencias y subversión del contexto político en el

que se mueven, se pretende salir de la dicotomía mujer/víctima para entender las dinámicas de privilegio/opresión en las que se construyen las mujeres como sujetos políticos.

Además, se espera contribuir al debate público en torno a la violencia contra las mujeres y así abrir las puertas para desarrollar procesos de sensibilización con instituciones que trabajen temas de participación política de las mujeres, incluyendo la formación de profesionales de la comunicación con perspectiva de género y de derechos humanos.

5.3 Descripción del tema y problema de investigación

En este apartado se articulan dos tendencias relacionadas con los estudios feministas de comunicación y TIC (EF-CTIC): los estudios de TIC y los estudios políticos, especialmente aquellos en los que se estudia las agencias narrativas de las mujeres. Una de las problemáticas planteadas por los EF-CTIC se relaciona con la importancia de construir datos con perspectiva de género y su impacto en la toma de decisiones y el diseño de políticas públicas (Ignazio and Klein, 2020). Un ejemplo de esta problemática es la invisibilización de la participación de las mujeres en la política partidaria y no partidaria. El ocultamiento de la participación de sujetos vulnerables tiene implicaciones simbólicas, mediante mecanismos de invisibilización y representación estereotipada; pero también tiene implicaciones en la manera en la que como sociedad construimos y discutimos “lo que si se hace evidente” de dicha participación.

Al entender desde una perspectiva feminista, la participación política de las mujeres a partir de su representación mediática en las redes sociales digitales, se pueden entrever los procesos de opresión/privilegio en los que se construye la imagen mediada de dichas mujeres. Podemos saber también, desde una perspectiva interseccional (Losch y Wernimont, p. 2018),

los mecanismos en los que las categorías género, raza y clase se articulan en los procesos de invisibilización/visibilización de la participación de las mujeres.

Asimismo, los estudios que analizan la participación política y su relación con la comunicación establecen un antes y un después de las redes sociales digitales (Margetts, John, Hale, Yasseri, 2019, p. 81), pues estas permiten la activación y el ejercicio de ciudadanía desde las plataformas virtuales. La interpelación a personas en el ejercicio político partidario, líderes, representantes de partidos políticos, etc., se modifica a partir del uso de estas redes. La sensación de proximidad e interpelación que se produce mediante las mismas modifica criterios tradicionales de jerarquía y lejanía. Esto contribuye a una activación del ejercicio ciudadano de contraloría y crítica política. Pero también activa discursos cargados de violencia simbólica que, para el caso de las mujeres, debe leerse en clave de diferencia sexual y machismo estructural que no escapan a la participación ciudadana.

Como se mencionó anteriormente, este estudio pretende visibilizar la agencia de las mujeres en el ejercicio político partidario a nivel nacional y local (Asamblea Legislativa, Gobierno y Municipalidades), a partir de las estrategias para identificar, enfrentar y superar la violencia política en las redes sociales digitales. Por tanto, una categoría importante para visibilizar la experiencia de política de las mujeres es la “agencia narrativa” (Canaday, 2003, 53). Esta categoría permite construir una doble línea entre la experiencia individual y colectiva de las mujeres, saliéndose de las metanarrativas del feminismo tradicional que considera el sujeto Mujer como monolítico, que finalmente excluye del análisis a las categorías, género, raza y clase.

5.4 Metodología

Para este estudio se empleó un abordaje metodológico mixto en el que, en primer lugar,

se indagará acerca de los usos políticos de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) de las mujeres seleccionadas; y, en segundo lugar, en la articulación de estos usos con el ejercicio político de las mujeres, la construcción de sus perfiles políticos y las estrategias frente a la violencia política mediante el uso de las redes sociales digitales, especialmente Facebook, la red social con mayor alcance en el país.

El enfoque mixto posibilita conocer a las mujeres en sus contextos de acción y sus experiencias subjetivas; las narrativas de la violencia política y su superación abordadas desde un enfoque cualitativo permiten entender la complejidad de la construcción de las mujeres como sujetos políticos, así como las dinámicas de privilegio y opresión en que se construye este sujeto político en el contexto costarricense actual.

Los hallazgos que se comparten en este capítulo derivan de 18 entrevistas en profundidad a mujeres vinculadas de manera activa en política en el período 2014-2022. Las entrevistas permitieron conocer las experiencias de negociación, confrontación y superación de la violencia política en las redes sociales digitales y cómo dichas experiencias han marcado su forma de hacer política, su construcción como sujeto político, dentro y fuera de las dinámicas digitales y sus estrategias de superación de dicha violencia.

A partir de las entrevistas se realizó un análisis narrativo de las experiencias de las mujeres que incluye: sus historias personales y trayecto político, sus motivaciones para entrar en política y su militancia. Además, se analiza el uso general y con fines políticos de estas redes, así como las experiencias personales vinculadas con la violencia online, colocando como centro las experiencias de las entrevistadas.

Se escogió estudiar la Violencia contra las Mujeres (VcM) en las redes sociales digitales, porque estas ofrecen un espacio de denuncia de las violencias que viven las mujeres *online* y

offline. A la vez que se constituyen en espacios en los que se reproducen las violencias basadas en género, las cuales, a la vez, tienen dimensiones simbólicas: la invisibilización, la deslegitimación del discurso mediante ofensas o uso de insultos dirigidos al cuerpo de las mujeres y las amenazas a la integridad física de las mismas.

Las redes sociales digitales, además, permiten la producción de narrativas individuales e historias colectivas en la construcción de discursos feministas sobre la violencia contra las mujeres.

A partir las narrativas individuales podemos conocer a cada una de las mujeres, sus lugares de enunciación, sus ideas y concepciones del mundo (Baer, 2016, p. 18), pues el sujeto mujer política en el espacio digital es diverso, interseccional en su accionar, y, a la vez, con una agenda que se interconecta con el de otras mujeres y con la sociedad en general.

5.5 Mujeres y participación política

En 2018, por primera vez en la historia de Costa Rica, la Asamblea Legislativa alcanzó el mayor número de diputadas en la historia del país. Aunque esto representa un hito en la participación formal de las mujeres en política, este incremento ha estado marcado por la presencia de una diversidad ideológica-partidaria (ver Figura 5.1).

Como se puede apreciar en la Figura 5.2 los partidos Acción Ciudadana (PAC) y Liberación Nacional (PLN) han tendido, desde de 2006, a ser espacios en los que las mujeres participan, al menos nominalmente de las listas partidarias y finalmente como diputadas. También se puede apreciar que en el período 2018-2022 aumenta la participación de las mujeres de partidos conservadores, especialmente el Partido Restauración Nacional (PRN) con siete diputadas, aunque también hay participación del

Figura 5.1 Número de diputadas y diputados electos. Elecciones Nacionales 2006-2018

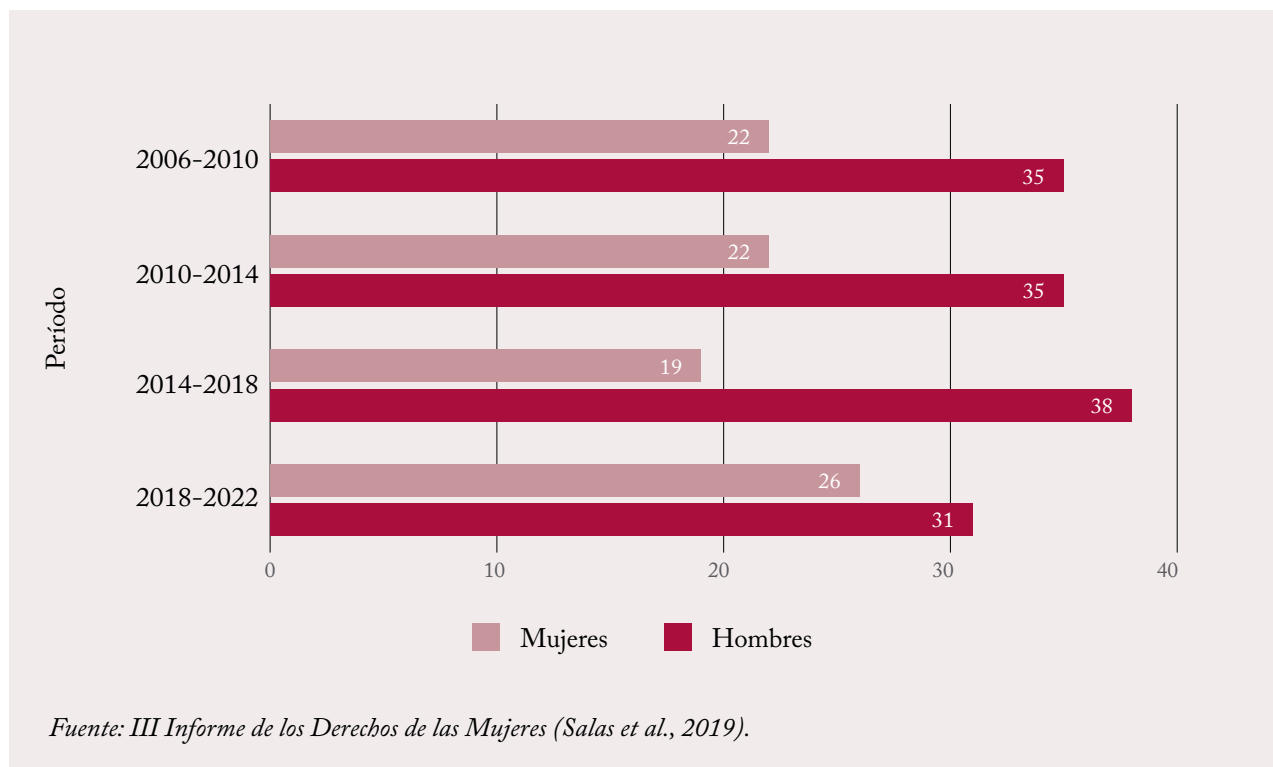


Figura 5.2 Cantidad de mujeres electas diputadas según partido político (2006-2018)

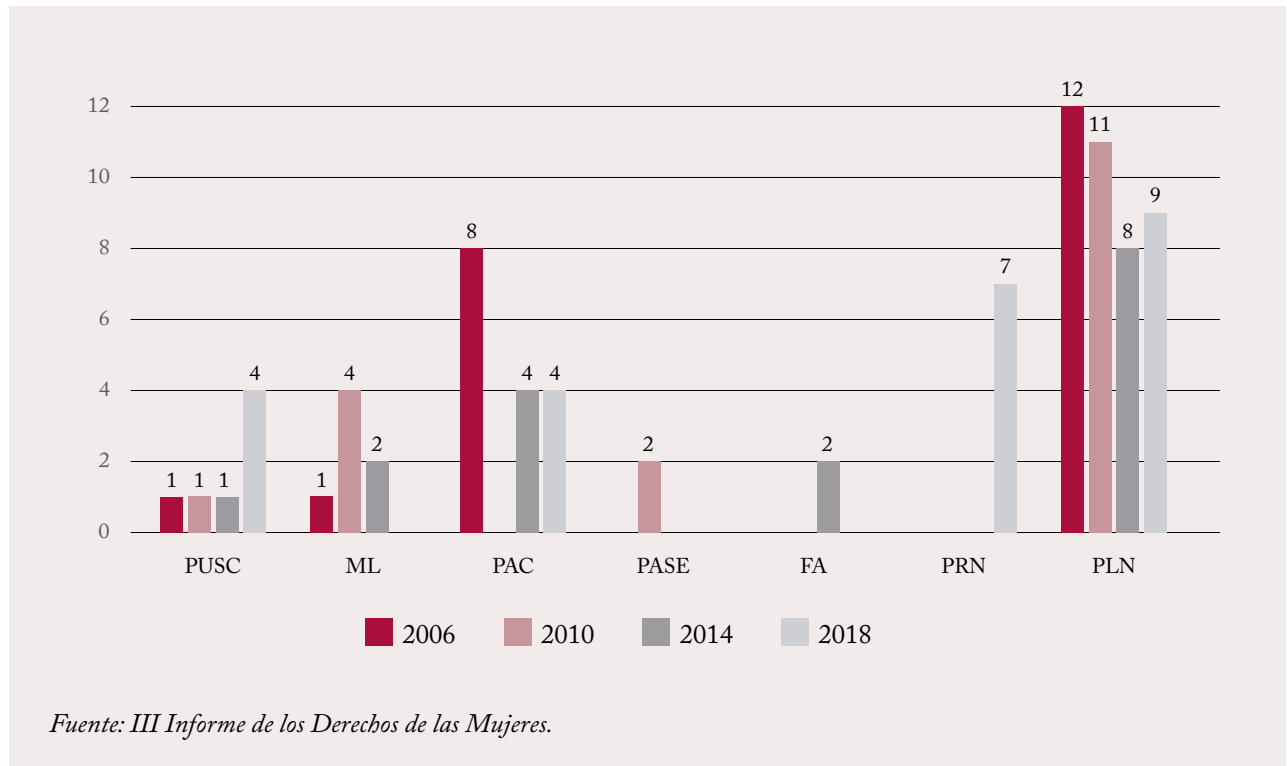
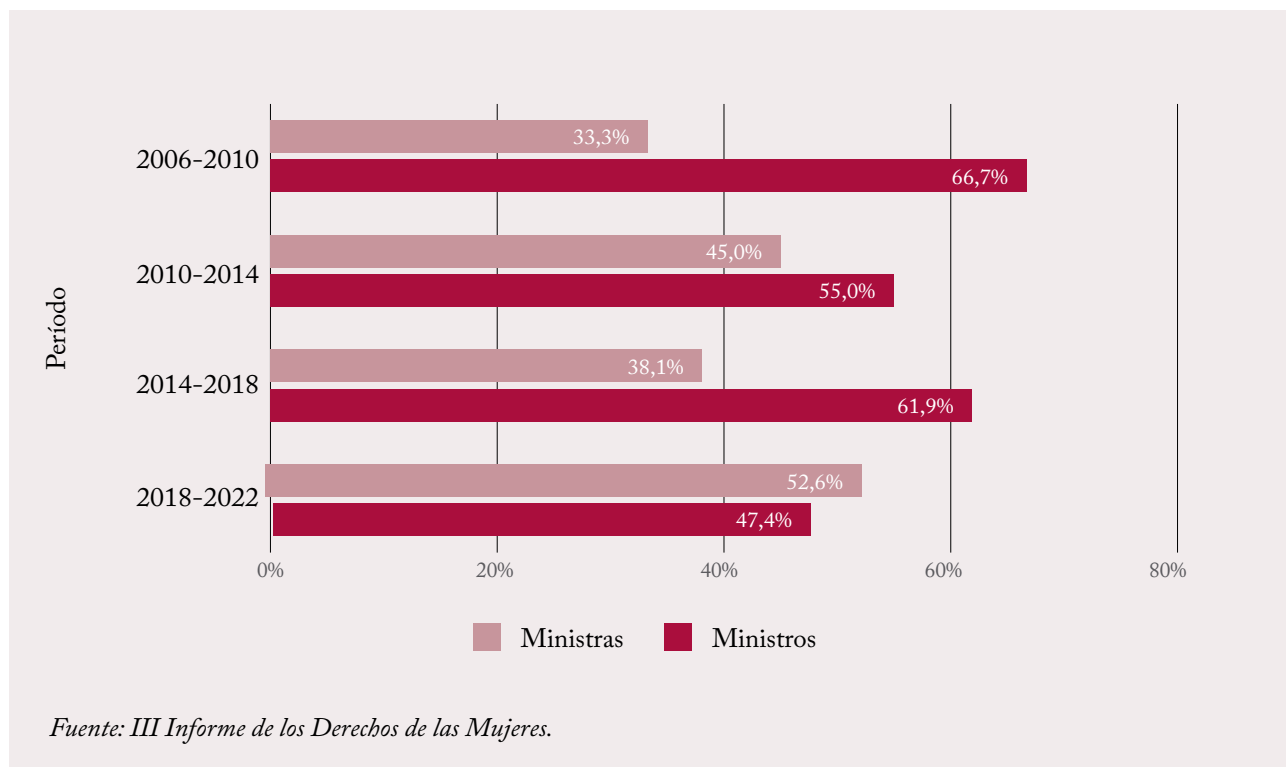


Figura 5.3 Porcentaje de ministras y ministros nombrados (2006-2018)



Partido Unidad Social Cristiana (PUSC) con cuatro diputadas.

En lo que respecta al nombramiento de mujeres como jefes en ministerios, desde 2006 ha oscilado, como se muestra en la Figura 5.3 entre el 30% y el 50% (según se plantea en el III Estado de los Derechos de las Mujeres, INAMU, 2019).

La participación política de las mujeres, además de ser un derecho humano fundamental, contribuye al fortalecimiento democrático, por lo que mejorar y ampliar los mecanismos que garanticen los derechos políticos de las mismas beneficia a la sociedad como conjunto. Sin embargo, para alcanzar una participación real se necesita de una transformación cultural, desde la cual es imperativo construir espacios libres de cualquier forma de discriminación, así como una sociedad que comparta las responsabilidades domésticas y de cuidado de forma equitativa entre hombres y mujeres (INAMU, 2019, p. 121).

Al respecto, la Tercera Encuesta Nacional de Percepción de los Derechos Humanos de las Mujeres (ENPEDEMU, 2017), permite un acercamiento al imaginario social y a la percepción que se tiene a nivel nacional sobre los derechos políticos de las mujeres. Sin embargo, a partir de los resultados de dicha encuesta se generan las siguientes interrogantes:

¿existe en el país igualdad de oportunidades para que las mujeres participen en la política? ¿Cuáles son los principales obstáculos para su participación efectiva?

Al respecto, en el III Estado de los Derechos de las Mujeres (INAMU, 2019), en el que se mide cómo se perciben los derechos de las mujeres en Costa Rica, se plantea entre sus hallazgos que las mujeres enfrentan una serie de obstáculos para el ejercicio político en igualdad; por ejemplo, la existencia de una cultura machista que discrimina o excluye a las mujeres de la política (INAMU, 2019), como se aprecia en la Tabla 5.1

Este análisis del estado de los derechos políticos de las mujeres en Costa Rica da cuenta que su lucha histórica por el reconocimiento pleno de su ciudadanía ha generado transformaciones importantes a favor de una representación paritaria en la política.

Sin embargo, las transformaciones más profundas, las que atraviesan la cultura, la estructura económica, el juego político y la distribución del poder siguen siendo una deuda histórica con las mujeres, y para alcanzarlas se requiere de un compromiso por parte de la sociedad en conjunto.

Tabla 5.1 Obstáculos para que las mujeres puedan ocupar puestos en la función pública

Obstáculos	Mujeres	Hombres
Existe una cultura machista que discrimina o excluye a las mujeres de la política.	70,0%	68,4%
Existen prejuicios machistas para que la mujer participe en política en igualdad de condiciones que los hombres.	63,5%	56,2%
El acoso político es un obstáculo para la participación política de las mujeres.	77,9%	71,1%
El acoso político es un obstáculo para la participación política de las mujeres.	70,9%	66,8%

Fuente: III Estado de los Derechos de las Mujeres.

5.6 Violencia política contra las mujeres en Costa Rica

En el caso costarricense, la violencia contra las mujeres en la política aparece tipificada en la *Ley para prevenir, atender, sancionar y erradicar la violencia contra las mujeres en política* (Asamblea Legislativa, 27 de julio, 2021) que se encuentra en curso. En este documento se describe como:

Toda conducta, sea por acción o por omisión, dirigida contra una o varias mujeres que aspiren o estén en ejercicio de un cargo o una función pública, que esté basada en razones de género o en la identidad de género, ejercida de forma directa, o a través de terceras personas o por medios virtuales, que cause daño o sufrimiento y que tenga como objeto o como resultado menoscabar o anular el reconocimiento, goce o ejercicio de sus derechos políticos, en uno o en varios de los siguientes supuestos:

- 1) obstaculizar total o parcialmente el ejercicio del cargo, puesto o funciones públicas;
- 2) forzar a la renuncia de la precandidatura, candidatura o cargo político o a lo interno de una organización social;
- 3) afectar el derecho a la vida, la integridad personal y los derechos patrimoniales para impedir el libre ejercicio de los derechos políticos;
- 4) perjudicar la reputación, el prestigio y la imagen pública para impedir el libre ejercicio de los derechos políticos (Asamblea Legislativa, 27 de julio, 2021, p. 2).

En el documento también se consigna que: “la violencia contra las mujeres en la política incluye, entre otras, el acoso u hostigamiento, la violencia física, psicológica, emocional, sexual, patrimonial y simbólica” (Asamblea Legislativa, 27 de julio, 2021, p. 3).

En esta tipificación de violencia, aunque se reconoce la violencia simbólica y se expresa el papel de los medios virtuales, no aparece de manera directa una tipificación de la violencia *online*. Sin embargo, se permite entenderla en el marco de la violencia simbólica y en la virtualidad: la Violencia *Online* contra las Mujeres (VOcM) y la violencia *offline* no son experiencias que ocurren en campos separados de la realidad social (Lewis et al., 2017, p. 1465), ambas expresiones de violencia parten de la discriminación de las mujeres por su condición de género. Otra razón que permite la interconexión es que, la violencia *online* tiende a iniciar con insultos para terminar en amenazas a la integridad de las mujeres, llevando la agresión del espacio virtual al presencial.

Precisamente la violencia contra las mujeres en política ocurre porque “se trata de mujeres que están en política” (Kuperberg, 2018, p. 686). Esta frase nos permite entender que la violencia política contra las mujeres parte de dos ideas centrales: la política/lo público no son espacios de expresión de las mujeres, y el ser mujer lleva asociado un ejercicio de violencia específico que no se limita a la política, sino a todos los ámbitos en los que las mujeres formen parte activa. Así, la violencia política contra las mujeres no está relacionada únicamente con su condición de género. También se expresa por condiciones de discapacidad, orientación sexual, raza y etnicidad, religión, nacionalidad, idioma, edad y geografía (Kuperberg, 2018, p. 688).

El auge y la presencia de las mujeres como actoras políticas en los espacios *online* se constituye como una visibilización de doble vía, tanto de las demandas de las mujeres por sus derechos como de las violencias *online* y *offline* (Barker y Juarasz, 2019) que experimentan las mujeres de edades diversas. Internet, y de manera especial las redes sociales digitales, se han constituido en los últimos años en espacios de luchas en los que se amplifican las voces de las mujeres, pues pueden denunciar a través de estas los distintos

tipos de violencia en el ámbito individual, local y global.

En tanto problemática social, la Violencia *Online* contra las Mujeres da cuenta de las actitudes públicas hacia las mujeres, de manera especial las formas de discriminación (Baker y Juarasz, 2019, p. 102), deslegitimación e invisibilización que sus discursos generan en las distintas plataformas digitales. Además, forma parte activa de los sistemas sociotecnológicos, desde su diseño, su infraestructura, la construcción de códigos y algoritmos, la vigilancia y la extracción de datos; hasta las formas de violencia privada que consiste en la distribución no consensuada de imágenes íntimas, el acoso, el bullying y el trolleo. Esta violencia tecnológica se articula con violencias históricas y contemporáneas, y debe ser leída en clave de colonialismo, desarrollo y capitalismo; así como de racismo, misoginia y LGTBIQ+ fobia (Shokooh Valle, 2020, p. 2).

Con respecto a las amenazas basadas en género online, estas incluyen el acoso y el ciberracoso, los ataques sobre la sexualidad, la divulgación de información personal, las amenazas basadas en moralidad o en religión, la manipulación de imágenes, la distribución no consensuada de imágenes íntimas o videos sexuales que se usan como forma de chantaje y pueden resultar en trauma para las víctimas (Association for Progressive Communications, 2017, p.4; Shokooh Valle, 2020, p. 3).

Entre las expresiones de VOcM se encuentran: el trolleo (*trolling*), los discursos de odio, la porno venganza, el acoso, y el sexting (Lumsden y Morgan, 2017, p. 1) entre otros. En cuanto al trolleo como expresión de violencia, este se caracteriza por:

amenazas de violación, amenazas contra la integridad física de las activistas que funcionan como estrategias de silenciamiento que tienen como finalidad coartar la participación individual en los espacios

públicos online; o disuadir a las activistas de participar en debates públicos futuros (Lumsden y Morgan, 2017, p. 2).

Precisamente, el trolleo basado en género tiene una motivación más virulenta, agresiva y amenazante, que toma sus causas en serio, y es capaz de activar a otros actores mediante sus discursos (Lumsden y Morgan, 2017, p. 2). Estas amenazas contra la integridad física y las amenazas de violación son formas prominentes del trolleo basado en género, con lo cual estos sujetos interactuantes reproducen la cultura de la violación en los espacios digitales (p. 3). Este tipo de trolleo debe ser visto como un medio para el silenciamiento de las mujeres y sujetos feminizados en el espacio público digital (p. 3).

5.7 Resultados

En el proceso de recolección de la información y en el contacto con diputadas, funcionarias del poder ejecutivo y de municipalidades, se hizo un esfuerzo por alcanzar representatividad geográfica, etaria e ideológica. En este sentido, se contactó a cada una de las diputadas del periodo 2018-2022. El nivel de respuesta fue variado (Figura 5.4).

En cuanto a representatividad por provincia, en el caso de las diputaciones se contó con participantes de Alajuela, Cartago, Heredia, Guanacaste y San José. Además, participaron cinco funcionarias quienes fueron parte del gobierno en los periodos 2014-2018 y 2018-2022 (ver Figura 5.5).

En la Tabla 5.2 se observa la relación de entrevistadas según los ámbitos de acción: nacional para funcionarias de gobierno y provincial para las diputadas.

5.7.1 Identidades y experiencias de las mujeres en política

Para efectos de esta investigación, una pregunta importante es conocer cuáles son las

Figura 5.4 Cantidad de mujeres según partido político

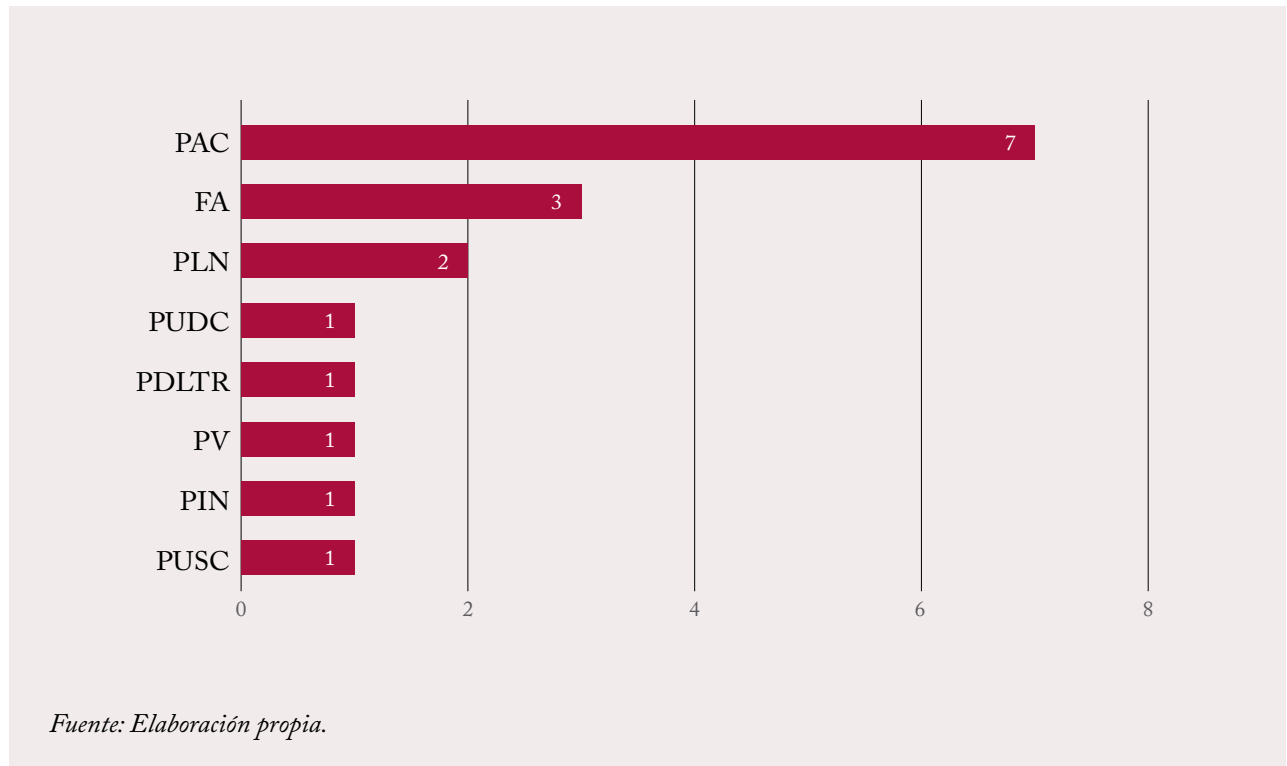


Figura 5.5 Entrevistadas según provincia

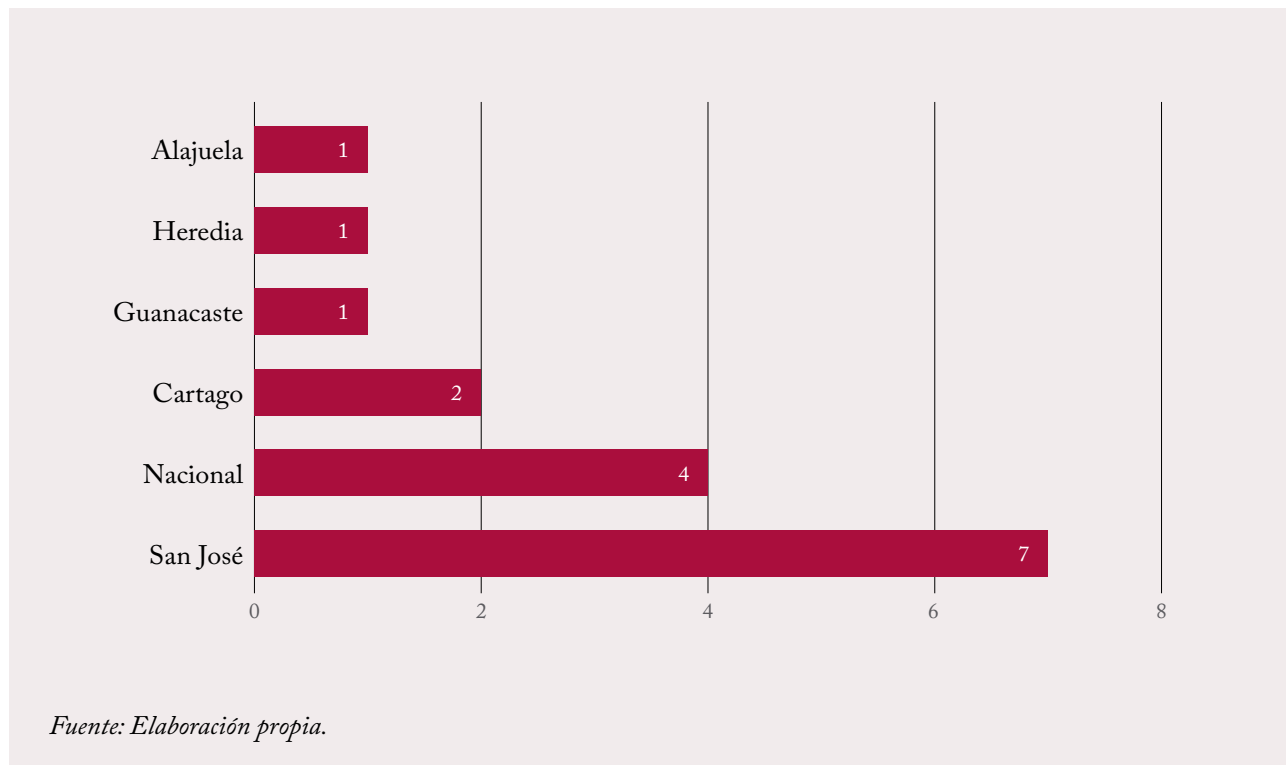


Tabla 5.2 Descripción de entrevistadas, según partido político, provincia y puesto político*

Partido político	Provincia	Puesto político
PIN	Cartago	Diputada (2018-2022)
PLN	Alajuela	Diputada (2018-2022)
PLN	Guanacaste	Diputada (2018-2022)
PUDC	Nacional	Candidata presidencial (2022)
PUSC	Heredia	Diputada (2018-2022)
PDLTR	San José	Candidata a Vicepresidencia, elecciones 2022
PV	San José	Concejala Municipalidad de Montes de Oca (2020-2024)
FA	San José	Candidata a Diputada, 2022
FA	San José	Diputada (2014-2018) Ministra de la Condición de la Mujer (2018-2021)
FA	San José	San José
PAC	Cartago	Diputada (2018-2022)
PAC	Alajuela	Directora, Oficina de Control de Propaganda (2018-2022)
PAC	San José	Diputada (2010-2014) Viceministra de Gobernación (2014-2018)
PAC	San José	Diputada # 1(2018-2022)
PAC	Nacional	Segunda Vicepresidencia de la República (2014-2018)
PAC	Nacional	Viceministra de Asuntos Políticos y Diálogo Ciudadano (2014-2018)
PAC	San José	Diputada # 2 (2018-2022)

Fuente: Elaboración propia.

* En esta investigación, al igual que en otras desarrolladas por la autora, en las que se presentan las narrativas de la violencia desde la perspectiva de las mujeres, se tomó la decisión de presentar los puestos y cargos políticos que han ocupado las entrevistadas en los últimos años, en lugar de sus nombres y apellidos. Al resaltar las narraciones sobre experiencias, la investigación busca identificar los tipos de violencia reconocidos por las mujeres en el ejercicio político, el papel de los medios de comunicación y las redes sociales en la reproducción de dicha violencia y finalmente en las estrategias de confrontación y superación de las mismas, en un marco de derechos humanos.

motivaciones de las mujeres para participar activamente en la política partidaria, especialmente en sus inicios. Un denominador común de las entrevistadas, independientemente de su edad, lugar de residencia y filiación partidaria es que la participación política ha sido una constante desde la infancia, señalando especialmente la comunidad y la escuela como espacios que potencian la participación.

Existe un vínculo con lo comunitario y lo regional que se evidencia en la construcción de identidad de las entrevistadas, específicamente en relación con su ejercicio político, ya sea relacionado a la política partidaria o a su participación en movimientos sociales y comunitarios:

Directora Oficina de Control de Propaganda (2018-2022): Me describo como una mujer rural, que tuvo la oportunidad de viajar a la ciudad a realizar estudios que en mi pueblo no se podían. (...) Yo recuerdo que en primero de la escuela ya estaba en un partido político de la escuela (...) Siempre participé en la política del colegio. Me involucré activamente en grupos ambientalistas en el colegio, como a mis 14 años, y en grupos culturales. Eso me llevó a formar parte del Comité de la Persona Joven que era como un espacio de la municipalidad, en donde se ejecutan pequeñas políticas, proyectos más que todo, para las personas jóvenes. Y a mí me marcó mucho, más que todo la lucha contra el TLC, porque me involucré con los comités patrióticos. Entonces, aunque yo estaba muy joven, tenía 14-15 años, si tuve una militancia de base muy fuerte en los Comités Patrióticos (comunicación personal, 2021).

Como se aprecia en la cita anterior, en la narrativa se hace una conexión directa entre lo público mediado con el acceso a la educación, como puerta de entrada a otros espacios de participación política local y después nacional. Es importante señalar que existen hitos históricos

que marcan los procesos de formación política y concientización de las entrevistadas, y que permiten marcar una diferencia ideológica entre las mismas. Uno de estos grandes hitos es el referendo para la aprobación del Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos en 2007.

De igual manera se resalta el papel de los movimientos ambientalistas y feministas en la formación política de algunas de las entrevistadas. El cooperativismo y la experiencia en los gobiernos locales representa otra de las fuentes de formación de las entrevistadas. Especialmente aquellas que provienen de zonas rurales, fuera de la GAM.

Las entrevistadas en su totalidad reconocen la importancia de los liderazgos comunitarios y escolares en el desarrollo de una conciencia política de la participación de las mujeres. Los espacios de intercambio y socialización a nivel local, a pesar de las desigualdades de género, se inscriben como lugares de construcción de identidades políticas desde la infancia.

Diputada PLN-Alajuela (2018-2022): De igual manera en la política partidaria o como militante de un partido político, hemos estado prácticamente toda la vida desde pequeña y ha sido un comportamiento de acompañamiento de democracia que desde el hogar me inculcaron y por esa razón siempre he participado en los procesos electorales. Pero sí, puse mi nombre por primera vez en una papeleta hace ya cinco años aproximadamente, que fue cuando se hicieron las pasadas renovaciones donde participé como la candidata a la presidencia provincial del movimiento de mujeres del Partido Liberación Nacional (PLN). El partido tiene distintos movimientos dentro de su estructura, entre ellos el movimiento de juventudes, de cooperativas, de trabajadores... y el de mujeres es uno de ellos, entonces en esa ocasión participé como candidata a la provincial de mujeres. Quedé electa en

dicho movimiento y de ahí hasta la fecha (comunicación personal, 2021).

Las mujeres con experiencia partidaria, especialmente en los partidos Acción Ciudadana (PAC) y Frente Amplio (FA), destacan el papel de su paso por la política universitaria en la construcción de sus identidades políticas. En este caso, es importante señalar su vínculo con los movimientos sociales, especialmente el ecologista y el feminista. Al igual que en el caso del Partido de los Trabajadores (PT), se identifica una relación entre formas partidarias y no partidarias de organización política como parte de la formación de las entrevistadas. Y se destaca el espacio universitario como un territorio de contradicción en el que las mujeres encuentran espacios de visibilización, pero a la vez identifican las primeras expresiones de violencia política de las que pueden hablar directamente.

Lo mismo sucede en los espacios locales de participación, particularmente aquellos vinculados a las Municipalidades. Tres de las entrevistadas destacan (una de FA, una del PUSC, una del Partido Vamos) el papel de la reproducción de estereotipos de género en la gestión política y cómo esto impacta en el rol de las mujeres, especialmente en dos niveles: el primer nivel, parte de un contexto histórico-cultural en el que se reproducen estereotipos de género, especialmente los que establecen una división entre lo político como sinónimo de lo público y espacio masculinizado; y el segundo nivel, lo doméstico como sinónimo de lo privado y espacio feminizado. Al respecto, una de las entrevistadas señala los avances en la participación política de las mujeres:

Diputada, PLN-Alajuela (2018-2022):

Ya progresivamente, se fueron abriendo estos espacios, se han ido consolidando muchísimos liderazgos femeninos y hoy podemos nombrar muchas lideresas que sin duda alguna han dejado huella en las diferentes áreas en las que se desenvuelven. Y a raíz de eso somos conscientes de que

cada vez que una de nosotras vaya abriendo ese espacio, hay muchas otras más que pueden también soñarlo, e ir generando esa igualdad real en la provincia de Alajuela (comunicación personal, 2021).

Esa revisión histórica se hace con una perspectiva crítica, reconociendo los espacios de avance en la participación de las mujeres, pero también las limitaciones a las que se enfrentan:

Diputada, PUSC (2018-2022): Entré a la política porque necesitaba que alguien me tendiera la mano; y en aquel momento me ofrecieron, apenas teniendo yo 22 me ofrecieron afiliarme al partido Unidad Social Cristiana. Siempre estuve en los últimos lugares en la papeleta. Nunca tenía oportunidad de salir. Como era antes: que la mujer era para que hiciera el ‘sandwichito’, para que atendiera y para que trabajara con la juventud, para que le censara, ojalá, todo el cantón o las comunidades. Pero nunca con oportunidad de nada. Eso era una realidad (comunicación personal, 2021).

Una de las identidades que atraviesan las mujeres en política, en relación con su entorno, necesariamente hace referencia al peso de los mandatos de género relacionados con el cuidado de los otros y otras, que pesan a la hora de tomar la decisión de hacer, o no, carrera política.

La maternidad, el cuidado de la niñez, las personas adultas mayores y las personas con discapacidad han sido asignadas tradicionalmente a las mujeres, además de ser concebidas como acciones que ocurren en el espacio doméstico-privado, en contraposición con el espacio político-público.

Candidata a la Presidencia por PUDC

(2022): O sea, yo estoy aquí porque gracias a Dios, he ido solventando mis necesidades. Pude criar a mis dos hijas, sola. Y aquí estoy. Pues aquí estoy dándole gra-

cias a Dios, porque (...) si hubiera tenido esposo, no estuviera aquí.

Si yo tuviera esposo en este momento, téngalo por seguro que el papá de mis hijos me hubiera dejado estar aquí. ¿Por qué? ¿Por qué va aquí? ¿Por qué va allá? ¿A qué hora viene? ¿Por qué anda en eso? ¿Por qué hizo lo otro? (Comunicación personal, 2021).

En lo que respecta a la participación política, especialmente la vinculada con la afiliación a partidos políticos (aunque no se limita a esta), 11 de las entrevistadas reconocen el papel de las universidades públicas y la política estudiantil en la reproducción de estereotipos de género, a la vez que son espacios de construcción de identidades políticas, a nivel ideológico, pero también de género. Esta tensión entre violencia y participación es narrada especialmente por las entrevistadas que se autoreconocen como progresistas o de izquierda. Esta experiencia es compartida por quienes han tenido en las municipalidades un espacio de participación político-partidaria institucionalizada (tres de las entrevistadas), especialmente aquellos vinculados con la reproducción de estereotipos de género asociados con el cuidado; y la percepción de que los espacios político-públicos no pertenecen “por naturaleza” a las mujeres.

Aunque las entrevistadas expresan abiertamente que ha habido avances en la participación de las mujeres en los partidos políticos, es posible identificar, a partir del análisis de las entrevistas, un tipo de violencia política basada en género que incluye el cuestionamiento de la presencia de las mujeres en espacios políticos basada en sus habilidades para la gestión, la dirección de procesos y la pertinencia para ocupar puestos de liderazgos.

También se utiliza la crítica a aquellos comportamientos que no son percibidos como “femeninos”, y que intentan establecer una distinción entre las mujeres que participan en la

política reproduciendo los roles de cuidado (al hacerse cargo de la organización de los espacios y logística) y aquellas que juegan un papel de liderazgo (con opiniones claras, argumentadas y confrontativas). A partir de los testimonios de las entrevistadas, se puede inferir que existe un modelo de mujer política potenciado por los partidos, y que va más enfocado a la reproducción de roles de género tradicionales.

De allí que la participación de las mujeres en el espacio público requiere del reconocimiento social y del auto reconocimiento de sus derechos políticos, entendidos como aquellos derechos humanos que hacen referencia a la libertad de pensamiento y de expresión, a votar y ser electa en puestos de elección popular, a ocupar cargos en la función pública, a participar en las decisiones para el desarrollo nacional y comunitario, y a la organización para la defensa de diversos intereses (INAMU, 2007b). Es así como la paridad es uno de los principios básicos para garantizar una participación política igualitaria. A continuación, se desarrolla con más amplitud este concepto y su alcance.

Al respecto, las experiencias de las entrevistadas reportan la paridad como un obstáculo en su experiencia en el ejercicio político, aunque no necesariamente existe una conciencia de la naturaleza estructural de la violencia contra las mujeres. Por ejemplo, las entrevistas vinculadas a los partidos PAC y el FA tienden a mostrar una postura crítica, la cual comprende que la violencia política forma parte de un continuo de la violencia contra las mujeres. Lo anterior, las lleva a visibilizar los retos en política al interior de sus partidos, al igual que la violencia en espacios públicos de toma de decisión.

Aunque el objeto de este estudio es la violencia contra las mujeres en redes sociales digitales, una de las preguntas iniciales hace referencia a si han experimentado violencia política. Los niveles de esta experiencia varían según las entrevistadas, pero existe una constante que muestra que al interior de los partidos las mu-

eres se enfrentan cotidianamente a una cultura machista. Además, la violencia es una constante en la vida de las mujeres y forma parte de su experiencia de participación política.

Candidata a Diputada, FA (2022): ¿Violencia política? Sí, sí he vivido. Tal vez el periodo más fuerte fue este periodo en que fui representante estudiantil. Fue un año muy, muy duro en ese sentido. Emocionalmente es muy difícil de sobrellevar más, como le digo, cuando la violencia viene de quienes supuestamente son el núcleo de apoyo, los mismos copartidarios. Es de los compañeros jóvenes de los que más he recibido, personalmente, violencia política. Esa ha sido mi experiencia, principalmente cuando efectivamente empiezo a tener un rol más visible (comunicación personal, 2021).

La violencia política no es una experiencia ajena a la experiencia cotidiana de las mujeres, especialmente para aquellas que tienen una trayectoria de participación que antecede su vínculo partidario:

Diputada, PLN-Guanacaste (2018-2022): Se da mucha violencia política, inclusive en el congreso. En todos los puestos políticos donde las mujeres participan, siempre hay violencia política: y en el congreso, aunque usted no lo crea, se da mucho. Nos descalifican, a veces porque creemos en algo o hablamos algo que nos parece que no está bien. Ha existido en el Congreso pleitos entre un diputado y una mujer, por lo que sea, por lo que sea. Y se han dicho cosas muy fuertes. Por eso estamos tratando en la Comisión de Mujeres de afinar el Proyecto de Violencia Política lo más que se pueda.

La totalidad de las entrevistadas manifiesta haber sido testigo de expresiones y actos de violencia política contra otra mujer, ya sea de su partido o de otro. Sin embargo, la respuesta

es distinta ante la pregunta de si habían experimentado violencia política. Tres de las entrevistadas expresaron directamente no haber sufrido este tipo de violencia, aunque manifestaron que desarrollan estrategias para evitarla, por ejemplo, tener “bajo perfil” o “no crear anticuerpos”. Esto se traduce en exponerse poco en los espacios de discusión como las redes sociales. Este silenciamiento tiene una función política, y se puede ver como una estrategia para poder trabajar sin intervención de las opiniones de otros.

Este abordaje da cuenta de un tipo de agencia que reconoce, de alguna manera, que el espacio político es violento contra las mujeres y que la mejor forma de avanzar con las agendas específicas es no confrontar los poderes políticos.

5.7.2 Los medios de comunicación y la reproducción de estereotipos de género

En este apartado se recogen las opiniones de las entrevistadas, a partir de sus experiencias, en torno a la representación que hacen los medios de comunicación de las mujeres que ejercen puestos políticos. Las entrevistas identificaron la diversidad de posturas ante los medios de comunicación, mostrando que, además de sesgos de género, también se aprecian diferencias ideológicas: el partido político, las posturas ideológicas, la edad, el nivel de instrucción. Estos son elementos que, a la par del género, marcan el tipo de cobertura y la representación de las mujeres en política. Este hallazgo coincide con estudios que afirman que si bien existe desigualdad en la representación mediática de hombres y mujeres en política, esta no se basa únicamente en el género.

Es importante señalar que las entrevistadas reconocen la existencia de diferencias de género en la cobertura de eventos noticiosos. A partir del análisis de las entrevistas se puede afirmar que existen distintos niveles de criticidad ante la cobertura mediática, no obstante, existen elementos comunes, como lo es

el reconocimiento de que hay medios de comunicación y periodistas que reconocen el trabajo de las mujeres en la política y que tienen un enfoque de género al describir el trabajo de estas.

Sin embargo, las entrevistadas admiten que existen formas de violencia mediática basadas en género, una primer forma de violencia es presentar a las mujeres en su relación con hombres que han ejercido en política, especialmente política partidaria. En este sentido, se invisibiliza el papel que juegan las mujeres en el sostenimiento de las estructuras partidarias y se les presenta como “herederas” ya sea por ser hijas o viudas de líderes políticos (Presidenta del INAMU, 2018-2021, comunicación personal, 2021).

Una segunda forma de violencia es privilegiar las voces de los hombres sobre las de las mujeres en calidad de personas expertas. En este caso existe un cruce entre género y edad. Los medios tienden a buscar la opinión de estas figuras masculinas, aun en los casos en los que los proyectos o acciones políticas concretas -sea en el ámbito legislativo o gubernamental- son liderados por mujeres (comunicación personal, Jefa de Fracción del PLN, 2021).

Una tercera forma de violencia mediática identificada por las entrevistadas, y que afecta directamente su representación, es que existe un sesgo a la hora de presentar los logros políticos de hombres y mujeres. En el caso de la Asamblea Legislativa, se expresa un sesgo en el momento de reconocer los logros:

Diputada PAC-Cartago (2018-2022):

Hoy en día he notado diferentes parámetros para evaluar los mismos logros. Por ejemplo, Carolina Hidalgo tuvo una presidencia sumamente productiva en términos de producción, de aprobación de leyes sustanciales. Además, entonces, la próxima cuando Carolina presidenta la asamblea tiene este logro, se le acreditó a los jefes de fracción hombres. (Comunicación personal, 2021)

Así, la cobertura mediática varía cuando el presidente de la Asamblea es un hombre, y las Jefaturas de fracción están ocupadas por mujeres. En ese caso, la capacidad de liderazgo y gestión se asigna al hombre.

Una cuarta forma de violencia identificada es la reproducción de estereotipos de género basados en la demanda de que las mujeres respondan a los patrones de belleza asignados a su género. Un ejemplo evidenciado en los medios de comunicación es el espacio que estos dedican a discutir el vestuario o calzado que usan las mujeres, cuando estos no cumplen con los mandatos de feminidad asignados a las mujeres, utilizando el “protocolo” como un indicador. Pero, cuando se rompe dicho protocolo para representar una determinada imagen de feminidad, esto es obliterado:

Diputada PAC-Cartago (2018-2022):

Los medios tienen diferentes abordajes, pero por ejemplo pongo este caso muy puntual: (una diputada)² viene en tenis a la Asamblea Legislativa, y (un diputado) tiene meses de ir en tenis a la Asamblea. Pero (la diputada) es noticia por eso. Los medios van mucho al cuerpo. Un día hicieron una nota porque (una diputada) andaba con zapatos bajos de vestir.

Lo anterior denota que otro tipo de evaluación del cuerpo de las mujeres es realzar su belleza por sobre sus cualidades y el tipo de trabajo que realizan en la Asamblea Legislativa o en el Gobierno.

Otro aspecto en el nivel de las discusiones políticas se relaciona con la distinción basada en género, que representa un sesgo en la cobertura mediática. Las diferencias políticas e ideológicas entre mujeres tienden a ser repre-

² Aunque en la entrevista se mencionan los nombres, la autora de este capítulo toma la decisión de anonimizarlo respetando la identidad de las personas y con la finalidad de no exponerlas nuevamente.

sentadas como una discusión personalizada y no fundamentada en temas políticos. Se busca, así, que las mujeres expresen opiniones negativas sobre otras, sobre su personalidad, no basadas en proyectos políticos. Como expresa una de las entrevistadas: “a los medios les interesa que las discusiones políticas entre mujeres aparezcan como ‘pleitos de viejas’; reproduciendo estereotipos de género en los que las mujeres son representadas como emocionales, y no como sujetos capaces de hacer alianzas políticas estratégicas”.

Ante estas formas de reproducción de estereotipos, las entrevistadas señalan una serie de estrategias para abrir espacios de diálogo con los medios de comunicación, que contribuyan a la modificación de prácticas discriminatorias basadas en la desigualdad de género:

1. Mostrar accesibilidad y apertura para hablar con los medios de comunicación.
2. Tener una actitud proactiva, ofreciendo a los medios información acerca de la labor que realizan cotidianamente mediante envío de informes de labores, notas de prensa, videos explicativos, entre otros.
3. Elaboración de contenidos propios que puedan ser distribuidos en plataformas digitales, además de ser enviados a los medios de comunicación.
4. Hacer seguimiento a los medios de comunicación para identificar las agendas de interés de los mismos, con el fin de identificar estratégicamente aquellos medios a los que se pueden acercar.
5. Confrontar directa y personalmente al medio de comunicación por parte de las personas encargadas de comunicación.
6. Abrir canales alternativos de comunicación, como el uso de las redes sociales digitales, Whatsapp, llamadas telefónicas y correo electrónico.

Con respecto a estas estrategias, no todas las entrevistadas las desarrollan de igual mane-

ra. Es importante señalar que las dos primeras estrategias son más de tipo informativo y se concentran en una mirada tradicional del papel que juegan los medios de comunicación en la construcción de opinión pública. Las cuatro restantes dan cuenta de una mirada estratégica de la comunicación política, que entiende la importancia de considerar a los medios como actores comunicativos y sociales, a los cuales hay que acercarse estratégicamente. La comprensión de los medios como un actor social permite realizar un salto cualitativo de la información a la incidencia política; además de contribuir en la construcción de plataformas comunicativas que trasciendan a los medios de comunicación, como pueden ser las redes sociales digitales.

5.7.3 Redes Sociales Digitales como espacios de construcción de perfiles políticos

A partir del análisis de los perfiles de las entrevistadas se determinó que el uso de las redes sociales digitales varía. El denominador común es Facebook, seguido en menor medida por Twitter e Instagram. Además, la creación de perfiles políticos permite diferenciar los usos públicos y privados de la comunicación en espacios digitales.

Con respecto a la vinculación de las entrevistadas con las redes sociales digitales, es importante señalar que existe una postura crítica hacia las mismas, y se expresa en la totalidad de las entrevistas. Las entrevistadas plantean de manera clara la necesidad de tener una relación crítica con las plataformas digitales en general. Asimismo, existe un discurso de seguridad digital expresado a través de las medidas que toman las mujeres o sus equipos de comunicación, por ejemplo, la diferenciación entre perfiles personales y perfiles públicos.

Esta separación es consciente y tiene como fin la separación de la vida privada y pública en los entornos digitales; sin embargo, el proceso mediante el cual las entrevistadas llegan

a la decisión de separar sus perfiles, según su finalidad, es variable.

En las entrevistas realizadas se pudo constatar que la edad es un indicador diferenciador de la experiencia: cuatro de las entrevistadas más jóvenes plantean que, en al menos una ocasión, se usaron fotografías de sus perfiles privados como forma de desacreditar su potencial labor política, especialmente cuando se usan imágenes exponiendo a las mujeres en espacios no formales y de entretenimiento. Esto se expresa de manera diferenciada con las entrevistadas mayores de 40 años, quienes hacen referencia al uso de información relativa a su vida familiar como elemento que incide en su ejercicio político.

Si bien es cierto que el uso de la vida privada de las mujeres para valorar su ejercicio político no se limita a las redes sociales digitales, es importante señalar que las mismas permiten un acceso acelerado a la información sobre la vida de las mujeres, la cual es susceptible de ser utilizada públicamente. Como se explicó anteriormente, la edad de las mujeres se emplea como un indicador del tipo de contenido a utilizar.

Estas situaciones llevan a las entrevistadas a tener un uso controlado de las redes sociales digitales, estableciendo parámetros de seguridad como: crear perfiles personales privados con niveles de participación para otras personas interactuantes, haciendo uso de las etiquetas de familiares, amigos y conocidos a la hora de publicar contenidos; crear perfiles públicos en los cuales se expresan sus opiniones políticas y partidarias. Dichos perfiles son atendidos directamente por ellas o por equipos de comunicación, dependiendo de la función política que están desempeñando. Se destaca, además, la necesidad de diferenciar entre los perfiles personales que representan la identidad individual de cada persona y sus entornos cotidianos, y aquellos perfiles públicos que se vinculan con el ejercicio partidario.

Además, existe una necesidad por parte de las entrevistadas de establecer acciones que permitan controlar la narrativa sobre las mujeres en política, debido a que tanto los medios de comunicación como algunas personas interactuantes en las redes sociales digitales, tienden a reproducir prejuicios de género en torno a las habilidades políticas de las mujeres, a sus trayectorias y a sus méritos. En todos los casos, las entrevistadas decidieron abrir nuevas cuentas en Facebook desde el momento en el que inició la campaña (para el caso de las diputadas y las participantes como candidatas a diputaciones en las campañas 2014 y 2018), o en el caso en el que comenzó su ejercicio en ministerios u otras instancias.

A partir del análisis de los perfiles de uso y las entrevistas, se pudieron establecer algunos criterios cualitativos que contribuyeron a la construcción de perfiles de uso político de las redes sociales. Estos criterios incluyen: edad, conocimiento y uso previo de las redes sociales digitales.

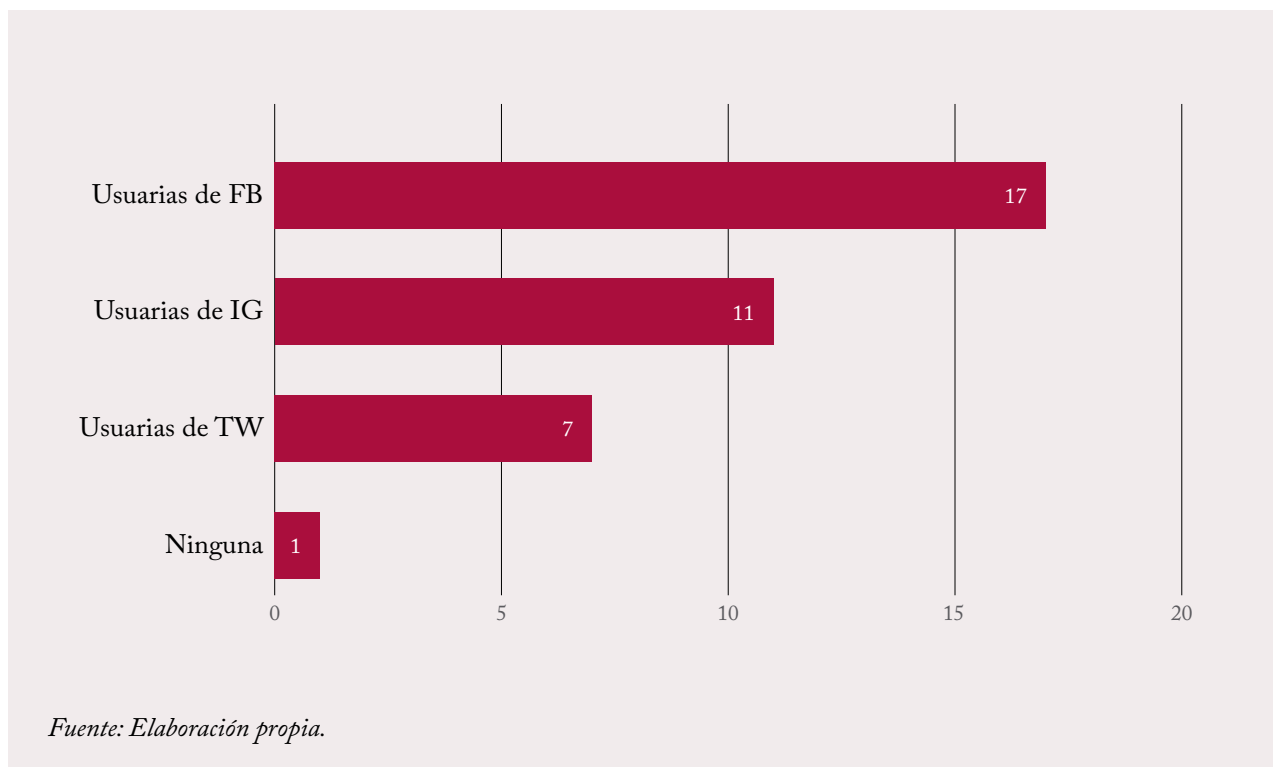
En la Tabla 5.3 se presenta el perfil de los usos de redes sociales, el cual varía según la entrevistada, respondiendo a factores como: familiarización previa con el uso de redes sociales; tiempo individual con el que se cuenta para el manejo de redes, si se cuenta o no con un equipo de gestión de la comunicación, ya sea voluntario o financiado. En este sentido, se encuentra una diferencia en los niveles de usos vinculada a la edad (brecha digital etaria), pero también está mediado por los recursos económicos, del partido o personales. También, se presenta una marcada diferencia entre los recursos que manejan los partidos que cuentan con estructura a nivel nacional y que se podrían denominar tradicionales (PLN, PUSC, PAC) y los partidos emergentes (FA, PDLT, PV).

El análisis de las entrevistas, en diálogo con la teoría, permitió identificar una serie de criterios para el uso político de las redes sociales. Todas las participantes reconocen la importan-

Tabla 5.3 Perfiles de uso de las redes sociales digitales			
Perfiles	Redes utilizadas	Frecuencia de uso	Comunicación
Uso básico	Facebook	Publicaciones esporádicas (1 vez por semana)	Se usan imágenes genéricas que no tienen relación directa con el texto. El texto de las publicaciones no ofrece contexto de fecha o lugar al que se hace referencia en la imagen. Se usa un lenguaje neutro que no hay interpelación con la audiencia.
Uso moderado	Facebook Instagram	Publicaciones frecuentes (2-4 veces por semana)	Tiene presente el contexto en el que se realiza el post. No se tiene claras las intenciones de la persona. No hay interpelación directa con la audiencia.
Uso intensivo	Facebook Instagram Twitter	Uso frecuente de las redes	Conoce el contexto en el que se realiza el post. Uso eficaz de las imágenes. Conoce claramente las intenciones de las personas. Interpela directamente a las audiencias.

Fuente: Elaboración propia.

Figura 5.6 Cantidad de mujeres que hacen uso político de redes sociales (2021)



cia de estas en el desarrollo de los procesos de comunicación con diferentes públicos y como una alternativa al silenciamiento mediático. Del total de las entrevistadas, solo una manifestó no tener redes sociales, el resto indicó usar Facebook (17), Instagram (11), la cual es la segunda red más utilizada y Twitter (7). Esta última es la red menos utilizada, aunque se reconoce su importancia en el debate político y ciudadano (Figura 5.6).

De igual manera, 13 de las 18 entrevistadas cuentan con perfiles personales, los cuales fueron abiertos antes de comenzar a hacer uso político de las redes. Estos perfiles son diferenciados de las cuentas oficiales utilizadas ya sea para desarrollar campañas políticas en tiempo de elecciones o en su calidad de funcionarias públicas. Dos de las entrevistadas expresaron usar sus cuentas personales en tiempos de campaña, debido a no contar con los recursos para hacer esa separación.

Con respecto a los usos de cada red social, se encontraron algunas diferencias, por ejemplo, Facebook, considerada la red con mayor alcance a nivel nacional con 3.3 millones de personas usuarias (Ilifibetl, 2021), se emplea para acceder a una audiencia diversa y más amplia y la comunicación que se produce tiende a ser formal. Por su parte, Instagram, la segunda red con mayor alcance a nivel nacional con 1.5 millones de personas usuarias (Ilifibetl, 2021), es utilizada para subir contenidos “más personales” relacionados con el trabajo y la vida cotidiana, y tiene función de ofrecer una perspectiva más cercana a las audiencias.

En el caso de Twitter (470 mil personas usuarias), se emplea con fines informativos y también como un espacio para debatir ideas y posturas; sin embargo, las entrevistadas plantean que esta es la red más “agotadora” y la más violenta, y por tanto, la menos usada de las tres, principalmente, por aquellas personas que tienen que gestionar sus propias redes y no cuen-

tan con un equipo especializado para desarrollar estas funciones.

Durante el desarrollo de la investigación, se pudo identificar una serie de criterios para el uso político de las redes sociales (Tabla 5.4). El primero se relaciona con la necesidad de generar un perfil político digital distinto de los perfiles personales; esto tiene como finalidad proteger la imagen de las mujeres y establecer una diferenciación entre vida pública y privada. En este sentido, tres de las entrevistadas expresaron que en tiempos de campaña se utilizaron imágenes publicadas en sus redes sociales con la intención de desacreditar sus capacidades en ejercicio político. El segundo, tiene que ver con los objetivos de la comunicación, los cuales forman parte de los criterios para el uso político de las redes, la totalidad de las entrevistadas muestra claridad en torno a los objetivos, destacando la rendición de cuenta como respuesta a la invisibilización mediática. Al respecto, las redes facilitan un acercamiento con las personas votantes, especialmente para las diputadas fuera de San José.

El tercer criterio hace referencia al acceso a recursos especializados y financieros. Si el manejo de las redes corre por cuenta de la figura política (en cualquiera de sus funciones) la tendencia es que haya un uso limitado de las redes, un mayor uso de Facebook, poco uso de imágenes y videos, y, publicaciones esporádicas. Es importante señalar que en el caso de contar con una persona o un equipo de comunicación, esto no implica la contratación de profesionales o especialistas en comunicación:

Diputada, PLN-Alajuela (2018-2022):

En los mensajes privados es donde a veces se pasan de todo. Uno dice: no puede ser que alguien en sus cinco sentidos llegue a estas cosas. Pero de ahí en fuera tratamos de manejar todo con cautela, con mucha prudencia. Y respirando un poco, porque sí a veces uno desea contestar muchas co-

Tabla 5.4 Caracterización del uso de las redes sociales con fines políticos

Criterios de uso	Descripción
Creación de perfil político	Se establece una distinción entre los perfiles personales y las páginas para uso político.
Objetivo de comunicación	Transparencia, descripción de acciones y el trabajo que se realiza. Rendición de cuentas ante votantes: resultados de la gestión. Acciones de incidencia política con actores clave. Sensibilización a la ciudadanía . Contacto con personas vía redes sociales.
Recurso humano y tecnológico	Distinción entre las funciones de cada red social, y los beneficios políticos de las mismas. Definición de quién atiende las redes sociales. Brechas en el acceso a infraestructura y brecha de usos de TIC de audiencias.
Profesionalización en el manejo de comunicación digital	Conocimientos sobre redes sociales, estrategias de seguridad para el uso de estas y producción y distribución de contenidos según características de las redes sociales.

Fuente: Elaboración propia.

sas, pero sabe que no debe o no puede hacerlo (comunicación personal, 2021).

El cuarto criterio hace referencia al hecho de que, cuando los equipos de comunicación cuentan con personal profesional, se aprecia no solo en las publicaciones, sino en la construcción de estrategias de comunicación como la producción de contenidos multiplataforma (que eventualmente son utilizados por los medios de comunicación).

Asimismo, por lo general estas personas o equipos son las encargadas de la gestión de las interacciones (respuestas a comentarios y mensajes privados) que se generan en las redes sociales; además, juegan un papel importante en la organización y en la distribución de los contenidos, siendo relevante sus niveles de alfabetización mediática y su relacionamiento previo con las redes sociales.

5.7.4 La violencia política contra las mujeres en las Redes Sociales Digitales

La violencia contra las mujeres en espacios digitales forma parte de la cultura de la violencia contra esta población en el espacio público. Corresponde a un continuo de violencia en el que se entrelazan expresiones en espacios presenciales y digitales. Se presenta de manera directa contra mujeres en el ejercicio político y articula la violencia de género con otras como el clasismo, el edadismo, el racismo, entre otros; y representa un ataque a la ideología y a las opiniones de las mujeres y sus cuerpos.

Esta violencia se manifiesta a través de acciones “que suponen un ataque contra derechos como la intimidad, la dignidad, el honor o la propia imagen. Además, este tipo de conductas puede ser un primer paso o complementar algún tipo de violencia física” (OXFAM INTERMON, 2018); y se materializa mediante el uso

de comentarios ofensivos, humillantes o discriminatorios; amenazas y coacciones; difusión de fotografías y vídeos privados; acceso ilícito a perfiles de redes sociales para manipularlos; y daños en equipos informáticos (OXFAM INTERMON, 2018).

Como se expresó anteriormente, la violencia en los espacios digitales forma parte de una cultura de la violencia que no puede leerse fuera de los ámbitos presenciales. Esto se aprecia en las respuestas de la totalidad de las entrevistadas, pues existe una relación entre los eventos que ocurren en el espacio público y que son discutidos en los espacios virtuales. Por eso, es importante hablar de una interconexión entre las acciones políticas, la representación mediática de las mismas y su discusión en redes sociales (Martínez, 2018). También, se pudo constatar que uno de los tipos de violencia política en las redes sociales digitales que más experimentan las mujeres en el ejercicio político se relaciona con el uso de palabras, expresiones e imágenes ofensivas, especialmente vinculadas a su apariencia física, orientación sexual y edad.

Otras formas de violencia identificadas en este estudio son:

- Cuestionamiento de las capacidades y los conocimientos en materia de política. Se cuestiona las razones por las que llegó al puesto, al asociarlas con hombres (especialmente padres o esposos) pero, se oculta la trayectoria de las mismas en sus comunidades, organizaciones comunitarias y movimientos sociales.
- La alusión a la sexualidad de las mujeres para desacreditar su trabajo. Esto incluye alusión a las identidades sexuales de las mujeres, especialmente aquellas que destacan en la defensa de los derechos sexuales y reproductivos, y de la salud sexual y reproductiva.
- Mensajes de odio, especialmente a aquellas mujeres vinculadas a las luchas por los derechos sexuales y reproductivos de las mujeres, que incluyen frases como: “que las esterilicen a todas”, “Ojalá su mamá la hubiera abortado”. Estos comentarios hacen referencia directa al control sobre el cuerpo de las mujeres, como formas de violencia explícita.
- Envío de imágenes y videos donde aparecen genitales masculinos. En este grupo se incluyen las amenazas de violación explícitas o veladas. Estos últimos representan amenazas a la integridad física de las mujeres.
- Búsqueda en redes sociales de información personal de las mujeres en política con el fin de afectar su imagen pública.
- Mensajes de odio que, de manera reiterativa y sin importar el tema de las publicaciones, se concentran en criticar al gobierno, pero que no tienen como finalidad evaluar o discutir la gestión política de las mujeres.
- Reproducción de prejuicios en torno a cuáles deberían ser los temas prioritarios para el país, estableciendo una jerarquía de prioridades entre la reactivación económica y los derechos de las mujeres, viéndolos como derechos de segunda clase (Diputada PAC-San José, conversación personal).

Estas formas de violencia tienen impacto en la vida de las mujeres, en su participación política y en su salud física y mental. En primer lugar, porque las redes sociales digitales son espacios percibidos como inseguros para las mujeres en el ejercicio político. Y, en segundo lugar, porque la atención de las redes sociales digitales toma tiempo y requiere de una inmersión en el espacio digital que tiene impacto emocional en la vida de las personas.

Además, es necesario señalar el aumento de figuras que desde el anonimato (trolls) cumplen el rol de limitar la participación política de las mujeres mediante la coerción y autocensura (Diputada PAC-San José, conversación personal).

5.7.5 Estrategias ante la violencia en redes sociales contra mujeres en el ejercicio político

En este apartado se expondrán las estrategias que, de manera individual o colectiva, siguen las mujeres en el ejercicio político ante la violencia en redes sociales. Como se ha señalado con anterioridad, la creación de perfiles públicos contribuye a una gestión de la comunicación pública, a la vez que establece una separación de imagen pública y privada; además, del uso limitado de las redes sociales como estrategia para establecer una separación entre los perfiles privados y públicos, que en ocasiones se traduce en dejar de usar o incluso cerrar los perfiles personales.

También, se aprecia una fuerte distinción entre los espacios privado y público en el discurso y en las prácticas de las mujeres en política. Las redes sociales digitales son percibidas como un espacio de exposición en el cual las mujeres en general y las mujeres en el ejercicio político en particular, deben actuar con cautela, generando estrategias que les permita controlar las narrativas de lo que se publica y se habla de ellas, de su ejercicio político y de sus posturas ideológicas.

Al respecto, las entrevistadas que optan por la limitación del uso de redes sociales digitales manifiestan que se trata de una decisión política vinculada con el autocuidado y la salud mental. Esta decisión ha sido tomada después de un proceso de exposición a formas de violencia en las redes. Además, es importante señalar que en estos casos, también influye que el manejo de las redes se hace sin el apoyo de un equipo de comunicación. En el caso de quienes cuentan con dichos grupos, la decisión es delegar en un grupo especializado tanto el manejo de redes, como el monitoreo de comentarios y publicaciones con contenido de odio. Con esto, se evita exponer a las mujeres que ejercen política de la gestión cotidiana de la comunicación en un contexto violento.

En lo que respecta a las acciones de respuesta, se puede identificar que estas se trabajan de manera colectiva cuando existe el equipo de comunicación. Se realiza una evaluación de comentarios para discernir entre los que son de crítica (sobre los que se puede generar una respuesta de carácter aclaratorio) y aquellos comentarios catalogados como “ofensivos”, que reproducen discursos de odio. Para los primeros se establece una estrategia de diálogo que tiene dos niveles: 1) responder al comentario de manera pública, y, 2) contactar de manera directa a la persona por medio de un mensaje privado, con el fin de generar un intercambio directo.

Con respecto a los mensajes que reproducen discursos de odio, las estrategias se manifiestan de la siguiente manera:

1. Administrar los contenidos de manera que no aparezcan en el muro de la funcionaria pública comentarios ofensivos.
2. No establecer ningún tipo de interacción con las personas interactuantes que emiten los comentarios ofensivos.
3. Elaborar nuevas publicaciones haciendo un llamado a la cultura de la discusión y el respeto.
4. Interpelar de manera directa a los sujetos cuyas interacciones expresan violencia contra las mujeres en general y específicamente contra las mujeres entrevistadas.
5. En menor medida, se recurre a bloquear contactos, cuyos comentarios inducen a la violencia.

Otra de las estrategias, que deriva del posicionamiento político ante la violencia en redes sociales, y al que hacen referencia recurrentemente las entrevistadas, es el autocuido. Esto hace alusión a la generación de espacios seguros más allá de la interacción en redes sociales. Esta es una estrategia individual que tiene una doble función: de alguna manera pone de manifiesto las limitaciones de las acciones institucionales

y colectivas, pero también permite visibilizar la agencia de las mujeres ante un entorno violento como lo es el político. El distanciamiento crítico de las redes sociales permite generar formas de comunicación a través de alianzas con medios locales, grupos organizados y actores clave, entre otros.

También, existen estrategias colectivas que buscan fortalecer las alianzas entre mujeres políticas como lo son la Red de Mujeres Municipalistas (RECOMM) y el Foro de Mujeres Políticas por Costa Rica. Ambas organizaciones han desarrollado acciones de incidencia política para promover una participación política de las mujeres libre de violencia y discriminación (Naciones Unidas-Costa Rica, 2022). Además, de demandar al Estado costarricense la aprobación del *Expediente 20.308 Ley para atender, sancionar y erradicar la violencia contra las mujeres en la política*. Otro espacio de incidencia importante ha sido el Grupo Parlamentario de Mujeres de la Asamblea Legislativa, el cual ha mostrado la solidaridad con diputadas, ante actos de violencia política basada en género. Asimismo, las entrevistadas plantean la importancia que juegan las comisiones de la mujer al interior de los partidos y cómo han contribuido en la regulación de la violencia en espacios digitales (mensajería instantánea), así como en la modificación de estatutos que potencien la participación de las mujeres en entornos seguros e igualitarios.

Si bien las entrevistadas manifiestan, en términos generales, que conocen de estrategias institucionales y colectivas para denunciar la violencia contra las mujeres en el ejercicio político, es cierto que cuando esta se produce en espacios digitales, las respuestas tienden a ser individuales. Además, expresan que no existen mecanismos para dotar a las mujeres de herramientas para hacer frente a este tipo de violencia, así como tampoco existen regulaciones claras que tipifiquen o penalicen formas de violencia política contra las mujeres, como sucede en otros países de la región como México, Ar-

gentina, El Salvador y Brasil, entre otros (Observatorio de Reformas políticas, 2022).

5.8 Conclusiones

El III Estado de los Derechos de las Mujeres (Salas, et al, 2019) elaborado desde el INAMU plantea una serie de retos y obstáculos a la participación política de las mujeres. La paridad no ha permeado de igual manera los espacios de participación política de las mujeres dentro y fuera de los partidos. Por otra parte, el incremento de la presencia de mujeres en el ejercicio político en la Asamblea Legislativa y en el Poder Ejecutivo en los últimos ocho años han puesto de manifiesto las barreras económicas, sociales y culturales que enfrentan las mujeres.

La presencia de cada vez más mujeres en el espacio político ha servido para hacer visibles esas formas de violencia que se expresan socialmente dentro y fuera del ámbito digital y en las redes sociales. La comunicación con perspectiva de género que permita un abordaje noticioso desde los Derechos Humanos de las Mujeres sigue estando pendiente. De esto dan cuenta todas las estrategias de interrelación con los medios de comunicación que deben seguir las mujeres que participan en la política, pues, salvo excepciones, no son percibidos como aliados, sino como una barrera a la representación de las mujeres. Además, contribuyen a la reproducción de estereotipos de género que invisibilizan las capacidades de las mujeres y su experiencia política.

A partir de las entrevistas se pudo constatar que las mujeres comienzan a participar en la política desde edades tempranas y que la escuela y la comunidad juegan un importante papel en la consolidación de liderazgos vinculados con las necesidades del entorno más cercano. Las asociaciones de desarrollo, las asociaciones cooperativas y las municipalidades son otros de los espacios locales en los que se involucran las mujeres. También está presente el impacto de

los movimientos sociales, fundamentalmente el ambientalista y el feminista, en la construcción de las identidades e ideologías políticas de las mujeres.

Lo comunitario como espacio de interacción y construcción de sentido y de transformación social, juega un importante papel en la construcción narrativa del sujeto político mujer; independientemente del partido político en que se milite o la función pública que se realice. Además, el entorno familiar también resulta significativo y es señalado como parte de la historia de vida de las entrevistadas. Todos estos son elementos a los que los discursos políticos no consideran “público” y por tanto quedan fuera de las narrativas hegemónicas que construyen a los sujetos políticos desde un patrón heteronormado.

La violencia política aparece como una constante en las narrativas de esos sujetos políticos “mujeres”. Las experiencias de silenciamiento, discriminación o amenazas con el fin de limitar la participación política de las mujeres están presentes de manera explícita en las entrevistas, aunque a veces se construye en el discurso como algo que le sucede a las “otras”; sin embargo, siempre es identificable.

La identificación de la violencia en redes sociales contra las mujeres en el ejercicio de la política se torna más compleja para las entrevistadas. Hablar de esta representa un reto, pues se trata de una expresión de violencia contra las mujeres en el ámbito político, pero que no se limita al espacio partidario sino que se está constituido por distintos tipos de violencia, entre ellas la institucional y la mediática, en relación con una serie de patrones sociales que reproducen las desigualdades de género.

Si bien la violencia en redes sociales contra mujeres en el ejercicio político es una constante, sus formas de expresión varían, atendiendo a los perfiles etarios, de orientación sexual, pero también ideológicos de las mujeres. Por otra parte, a la hora de narrar las experiencias de violencia, las mujeres más jóvenes tienden a ser más abiertas a la hora de narrar sus experiencias y también a describir, de manera más detallada, las estrategias para superarla.

Las entrevistadas, además, resaltan la importancia de generar espacios de formación y generación de habilidades para el manejo seguro de las redes sociales con fines políticos y en general. Se manifiesta que mucho del conocimiento adquirido es de carácter empírico y como resultado de la exposición a situaciones violentas ya sea a título personal o en su entorno. Igualmente, destacan la importancia de contar con equipos profesionales de comunicación.

A partir del desarrollo de esta investigación se ha podido indagar, desde una perspectiva cualitativa, cómo la violencia contra mujeres en política permea sus experiencias y su construcción como sujeto político. A la vez, permite identificar, desde la perspectiva de las mujeres, cómo se articulan las violencias en diferentes ámbitos, marcando las nociones de participación política y liderazgo de las mujeres.

Finalmente, con esta investigación se sigue poniendo sobre la mesa el tema de la responsabilidad mediática en la representación de las mujeres en general y de las mujeres en política en particular, y de la necesidad de generar espacios de formación con perspectiva de género y derechos humanos de las mujeres (Chinchilla y Martínez, 2021). ■

CAPÍTULO 6

Calidad periodística como derecho ciudadano: calidad en el periodismo digital costarricense

Diego Pérez Damasco*

6.1 Introducción¹

El periodismo vive globalmente, desde hace más de una década, un período de fuerte incertidumbre institucional que conjuga profundas debilidades en su modelo de financiamiento, con una importante pérdida en su credibilidad y calidad (Freedman, 2019; Benson, 2017; Heflin, 2015; Nerone, 2015; Meyer, 2009). Este fenómeno ha sido estudiado ampliamente en Estados Unidos y en algunos países de Europa occidental, pero en América Latina y en particular en Costa Rica existen pocos acercamientos académicos que permitan dar luces sobre las dimensiones, particularidades y consecuencias de esta situación, a nivel local, particularmente en términos similares a los esbozados en la literatura norteamericana y europea sobre esta coyuntura.

En Estados Unidos, a partir de 2008 una serie de periódicos impresos se acogen a las protecciones legales frente a la bancarrota (como *Tribune Company* y *Sun-Times Media Group*), mientras que otros son comprados por corporaciones más grandes (*The Washington Post* fue comprado por el CEO de Amazon, Jeff Be-

zos), o aplican medidas como recorte de personal (como el caso de *The Independent*, en el Reino Unido).

La crisis económica mundial de 2008 puede haber acelerado el proceso, pero distintos acercamientos sugieren que la poca preparación frente a los retos que establecieron las tecnologías de la comunicación digitales -tanto en difusión de contenidos como en el modelo de financiamiento por publicidad-, así como la dependencia de pocas modalidades de ingresos ya sugerían desde antes un futuro poco promisorio (Meyer, 2009; Picard, 2008).

En Costa Rica también hay claros indicios de una “crisis” en los periódicos. Según datos de IBOPE-Media citados por Carazo (2015), entre 2011 y 2012 la audiencia de los periódicos cayó un 10%, mientras que la inversión disminuyó aproximadamente un 5% entre 2007 y 2013. Asimismo, corporaciones mediáticas como el Grupo Nación han cerrado algunos de sus medios (*Al Día*, *Soho*, *Ahora*, *ADN*) y han realizado despidos de personal; mientras que el Grupo Extra eliminó la edición impresa del diario *La Prensa Libre*, migrando el periódico a la plataforma digital, para finalmente cerrar el medio en 2020. Asimismo, números más recientes muestran que la audiencia de los

1 Los hallazgos de este capítulo se obtuvieron en la tesis mediante la cual el autor optó por el grado de Maestría Académica en Comunicación y Desarrollo.

*Periodista y comunicador social. Tiene una maestría en Periodismo Internacional de la Universidad de Sussex (Brighton, Inglaterra) y una maestría académica en Comunicación y Desarrollo de la Universidad de Costa Rica (UCR). Se ha desempeñado como periodista en medios de comunicación nacionales e internacionales y como comunicador en diversas ONGs defensoras de derechos humanos, particularmente en materia LGBTIQ+, de salud, refugio y migraciones.

principales periódicos de Costa Rica (*La Nación*, *Diario Extra*, *La República*, *La Teja*) se ha reducido en 44% entre 2011 y 2016, mientras que los cuatro han sufrido disminuciones en sus ingresos por publicidad, en diferentes niveles, entre 2007 y 2016 (Ramírez, 2018).

La nueva trinchera de batalla, tanto por la sostenibilidad económica como por alcanzar a la audiencia, está en los espacios de publicación digital: el periodismo web y los portales de noticias en línea. Desde allí, en un escenario en el que no siempre es sencillo monetizar, los intentos por generar audiencia e ingresos no están escritos en piedra, ni se terminan de definir. Por ello, vale la pena evaluar si el ejercicio del periodismo desde la web se está haciendo con el rigor necesario.

Este capítulo pretende discutir si se ha visto afectado el periodismo digital en términos de calidad, en el contexto de una crisis de financiamiento de la actividad, que ha llevado a realizar recortes a innumerables medios que buscan subsistir como negocio. De esta forma, se pretende contribuir a los estudios de comunicación y en particular a los estudios sobre el periodismo en el país.

Además de ello, se incorpora la perspectiva del derecho a la comunicación como un eje transversal en el estudio del periodismo, un elemento prácticamente ausente en la literatura sobre el período de incertidumbre que vive el periodismo y su relación con la calidad. Este eje es muy poco utilizado, en general, en los estudios académicos, que suelen enfocarse más en la libertad de prensa -entendida como una forma de libertad empresarial (Curran, 1979)- que en el derecho comunicacional de la ciudadanía y la sociedad en general.

El propósito de introducir esta dimensión de análisis consiste en reconocer a los medios de comunicación, y en particular al ejercicio periodístico, como instituciones de interés público, en las cuales es más válido hablar de ciudadanía

que de audiencias. En este sentido, se plantea entender el fenómeno tomando como premisa la relevancia social del oficio, así como la importancia y significado de la inclusión ciudadana, a la vez que se busca argumentar que la calidad del periodismo también es un derecho.

Para llevar adelante este proceso, se partió de las dimensiones teóricas de la relación entre periodismo y esfera pública, así como el derecho a la comunicación, teniendo en cuenta los conceptos de calidad en el ejercicio periodístico y sus posibles relaciones con la problemática que enfrenta la industria que sustenta el periodismo para financiarlo.

Desde estas dimensiones, se pretende discutir, a partir de un diagnóstico de la calidad de los medios digitales costarricenses, si existe un cumplimiento del derecho ciudadano a recibir información de calidad, así como las posibles consecuencias de lo encontrado en el debate público en una sociedad democrática con las características de la costarricense.

Metodológicamente, se realizó un análisis de contenido a notas periodísticas de los medios digitales de referencia (*La Nación*, *La Prensa Libre* y *CRHoy*), además los resultados del índice de calidad que se aplicará a estas noticias fueron analizados cualitativamente. Siguiendo esta línea, se pretenden generar insumos para el ejercicio de un periodismo con mayor calidad, profundidad, diversidad y prácticas más inclusivas, que contribuya de manera más positiva al debate y al intercambio de ideas en el marco del sistema democrático costarricense.

Por tratarse de un contexto cronológicamente muy reciente, y debido a sus características diferenciadas de la crisis económica anterior que vivía la industria periodística, este capítulo no considera el impacto económico de la pandemia de COVID-19 sobre los medios de comunicación y la calidad informativa, el cual constituye, sin lugar a dudas, un tema de sumo

interés para futuros estudios sobre financiamiento mediático y calidad.

6.2 Objetivo

El objetivo de este capítulo es caracterizar el contenido de las noticias web en Costa Rica en un contexto de incertidumbre frente a los retos que enfrenta el periodismo, para determinar si se cumple el derecho ciudadano a información de calidad. Para ello, se exploró cómo la incertidumbre ha afectado las decisiones editoriales de los medios de comunicación seleccionados.

Además, se analizó la calidad de la producción periodística digital en cada uno de los medios escogidos, lo cual ayudó a determinar el tipo de debate social que promueven los medios seleccionados.

6.3 Metodología

Las principales fuentes de información para este estudio son primarias. En este caso se tomaron en cuenta los artículos y notas de *CRHoy*, *La Prensa Libre* y *La Nación* (nacion.com) que se seleccionaron para el análisis de prensa.

Estos textos, que fueron escogidos a través del método de semana compuesta que más adelante se explicará, fueron la base de análisis que permitió sacar conclusiones sobre la calidad del periodismo digital en Costa Rica.

Estos tres medios se tomaron como fuentes de información debido a que cumplen con los siguientes criterios de selección:

1. Son medios de referencia y de gran alcance en redes sociales, reconocidos por la población costarricense.
 - a) *La Nación* tiene 834.826 seguidores en Facebook (a agosto de 2020), y es considerado el medio de referencia de las élites en el país (Robles y Voorend, 2011). En el momento en que se tomaron las muestras de noticias

(2017), era el segundo sitio de noticias más visitado del país según el ranking de Alexa.

- b) *La Prensa Libre* es el medio más antiguo de Costa Rica (fundado en 1889), tiene 383.904 seguidores en Facebook (a agosto de 2020) y era el cuarto sitio de noticias más visitado en el país (según el ranking de Alexa) en el momento en que se tomaron las muestras de noticias (2017).

- c) *CRHoy.com* tiene 1.241.918 seguidores en Facebook (a agosto de 2020) y es el sitio de noticias más visitado en el país (según el ranking de Alexa) desde 2017 y lo continúa siendo actualmente. En agosto de 2020 era el segundo sitio web más visitado en el país, solo detrás de Google.

2. Han tenido especial interés en el desarrollo de contenidos pensados para las plataformas digitales.
3. Uno es un medio nativo digital (*CRHoy.com*), otro un medio tradicional impreso que cuenta también con su versión en línea (*La Nación*) y el último es un medio tradicional de larga trayectoria que migró 100% a la Web (*La Prensa Libre*).

Esta variedad de selección permite tener medios que se consideran representativos del entorno periodístico digital, masivo y hegemónico del país, para tener un mejor panorama de lo que ocurre con este tipo de periodismo en Costa Rica.

6.3.1 Muestreo probabilístico

Para obtener los datos cuantitativos y cualitativos de las fuentes de información (artículos y notas de medios digitales), se realizó un muestreo probabilístico con el método de la semana compuesta. Bajo este método, se toma al azar un día de la semana, y luego el día consecutivo de la siguiente semana hasta completar una semana entera (Zabaleta 1997, p. 197).

En este caso, se tomó como muestra tres notas diarias, al azar, para cada uno de los días de la semana compuesta y para cada uno de los medios seleccionados (*CRHoy.com*, *La Prensa Libre* y *La Nación*). La selección al azar se hizo de las secciones de las noticias destacadas en el *landing page* o página inicial del sitio web en el día determinado, así como de las noticias más leídas. Se tomaron las cinco primeras notas destacadas y las cinco notas más leídas de cada día de la semana compuesta, para un universo de 10 notas por día por medio, de las cuales se seleccionarían tres notas por día por medio.

En total, se tomaron en cuenta 21 días de la semana compuesta en un lapso de cuatro meses. Esto lleva a una muestra de 189 notas (63 por medio), la cual se considera representativa para evaluar la calidad de los medios digitales en dicho año. El período seleccionado fue del 2 de mayo al 18 de septiembre de 2017 debido a dos motivos: 1) estaba arrancando la precampaña electoral para las elecciones presidenciales de 2018, y 2) este arranque de la precampaña coincidió con la revelación del escándalo de corrupción conocido como “El cementazo”. Debido al contexto político y social nacional de dicho momento, este período se considera oportuno e ideal para analizar la calidad periodística y determinar de qué forma la prensa digital cumplió o no con su rol de fomentar el sano debate democrático.

Es importante destacar que, al realizarse una selección al azar, el análisis de calidad pretende encontrar notas de todo tipo, y no solo sobre la precampaña y “El cementazo”, para determinar el estado de la calidad de los productos noticiosos como un todo. Como señala Gorosarri (2011), esto implica encontrar diversidad temática, pero también una amplia cobertura de temas relevantes. Al realizar la selección al azar, el potencial hallazgo de una extensa cantidad de noticias que se clasifiquen, según el *news quality scheme* como irrelevantes, es un indicador de baja calidad del medio de comunicación en

cuestión, particularmente teniendo en cuenta la relevancia de los acontecimientos sociales y políticos en el período seleccionado para análisis.

6.3.2 Indicador de calidad de las noticias

El elemento central del *news quality scheme* es el indicador de calidad de las noticias que lo compone. Este consiste, a grandes rasgos, en un instrumento de análisis de contenido ajustado a las condiciones y necesidades del análisis de la calidad periodística, que va más allá de lo meramente cuantitativo. Según Gorosarri (2011), se ha comprobado que el análisis de contenido es útil para evaluar la calidad de las noticias construidas con los valores de las democracias occidentales, pues este método pone en evidencia el modelo periodístico empleado, con el sustento de una gran cantidad de datos (p. 285).

Por ello, para la evaluación de la calidad de las noticias muestreadas con el método de la semana compuesta, se utilizó este indicador de calidad de las noticias, construido con base en el concepto de *media performance* de McQuail (1998), y el aporte metodológico de Ramírez, Gorosarri, Aiestaran, Zabalondo y Agirre (2014) y Gorosarri (2011) quienes construyen un instrumento con base en dicha noción.

Este método aporta numerosos datos relativos tanto sobre la calidad del formato del ítem analizado (aspectos técnicos, estéticos y funcionales, entre otros), como de su índice de calidad, evaluando de forma precisa y diferenciada los procesos de selección y elaboración de la noticia, así como la aportación social que esa noticia genera al conjunto de la sociedad.

Ramírez et al. (2014), señalan que el concepto de *media performance* está particularmente vinculado a la “responsabilidad social”, y lo combinan con la necesidad de una alta exigencia de parámetros de calidad en términos estrictamente profesionales. El instrumento que ellos desarrollan une aspectos cualitativos

y cuantitativos. Primero, se incluyen cuestiones relacionadas con la calidad del formato.

Los aspectos cuantitativos reflejan el índice de calidad de la noticia, valor que se evalúa de 0 a 10 puntos y que se divide en tres segmentos bien diferenciados: proceso de selección (2,5 puntos como máximo), elaboración (5 puntos) y aportación social de la noticia (2,5). El proceso de selección incluye cinco aspectos evaluados cada uno de ellos con 0,5 puntos como máximo: Cita del origen de la información, carácter de las fuentes, factualidad del hecho relatado (acontecimiento o declaraciones), grado de actualidad y noticiabilidad (grado de interés de la noticia), (Ibíd., 2014, p. 253).

Por otro lado, se toman en cuenta aspectos cualitativos, que se evalúan de manera similar:

[E]l apartado relativo a la aportación social incluye, a su vez, otras cinco secciones valoradas con 0,5 puntos como máximo cada una de ellas: control al poder, fomento del debate social, respeto a la dignidad humana, presencia de referencias culturales distintas a la del país donde se edita el diario y combate a la marginación social. Sumando la puntuación de todas esas variables se obtiene un valor de 0 a 10 para cada una de las noticias, (Ibíd., 2014, p. 254).

Estos elementos fueron revalorados a la luz de adecuarlos aún más a los intereses del presente estudio, pasándolos por criterios del derecho a la comunicación (ciudadanía comunicativa, pluralidad de voces, entre otros), e incluyendo variables como género y perspectiva de derechos humanos.

Con este indicador se evaluaron las 189 noticias propuestas en la sección de muestreo, a partir de las fuentes seleccionadas.

6.3.3 El instrumento

El instrumento que se utilizó para esta investigación se basó en el aporte metodológico de Ramírez, Gorosarri, Aiestaran, Zabalondo y Agirre (2014), quienes a su vez adaptan un método desarrollado por Gorosarri (2011) en su tesis doctoral. Este método tiene como fundamento la teoría de *media performance* de McQuail (1998).

Este índice da una calificación de 0 a 10 y se divide en tres partes: el proceso de selección -elementos que el medio o periodista decidió incluir en la noticia (Gorosarri, 2011, p. 305)- la elaboración -forma en que se moldean los elementos seleccionados, denota la intervención y contribución del periodista (Gorosarri, 2011, p. 326)- y la aportación social de la noticia -cumplimiento de la función de servicio público.

La puntuación que se otorga al proceso de selección (2,5 de 10) se adapta a la base de 5 puntos propuesta por Gorosarri (2011), mientras que la puntuación para el proceso de elaboración se toma tal cual. La puntuación total (2,5) del segmento de aportación total de la noticia se toma de la adaptación de Ramírez et al. (2014); sin embargo, los criterios para evaluar cada segmento constituyen una elaboración propia con base en la teoría de *media performance* de McQuail (1998) y la perspectiva del derecho a la comunicación.

Al igual que lo hacen Ramírez et al. (2014), es importante señalar que la calidad de un medio también depende de las noticias no publicadas y el diseño estético, elementos que se excluyen de este análisis. El indicador tampoco permite, *per se*, determinar que la calidad está siendo afectada por la crisis económica del modelo de financiamiento de los medios:

Igualmente, se podría especular sobre la forma en que la crisis del periodismo de investigación está afectando a la función de watch-dog que este oficio debe ejercer sobre el poder y que también forma parte

Figura 6.1 Indicador de calidad

Proceso de selección (2,5 puntos)	Elaboración (5 puntos)	Aportación social de la noticia (2,5 puntos)
<ul style="list-style-type: none"> • Cita el origen de la información (0,5) <ul style="list-style-type: none"> - Se menciona explícitamente (0,5) - Se menciona indirectamente (0,25) - Se omite (0) • Carácter de las fuentes (0,5) <ul style="list-style-type: none"> - Fuente documental (0,5) - Fuentes personales <ul style="list-style-type: none"> › Expertos (0,375) › Fuentes atribuidas por nombre y cargo (0,25) › Fuentes identificadas de forma indirecta (0,125) › Se omite o es off the record (0) • Factualidad del hecho relatado (0,5) <ul style="list-style-type: none"> - Con base en hechos (0,5) - Con base en declaraciones (0,25) - Especulaciones o conjeturas (0) • Grado de actualidad (0,5) <ul style="list-style-type: none"> - Inmediato -ayer, hoy, mañana- (0,5) - 2-7 días (0,25) - Más de una semana (0,125) - Fecha sin especificar (0) • Noticiabilidad o relevancia (0,5) <ul style="list-style-type: none"> - Relevancia social –consternación, consecuencias, riesgo, daño o beneficio social, controversia, conflicto- (0,5) - Indicadores –influencia, prominencia - (0,375) - Relevancia individual información de servicio [tráfico, clima], daño o beneficio individual- (0,25) - Relevancia individual –crimen, violencia, tragedias; “lo interesante”, diversión, curiosidades, voyeurismo- (0,125) - Personificaciones sin relevancia (0) 	<ul style="list-style-type: none"> • Exactitud (1) <ul style="list-style-type: none"> - Correspondencia entre titular y cuerpo de la noticia (1) - El titular amplifica una característica de la noticia (0,5) - El titular es ambiguo, irrelevante, engañoso, y no coincide con la noticia (0) • Profundidad (1) <ul style="list-style-type: none"> - 7W’s (1) - 5W’s o 6W’s (0,5) - 4W’s o menos (0) • Presencia de diferentes perspectivas dentro de la noticia (1) <ul style="list-style-type: none"> - Tres perspectivas (1) - Dos perspectivas (0,5) - Una perspectiva (0,25) - Una perspectiva, sin explicar la línea de razonamiento (0) • Aportación que realizan otros elementos informativos (1) <ul style="list-style-type: none"> - Altamente significativo -responde 4-5W- (1) - Significativo –responde 2-3W- (0,5) - Relleno -1W- (0) - Sin significado (-0,5) - Sin significado y técnicamente mediocre (-1) • Corrección del lenguaje periodístico (1) <ul style="list-style-type: none"> - (-0,2) por cada error ortográfico o de gramática en cualquier parte de la noticia 	<ul style="list-style-type: none"> • Control al poder (0,5) <ul style="list-style-type: none"> - Verifica la información entregada por fuentes con poder político o económico (0,5) - Cuestiona la información entregada por fuentes con poder político o económico (0,25) - Reproduce sin cuestionamientos informaciones de fuentes con poder político o económico (0) • Fomento del debate social (0,5) <ul style="list-style-type: none"> - Fomenta el sano debate y la formación de criterios propios (0,5) - Ofrece sola una parte de la información necesaria para el debate (0,25) - Manipula con intenciones políticas o de entretenimiento (0) • Respeto a la dignidad humana (0,5) <ul style="list-style-type: none"> - Respeto todo tipo de diversidades mencionadas (0,5) - No contempla diversidades ni desigualdades (0,25) - Perpetúa estereotipos (0) - Hierde de forma deliberada o explícita la dignidad de algún grupo(-0,5) • Presencia de referencias culturales diversas (0,5) <ul style="list-style-type: none"> - Más de una referencia cultural (0,5) - Solo una (0) • Combate a la marginación social (0,5) <ul style="list-style-type: none"> - Denuncia la marginación o injusticia cometida contra alguna comunidad o colectivo, o deja ç explícita la situación de desigualdad (0,5) - Sugiere una relación de desigualdad (0,25) - Ignora las situaciones de desigualdad (0) - Perpetúa de forma deliberada o explícita la marginación social (-0,5)

Fuente: Ramírez et al. (2015), Gorosarri (2011)

de lo que entendemos por calidad de la información. Todas esas variables, y otras más, no forman parte de nuestro estudio (Ramírez et al., 2014, p. 252).

El desglose del indicador de calidad se observa en la Figura 6.1.

6.3.4 Interpretación de los datos: índice de calidad de noticias

El índice de calidad de noticias permitió otorgar una calificación de calidad a cada nota periodística evaluada, así como una calificación para cada uno de los apartados evaluados.

Los datos recogidos fueron tabulados en Excel, y posteriormente fueron interpretados para conocer los diferentes datos de interés: la calidad de cada medio estudiado, según la muestra, la relación entre temas y calidad, los apartados en que las notas tienen mayor y menos puntaje, entre otros.

6.3.5 Análisis cualitativo de datos

Cruz (2009) señala que lo cualitativo se constituye “en un proceso activo y sistemático orientado a la comprensión e interpretación en profundidad de fenómenos sociales” (p. 57). Para el propósito de esta investigación, los resultados del indicador de calidad, se cruzaron y debatieron mediante un análisis cualitativo, para tratar de comprender dichos hallazgos dentro del contexto de incertidumbre del periodismo y la realidad mediática costarricense. Asimismo, el análisis cualitativo de los datos permite dilucidar, a luz de la teoría, cómo se están comportando las diferentes variables atribuidas a la calidad periodística en los medios de comunicación y el período analizados.

Siguiendo a Cruz (2009), existen tres momentos en el análisis cualitativo de los datos y en su interpretación. El primero es el proceso de reducción de datos y generación de categorías, en donde el investigador “debe dejar cla-

ro el procedimiento a través del cual se ordena la información registrada” (p. 62). El segundo momento es la comparación, la relación y la clasificación de las categorías, en el cual el investigador debe realizar preguntas como: “¿qué debe hacerse con las categorías genéricas y las sub-categorías surgidas en el proceso anterior?, ¿qué debe obtenerse, ahora, al aplicar los procesos mentales de comparación, relación y clasificación de las categorías?” (p. 63). En esta etapa surgen las primeras conclusiones, a partir de la relación de las categorías y su comparación. El tercer momento es la interpretación y la discusión de los resultados. Este momento final requiere la elaboración de un discurso interpretativo, el cual debe estar “caracterizado por la crítica y la reflexión” y debe, por un lado, revelar “el producto logrado de la relación entre los grupos emergentes de categorías y, por supuesto, de las conclusiones aproximativas, y por otro lado, la debida contrastación con los referentes teóricos” (p. 64).

6.4 Condiciones para la existencia de periodismo de calidad

La incertidumbre que vive el periodismo actualmente a nivel global se comprende como un elemento que puede incidir de forma negativa sobre la calidad periodística. Esto sucede debido a que las condiciones que generan dicha incertidumbre afectan directamente una serie de condiciones que, según diversos autores, deben existir para que pueda existir periodismo de calidad en un determinado medio de comunicación o inclusive dentro de una sociedad específica.

Al respecto, Schulz (2000) considera que existen tres precondiciones que determinan la calidad y el desempeño del periodismo en una sociedad libre y abierta: los **recursos disponibles** que pueden abrir o restringir el margen de acción de los periodistas, el **orden legal y político** que garantiza la libertad y la protección a los periodistas, y los estándares profesionales con los

cuales los periodistas llevan a cabo sus actividades diarias. Para efectos de este estudio, y considerando que dichos estándares se observarán dentro del análisis de la calidad periodística ya existente, este último elemento no será tomado en consideración como una precondition para la existencia de periodismo de calidad. En su lugar, se considerarán las **condiciones laborales de los periodistas** como la tercera precondition para la existencia de periodismo de calidad, tomando las perspectivas de Gómez-Mompart et al. (2015) y el propio Schulz (2000), quien considera los elementos relacionados con las condiciones laborales de los periodistas dentro de su descripción de recursos.

Para Schulz (2000), los **recursos** se deben entender en un sentido amplio. Desde la perspectiva económica, el presupuesto disponible en una empresa periodística influye directamente en su capacidad de tener mejor equipo técnico, más periodistas y mejores instalaciones, todo lo cual contribuye a un reporteo más preciso y diverso. Además del recurso económico, Schulz considera el talento humano como un recurso adicionalpreciado: la capacidad de un medio de contar con periodistas talentosos y bien entrenados. En el contexto de incertidumbre actual, los recursos económicos, y muchas veces, consecuentemente humanos, se ven limitados dentro de las empresas periodísticas. De acuerdo con Meyer (2009), la respuesta de los medios de comunicación ante la crisis económica tiene resultados contrarios a los esperados. Meyer coincide con Schulz en la importancia de los recursos como precondition para la existencia de periodismo de calidad. En su visión, aunque suene contra intuitivo, los medios de prensa que deseen sobrevivir deben aumentar su inversión económica y experimentar radicalmente nuevas formas de ofrecer productos de calidad. Su modelo de la influencia establece una relación directa entre calidad y aumento de ingresos por parte de los medios de comunicación, pero dicha calidad solo se alcanza cuando hay más re-

ursos disponibles, a través de una significativa inversión inicial.

Con respecto al **orden legal y político** que protege a los periodistas, se puede entender en términos de la categoría conocida como libertad de prensa. Aunque Curran (1979) y Ferrajoli (2007) consideran que el concepto de libertad de prensa se ha degradado y atado a intereses de poder político y económico, al punto de entenderse más como una libertad de los propietarios de los medios de comunicación que de la ciudadanía, el concepto retiene valor en tanto que considera el entorno legal y político de un país que permite que los periodistas puedan ejercer su trabajo con relativa libertad.

De acuerdo con el *think tank* propuesto por Freedom House (2017) la libertad de prensa se enfoca en la habilidad de proveer y acceder a noticias e información, y atañe a periodistas y medios de comunicación formales o informales, en el tanto que funcionen como fuentes de noticias. Freedom House realiza informes periódicos en los cuales evalúa la libertad de prensa en 199 países del mundo. Para determinar el grado de libertad de prensa que existe en una sociedad considera tres elementos: el **entorno legal**, el **entorno político**, y el **entorno económico**. La categoría de entorno legal engloba un examen de las leyes y regulaciones que pueden influenciar en el contenido mediático, así como el nivel en el que son usadas en la práctica para permitir o restringir la habilidad de los medios de operar. El entorno político considera el nivel de influencia política que existe en el contenido mediático, la independencia editorial y el acceso que tienen los medios a la información y a las fuentes; así como la censura y la autocensura, la diversidad de medios que existen en un territorio, y la existencia o no de ataques a periodistas y otras formas de intimidación. La categoría de entorno económico incluye variables como la estructura de la propiedad de los medios, la transparencia y la concentración de la propiedad, los costos de establecer medios nuevos así

como los impedimentos para la producción y la distribución de las noticias. También considera el manejo de la publicidad oficial, o de otros actores con poder político o económico que pueden utilizarla como medio para influir en el contenido periodístico (Freedom House, 2017).

Por su parte, la organización Reporteros sin Fronteras (2020) define la libertad de prensa como el grado de libertad con el que cuentan los periodistas. Dicha organización, elabora su propio índice de libertad de prensa, en el cual evalúan el pluralismo, la independencia de los medios de comunicación, la calidad del marco legal, y la seguridad de los periodistas en los diferentes países y regiones. Reporteros sin Fronteras hace un especial énfasis en las agresiones que sufren los periodistas. Sus definiciones de las variables que consideran para la medición coinciden con las de Freedom House.

Finalmente, se considera que las **condiciones laborales de los periodistas** son una conjunción del marco legal y el respeto hacia este, la disponibilidad de recursos, y también la pugna entre actores económicos con notables diferencias de poder. Al respecto, Gómez-Mopart et al. (2015) consideran que las condiciones laborales de los periodistas son una precondición para la existencia del periodismo de calidad, en tanto que reporteros agotados, con exceso de trabajo y bajos salarios producirán contenidos de menor calidad debido a dichas limitaciones. Los autores consideran las siguientes condiciones laborales como elementos que inciden sobre la calidad del trabajo de un reportero: “estabilidad en el puesto de trabajo; salario justo; jornadas laborales racionales” (Gómez-Mopart et al., 2015, p. 46).

Estas condiciones, para la existencia de periodismo de calidad, se entenderán como un elemento contextual adicional y complementario al de incertidumbre, pues en muchos casos hay puntos de intersección entre ambos contextos, y se deben entender de forma transversal al nivel de calidad periodística que se encuentre

en un momento, sociedad y medio de comunicación determinado.

6.5 Calidad y derecho a la comunicación

El punto de cierre e integrador de este marco teórico es el **derecho a la comunicación**. Este punto pone sobre la mesa por qué es importante discutir acerca de la calidad del periodismo. Y en este caso la calidad se entiende como un derecho de la ciudadanía, al comprender la comunicación como un bien público (Sandoval, 2010).

La propia Constitución Política de Costa Rica, establece en su artículo 46 que “los consumidores y usuarios tienen derecho (...) a recibir información adecuada y veraz”. Y aunque el planteamiento de este estudio busca hablar no de consumidores de contenidos, sino de ciudadanías activas, no se puede negar que también existe un rol de consumo de información, que obliga a los medios a actuar en consecuencia de este artículo.

Para Saffon (2007), las nuevas tecnologías digitales han hecho que la información se convierta en el centro de la organización social, y su grado de importancia es tal que “el acceso en condiciones de igualdad material a la información y al conocimiento producido por las mismas debe convertirse en un derecho subjetivo de todas las personas, no puede simplemente estar sometido a las leyes del mercado y requiere de una protección jurídica específica” (Saffon, 2007, p. 16).

Lamentablemente, este no es el caso en Costa Rica. Con una ley de radio que data de 1954 y altos índices de concentración mediática en todos los tipos de medios (Segnini, 2009), tanto radio, como televisión, prensa y telefonía. No pareciera haber indicios de caminar hacia una mejor regulación mediática.

Este panorama también entra en conflicto con la concepción de **ciudadanía comuni-**

cativa. Como se planteó en la revisión de la literatura, Tamayo (2012), en concordancia con Mata (2006), define la ciudadanía comunicativa como el reconocimiento de la capacidad de ser sujeto o sujeta de derecho en el ejercicio de la comunicación pública. Se trata de una noción compleja que envuelve varias dimensiones y que reconoce la condición de público de los medios que los individuos tenemos en las sociedades mediatizadas.

Por su parte, Sandoval (2010) también hace referencia al concepto de ciudadanía comunicativa, considerando la comunicación y la información como bienes públicos, sobre los cuales la ciudadanía puede ejercer derechos. Sobre este particular, citando a Ferrajoli (2007), Sandoval plantea que existe una confusión entre los límites de la libertad de pensamiento e información y la propiedad de los medios de comunicación. Esta confusión ha creado un vacío legal, que dificulta precisamente que los medios de comunicación estén sujetos a una rendición de cuentas:

Los medios acaban siendo “representantes no electos de la ciudadanía”, como apunta La Auditoría Ciudadana sobre la calidad de la democracia (PNUD, 1999:85) en el caso de Costa Rica. No se trata, desde luego, de asociar la rendición de cuentas de los medios a alguna forma de control o limitación de la libertad de expresión, pero sí de reconocer que cualquier institución debería ser sujeta de derechos y los medios no son una excepción, pues la información es un bien público imprescindible en una sociedad que aspira a ser democrática (Sandoval, 2010, p. 11).

Es cierto que la propiedad de los medios de comunicación tiene una importante relación con el ejercicio práctico del periodismo, por más que la profesión se aferre a sus mitos fundacionales de objetividad e imparcialidad. Sin embargo, ¿cómo se ajustan estas nociones del deber

ser de la propiedad y participación ciudadana en los medios al periodismo?

El enfoque del derecho a la comunicación se relaciona también con la teoría democrático-participativa de la prensa, según lo explicado por McQuail (2000). Esta teoría se basa en la necesidad de nuevos medios de comunicación, frente a la realidad de que los principales medios suelen ser monopolios u oligopolio públicos o privados (p. 210).

La teoría hace un llamado a que existan medios que proporcionen “información local y pertinente”, que permitan usar las nuevas tecnologías y sus capacidades de interacción con comunidades pequeñas y grupos de interés específicos. Este enfoque rechaza el mercado como forma institucional adecuada para los medios:

El término democrático-participativo expresa una especie de desencanto con los partidos políticos establecidos y con los sistemas mediáticos, que parece que han perdido la confianza de la gente. También tiene cierto elemento de reacción contra la ‘sociedad de masas’, excesivamente organizada y alienante. Se considera que la teoría de la prensa libre ha fracasado a causa de que se ha visto subvertida por las fuerzas del capitalismo, y que la de la ‘responsabilidad social’ ha quedado reducida a una forma más de complicidad con el Estado burocrático (Burgelman, 1986, como se citó en McQuail, 2000, p. 211).

Esta visión coincide con los postulados de la corriente latinoamericana del derecho a la comunicación, pues pone en el debate la necesidad no solo de más voces, sino de voces alternativas, locales y disidentes, en el que el espacio mediático es visto desde la participación e interacción como procesos y conceptos clave.

Así, la visión del derecho a la comunicación es entendida como transversal en este estudio, desde la visión de que la calidad del periodismo es un derecho ciudadano, al comprender

la comunicación como un bien público. La supervisión ciudadana de los medios, la inclusión de sus voces y su participación es un “deber ser” del periodismo, y está directamente relacionado con su calidad.

6.6 Contexto: Condiciones para la existencia del periodismo digital de calidad en Costa Rica

En los apartados anteriores se explicó una serie de condiciones que, desde la perspectiva teórica, pueden determinar las condiciones existentes en un entorno para que el periodismo de calidad pueda darse. A partir de esos tres elementos, en este apartado contextual se hará una revisión del estado de dichas condiciones en Costa Rica. La presentación de este contexto servirá de insumo para analizar los resultados del indicador de calidad de periodismo digital en Costa Rica, a la luz de las condiciones que existen en el país para el ejercicio periodístico de buena calidad.

6.6.1 Contexto económico de los medios

Los medios de comunicación de Costa Rica tienen como accionistas, dueños y miembros de sus juntas directivas a algunas de las personas y familias más adineradas del país, o vinculadas a los intereses económicos de dichos grupos (Robles y Voorend, 2011). A pesar de ello, la capacidad de generación de ingresos del negocio periodístico por sí mismo, independientemente de las actividades económicas adicionales de sus propietarios, se ha visto seriamente deteriorada. Como se ha señalado anteriormente, entre enero de 2011 y septiembre de 2013 la lectura de periódicos cayó en un 10%, al mismo tiempo que el consumo de Internet se incrementó en 7% (Carazo, 2015). Más recientemente, el Centro de Investigación y Estudios Políticos (CIEP) de la UCR encontró que solo el 55,6% de las personas se informa a través de periódicos, el segundo medio menos utilizado

después de la radio, mientras el 75,8% se informa mediante Internet, el segundo medio más utilizado después de la televisión (CIEP, 2021). Esto representa un reto para los periódicos y su transición al entorno y negocio digital, el cual tiene enormes dificultades de monetización (Gómez y Sandoval-Martín, 2016).

Por ejemplo, entre 2013 y 2014, el Grupo Nación cerró los periódicos y revistas *Al Día*, *SoHo*, *Ahora* y *Su Casa* (Morales, 2013; *CRHoy.com*, 2014), dejando sin trabajo a más de 100 personas. Además, en 2015 realizó más despidos con el cierre de *ADN Radio* y efectuó un cambio en su estrategia de negocios, para diversificar sus ingresos más allá de aquellos producidos por las suscripciones físicas y digitales y la publicidad (Pomareda, 2015). Entre estas estrategias se encuentra la creación de la escuela de cocina *Sabores* y el Parque Viva como centro de eventos.

El Grupo Nación y su crisis económica y de modelo de negocios es el caso más estudiado en el contexto costarricense. Esto se debe a que, al participar de la Bolsa Nacional de Valores, el grupo está obligado a hacer públicos sus estados financieros (Ramírez, 2018). Al respecto, Ramírez (2018) estudió los estados financieros de Grupo Nación de 2005 a 2016, y sus descubrimientos pintan un escenario negativo sobre las finanzas del grupo: “disminución de ingresos, pérdidas en las utilidades netas, bajo rendimiento de los activos, crecimiento de deudas” (p. 2). Asimismo, el autor encontró problemas en cuanto a los ingresos publicitarios en los principales medios impresos del país. Según datos de Kantar IBOPE Media, analizados por Ramírez (2018), entre 2007 y 2016 los periódicos *La Nación*, *La República*, *Diario Extra* y *La Teja* presentaron una tendencia a la baja. La reducción más pronunciada de ingresos (entre 20% y 40%, respectivamente) se dio en los medios del Grupo Nación (*La Nación* y *La Teja*). *Diario Extra* y *La República*, los cuales tuvieron reducciones de ingresos cercanas al 20% en 2014, y

en 2016 el crecimiento fue de 0%. Estos datos indican importantes limitaciones en el modelo de financiamiento publicitario para la prensa en Costa Rica.

En 2015, el *Canal 9* cerró sus contenidos informativos, despidiendo a 120 empleados, achacando la decisión a la baja inversión en publicidad (Méndez, 2015), un indicativo adicional de problemas económicos en la industria, más allá de los medios de comunicación impresos.

También en 2015, el Grupo Extra migró *La Prensa Libre*, el periódico más antiguo del país, al formato 100% digital, una decisión que no se atribuyó a motivos económicos (Telenoticias, 2014), pero que, sin duda, implica un ahorro en papel. Asimismo, en dicha transición, el medio de comunicación despidió a sus fotógrafos, encargando la tarea de tomar imágenes y videos a los reporteros. Finalmente, el medio cerró sus puertas en 2020, según el Grupo Extra, por la imposibilidad económica de mantenerlo (Cerdas, 2020).

En el campo nativo digital, el medio líder, *CRHoy.com*, prácticamente no ha sido estudiado desde la perspectiva de su modelo de negocios y el estado de sus finanzas. Dicha información tampoco es pública en las plataformas oficiales del medio. La fundación Sembramedia (2019) cita como la fuente de ingresos del medio la publicidad nacional, internacional y local a través de banners. Sin embargo, ha trascendido en el propio sitio web del medio, que este cuenta con una empresa madre, Grupo Medios CRHoy S.A., que cuenta con capital para inyectarle a las operaciones periodísticas (*CRHoy.com*, 2020). Sin embargo, el origen de este capital es poco claro, lo cual es difícil determinar la situación económica real del medio.

6.6.2 Libertad de prensa

De acuerdo con los índices de Freedom House (2017) y Reporteros sin Fronteras (2020), Costa Rica se encuentra en las mejores posicio-

nes a nivel global en cuanto a libertad de prensa, según los parámetros definidos en la perspectiva teórica de esta investigación. En el último informe de Freedom House (2017), Costa Rica ocupa el puesto 13 de 199 en el mundo en libertad de prensa, liderando el continente americano. Según dicho informe, el país tiene un buen rendimiento en los tres criterios (legal, político y económico) que componen su índice; pero, su mejor posicionamiento es en el aspecto legal debido a la poca regulación que existe al ejercicio de la prensa y sobre los medios en general.

El ranking más reciente de Reporteros sin Fronteras (2020) coincide con Freedom House en la valoración de que el entorno legal y político de Costa Rica es favorable a la libertad de prensa. En este índice, el país ocupa la posición 7 de 180 a nivel mundial, y la primera de América continental, solo superado por Jamaica en el hemisferio, que ocupa la posición 6. Sobre las condiciones para el ejercicio del periodismo en Costa Rica, el informe señala:

Costa Rica, el país mejor calificado de América Latina en libertad de expresión y derechos humanos, constituye una excepción en una región corroída por la corrupción, la inseguridad y la violencia cotidiana contra la prensa. Los periodistas del país pueden ejercer su oficio tranquilamente y cuentan con un sólido marco jurídico en materia de libertad de expresión (Reporteros sin Fronteras, 2020, párr. 1).

Asimismo, la organización señala que en Costa Rica se registran muy pocos casos de agresiones o intimidaciones a periodistas, y que el Estado no suele interferir en el trabajo de la prensa directamente, a pesar de que se reconoce que los periodistas suelen encontrar dificultades para tener acceso a la información pública en ciertas ocasiones. No obstante a estos halagos, el informe reconoce que la concentración de los medios en el país representa un freno sig-

nificativo para el pluralismo (Reporteros sin Fronteras, 2020).

Aun considerando el buen puntaje que otorga al país en libertad de prensa, la baja regulación de medios a nivel nacional causa preocupación en algunos sectores de la academia. La desactualizada ley de radio de 1954, que regula el espectro radioeléctrico, favorece la concentración de frecuencias y la poca diversidad de voces (Segnini, 2009). La concentración de medios no solo está presente en el espectro radioeléctrico, sino también en la prensa, con vínculos encontrados entre los principales periódicos y grupos de interés económicos del país (Robles y Voorend, 2011).

6.6.3 Condiciones laborales de los periodistas

Gómez-Mompart y Sampio (2015) establecen como criterios de las condiciones laborales de los periodistas la estabilidad laboral, un salario justo y jornadas razonables. Específicamente en el caso costarricense, Carazo (2015) ofrece una radiografía sobre el estado de dichas variables en 2013, mediante una amplia encuesta aplicada a periodistas de televisión, prensa escrita, radio y medios digitales. Uno de los primeros elementos encontrados por la autora es la inestabilidad de la industria en el país, ya que 47% de los encuestados afirmó tener tres años o menos de laborar en el mismo medio y solo 26% tenía más de 10 años con el mismo patrono (p. 47).

Si se observan los datos de la última década, los salarios de los periodistas venían subiendo, para luego tener una caída súbita, por ejemplo, en 2013, el salario mínimo de un periodista que trabajaba jornada completa (un máximo de 48 horas, según la legislación laboral costarricense) era de ₡692.620, siendo sustancialmente más elevado que el de otros profesionales con estudios universitarios en aquel momento -el salario mínimo de los bachilleres

universitarios, según el Ministerio de Trabajo, era de ₡468.630, y el de los licenciados universitarios era de ₡562.375- (Carazo, 2015). El 46% de los encuestados contaba con un salario de ₡500.000 y ₡800.000, dentro del rango del salario mínimo, y un 25% contaba con salarios superiores al ₡1.000.000; con lo cual se puede suponer que, mayoritariamente, existían condiciones salariales adecuadas. No obstante, Carazo (2015) encontró casos preocupantes de personas que decían trabajar más de 48 horas semanales y ganar menos de ₡300.000, y siete personas que trabajaban más de 40 horas semanales y ganaban entre ₡300.000 y ₡500.000 al mes. Recientemente, una modificación en las regulaciones del Ministerio de Trabajo sobre el salario mínimo de los periodistas generó preocupaciones con respecto a la condición de remuneración apropiada para estos trabajadores, pues eliminó, a finales de 2019, la categoría de “periodista” de su lista de salarios mínimos fijados. En aquel momento, el salario mínimo de un periodista se encontraba en ₡817.500 mensuales, al eliminarse la categoría, el salario de los reporteros quedaría equiparado al de otros profesionales, dependiendo de si cuenta con bachillerato universitario o licenciatura, ocasionando una caída salarial de entre ₡153.000 y ₡484.000 (Madrigal, 2019).

En el estudio realizado por Carazo (2015) se identificaron jornadas laborales que podrían considerarse mayoritariamente razonables, de acuerdo con la legislación laboral costarricense. Sin embargo, se encontró un importante incumplimiento al pago de horas extra, pues solo el 9% afirmó recibir pagos por este rubro.

Así, la inestabilidad laboral de los periodistas en Costa Rica es vivida por una elevada cantidad de profesionales en esta área, en comparación con los puestos de trabajo disponibles. Según el Colegio de Periodistas, el desempleo de periodistas en el país era de 22% en 2019 (Castillo, 2019), un poco menos del doble de

la tasa de desempleo nacional en dicho año (INEC, 2019).

En términos generales, aunque de entrada se registran condiciones salariales y de jornada laboral relativamente favorables, se encuentra un contexto de preocupaciones e incertidumbre con respecto, principalmente, a la estabilidad laboral y las condiciones salariales de los periodistas.

6.7 Hallazgos del indicador de calidad periodística

Luego de aplicar el índice de calidad periodística, según los parámetros explicados en el apartado metodológico, en un período de 21 días de semana compuesta, los resultados generales muestran deficiencias en la calidad medida en los tres medios de comunicación. La calificación del indicador, promediada entre los tres vehículos de comunicación, para el período analizado entre el 18 de mayo y el 18 de septiembre de 2017, es de 4,9 puntos, ligeramente por debajo del mínimo aceptable de 5, establecido por Ramírez et al. (2014) en su utilización de este indicador, y muy por debajo de un mínimo ideal de 6, definido para efectos de la presente investigación.

El mínimo ideal contempla que, aunque es normal que haya notas periodísticas con baja calificación en cualquier medio de comunicación (debido a factores como la cobertura de temas de entretenimiento y farándula, o errores ocasionales) como un todo, los medios de comunicación deberían ofrecer también otros contenidos periodísticos de mayor calidad que balanceen dichas calificaciones inferiores, al considerar una muestra mayor, como la tomada para este estudio. Al tener en cuenta la responsabilidad social del periodismo (McQuail, 1998, 2000), su función de “perro guardián” (Bennett y Serrin, 2005), y su papel de esfera pública en la mediación del debate democrático (Fraser, 1992), para efectos de este estudio, idealmente,

en promedio, la calidad del periodismo digital no debería estar por debajo de 6, una calificación que implica la pérdida de 4 puntos. Una pérdida mayor a 4 puntos podría implicar no solo perder todos los puntos correspondientes a la aportación social de la noticia, sino múltiples errores en el proceso de selección de la información y el proceso de elaboración de la noticia. Las calificaciones inferiores a 6 son particularmente preocupantes considerando el momento convulso políticamente que constituye la muestra estudiada, en el cual el país vivía el escándalo conocido como el “Cementazo”, en medio de la precampaña política para las elecciones de 2018.

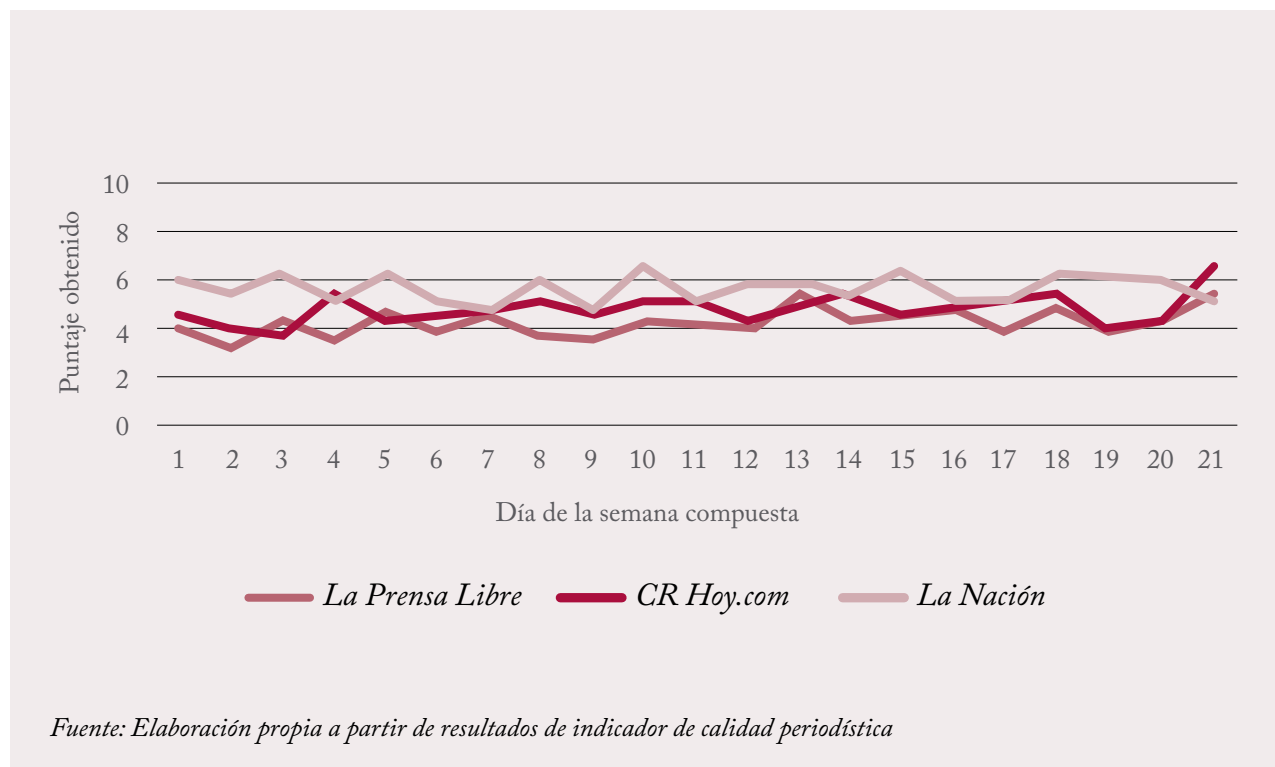
Al respecto, el medio que registró el promedio más bajo fue *La Prensa Libre*, con 4,3 puntos en el indicador para los 21 días estudiados. Le sigue *CRHoy.com*, con una calificación de 4,8 puntos, un poco más cercano al mínimo aceptable de Ramírez et al. (2014). El promedio más alto lo tuvo *La Nación*, con 5,7 puntos para la muestra analizada, siendo el único medio que sobrepasa el mínimo aceptable y se acerca -aunque sin alcanzarlo- al mínimo ideal de 6 puntos. En este sentido, se observa una diferencia marcada entre el nivel de calidad observado en *La Prensa Libre* y *CRHoy.com*, en comparación con el observado en la versión digital de *La Nación*.

En esta presentación general de los resultados del indicador de calidad periodística, se observa una similitud de fallos en los tres medios en cuanto a la aportación social de las noticias que publican, a la vez que se refleja una interesante variabilidad de calidades con respecto a aspectos más formales de la construcción de las notas.

6.8 El cumplimiento del derecho a la calidad periodística

Según Saffon (2007), las nuevas tecnologías digitales colocan la información en el centro de la organización social, a tal grado que propone que el acceso a la información y el conoci-

Figura 6.2 Comportamiento del índice de calidad en los tres medios para cada día de semana compuesta



miento se conviertan en un derecho de todas las personas. Sin embargo, en el contexto de las sociedades mediatizadas, no toda la información a la que tienen acceso las personas es igual, y particularmente en el caso de los contenidos periodísticos que se han definido a lo largo de este documento, con respecto a una serie de valores e indicadores que apuntan a discernir cuáles son de alta calidad y cuáles no. La noticia, como “hecho textual” y “producto institucionalizado de las prácticas periodísticas modernas” (Abril, 1997, p. 237) posee una serie de valores atribuidos, que algunos autores han cuantificado y cualificado para medir su nivel de calidad.

Con respecto al entendido de la comunicación y la información como bienes públicos, sobre los cuales la ciudadanía puede ejercer derechos -como inclusive los garantizados a nivel constitucional en Costa Rica, sobre el acceso a información adecuada y veraz-, y aunado a una perspectiva normativa de la prensa que abogue

por la responsabilidad social de la noticia, en los términos establecidos por McQuail (1998, 2000), se puede llegar a un enfoque en el que el “deber ser” de la producción periodística es más que el ideal de una industria, es el derecho de sus audiencias: la ciudadanía.

Actualmente, los medios de prensa tradicionales viven en un contexto de incertidumbre, en el que experimentan bajas sustanciales en su circulación y dependen cada vez más de la publicidad digital, a la vez que decrece el tráfico directo de usuarios en los sitios web de los medios digitales, y sus contenidos deben ser mediados por redes sociales como Facebook, Twitter y WhatsApp (Bazaco et al., 2019). Al respecto, Bazaco et al. (2019) analizan el fenómeno del *clickbait* en la prensa digital española, encontrando que se trata de un fenómeno que afecta la calidad de las noticias, a través del uso de historias banales y exageradas que integran recursos expresivos que sirven como carnada en

las redes sociales (p. 112). Las autoras reconocen que se trata de una tentativa de adaptación de la industria mediática al entorno digital, justamente en la búsqueda de tráfico, que implica ingresos de publicidad, y que es un fenómeno en el que incluso participan medios tradicionalmente considerados como serios.

Este ejemplo pone de relieve la encrucijada que vive el periodismo digital: por un lado, una decreciente fuente de ingresos, por otro, una creciente desconfianza de las audiencias (Zelizer, 2015). Así, los métodos para afrontar este contexto, como el *clickbait*, terminan reforzando esta segunda circunstancia. Como una propuesta de salida a este ciclo, está la teoría de la influencia de Meyer (2009), que propone un círculo virtuoso en el que más calidad y exactitud en la noticias, lleva a más confianza de las audiencias, y por lo tanto, a más lealtad de los lectores. No obstante, es un pulso de fuerzas con múltiples aristas, que difícilmente tiene una respuesta definitiva.

Así el contexto, en este apartado se buscará hacer un balance de cómo se están relacionando dichas fuerzas, mediante lo observado en la aplicación del indicador de calidad y a la luz del contexto costarricense. En un escenario en el que tanto las audiencias como la industria periodística parecieran estar sufriendo por el ajuste a un nuevo medio y a nuevos modelos de negocio, ¿quién se ve más afectado?

6.8.1 La calidad formal versus la social en el periodismo digital

Gorosarri (2011) divide su indicador de calidad en dos grandes áreas, que se alinean con las definiciones de propiedades de la calidad periodística de diversos autores (McQuail, 2002; Meyer, 2009): la calidad formal y la calidad social. La calidad formal evalúa la apariencia de la noticia y su contenido. Se relaciona con el uso del lenguaje y el correcto empleo de las herramientas periodísticas (realización de en-

trevistas, consulta de documentos, balance y diversidad de fuentes, selección de la información y valores periodísticos como la actualidad, relevancia, entre otros). Todos estos elementos fueron evaluados en esta investigación en la categorías del indicador de calidad denominadas proceso de selección y elaboración de la noticia. Por su parte, la calidad social tiene que ver con la responsabilidad social de la noticia, en su función normativa de promover el debate social, el control al poder y la justicia para todos los sectores sociales.

Si bien ambas formas de calidad se complementan para ofrecer una visión general de la calidad periodística, esta investigación se centró particularmente en lo que la calidad social dice acerca del tipo de periodismo digital que se ejerce en Costa Rica. La calidad formal, como se puede observar al mirar las variables que componen las categorías de proceso de selección y elaboración de la noticia, está relacionada con los valores noticiosos periodísticos más tradicionales. Estos son, además de valores, reglas prácticas de selección de la información y de elaboración de los textos noticiosos, que de alguna forma atribuyen “validez o relevancia periodística de los acontecimientos y que comparten los profesionales de la información” (Van Dijk, 1990, como se citó en Abril, 1997, p. 316), y en cierta medida también comparten las audiencias. Aunque la calidad formal da indicios de buenas prácticas periodísticas, también responden a un sentido ideológico y hegemónico de la noticia, en el cual el propio valor de la objetividad o imparcialidad puede implicar un sesgo: ser un reflejo de la estructura social y de poder existente (Abril, 1997, p. 324).

Asimismo, la calidad social, aunque retoma perspectivas funcionales tradicionales del periodismo, como su papel de “perro guardián”, aporta un enfoque novedoso, al proponer la dignidad humana y la representación de las diversidades como un elemento garante de la calidad de la noticia. Además, otorga herramientas

para vigilar el grado de cumplimiento del discurso periodístico de su papel autoproclamado de quinto poder, siendo, como señala Sandoval (2010) que los medios de comunicación terminan convirtiéndose en representantes no electos de la ciudadanía, con una cuota importante de poder simbólico, pero sin necesidad formal de rendir cuentas. Este enfoque, coincide con el planteamiento de Cytrynblum (2009) de un periodismo social, que busca contrarrestar el discurso mediático en el cual el “actor social es presentado a la mínima expresión de su potencial y escindido de los ‘poderes reales’ que representan la política y la economía” (Cytrynblum, 2009, p. 59). La calidad social también se preocupa por atender lo que Pickering (2001) denomina los problemas centrales de la política de la representación: las herramientas discursivas con las que los medios construyen estereotipos y otredad.

En la Figura 6.3, se puede observar un resumen del desempeño de los tres medios analizados en la calidad formal, al sumar sus resultados en las categorías de proceso de selección de la información y elaboración de la noticia. En la Figura 6.4 se ofrece un resumen de los tres medios en la calidad social, el cual corresponde a la categoría de aportación social de la noticia.

Al comparar estos dos gráficos se puede observar que los tres medios estuvieron proporcionalmente más cerca de alcanzar el puntaje máximo de calidad formal (7,5) que el puntaje máximo de calidad social (2,5). También se puede observar que, aunque no necesariamente debía ser así, existe un patrón: los medios que puntuaron más alto en la calidad formal también puntuaron más alto en la calidad social.

En este sentido, y sin querer necesariamente establecer una correlación, se puede decir que los medios que se adhirieron más de cerca a valores formales de la práctica periodística en

Figura 6.3 Desempeño de la calidad formal en los tres medios analizados

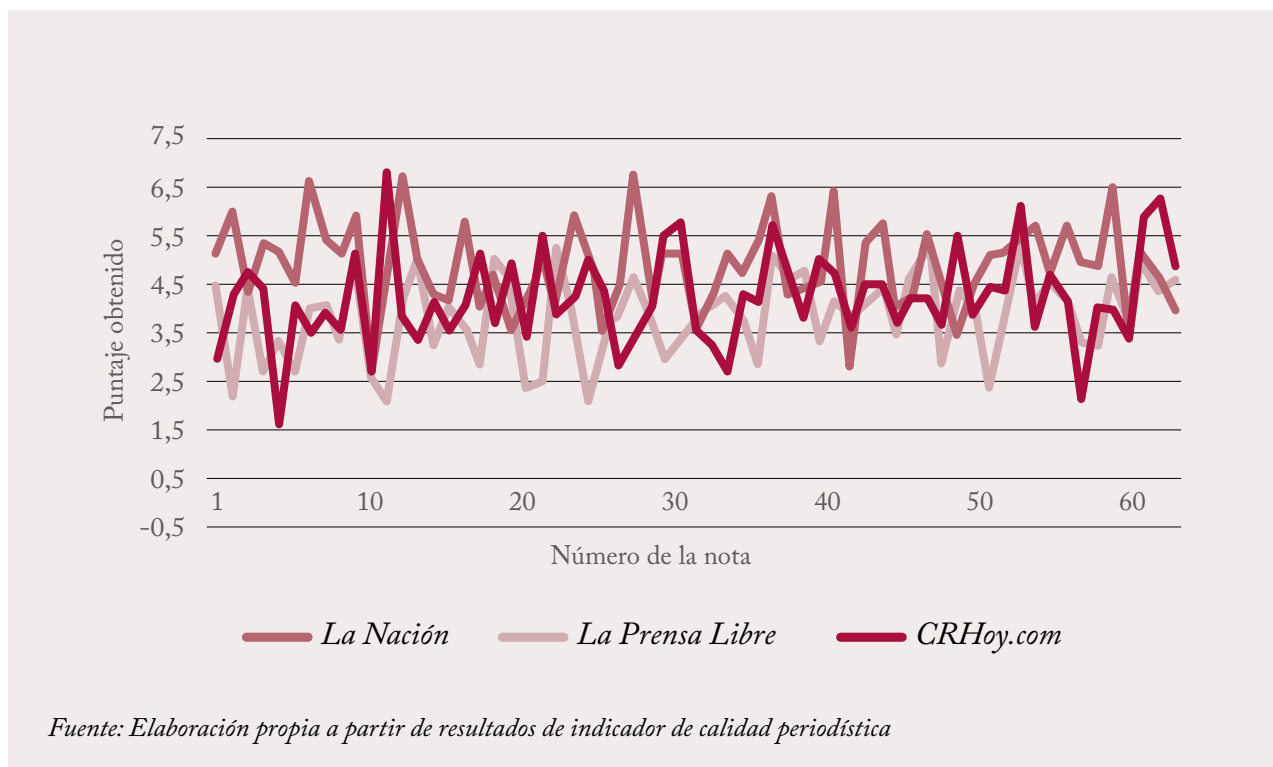
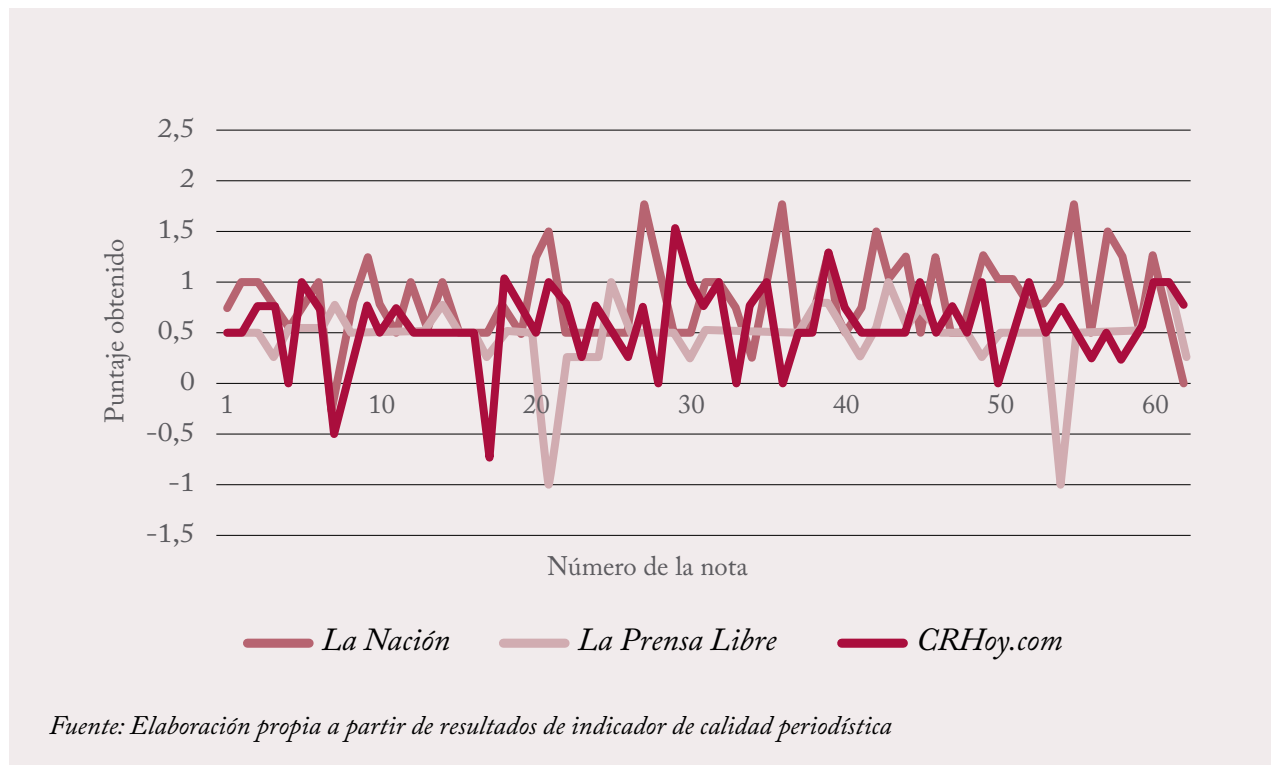


Figura 6.4 Desempeño de la calidad social en los tres medios analizados



la selección de la información y elaboración de la noticia también terminaron por cumplir más con el control al poder, el fomento al debate social y el respeto a la dignidad humana de los actores sociales.

Sin embargo, la distancia observada entre calidad social y formal en los tres medios hace suponer que la primera predomina en el imaginario de los medios de comunicación y los periodistas que construyen las noticias. Los valores asociados a la calidad formal, en su carácter hegemónico, se relacionan con lo que Molotch y Lester (1981, como se citó en Abril, 1997) denominan la noticia como proceso o rutina productiva. Esta noción señala que la naturaleza de los medios como organizaciones formales, sus rutinas en redacciones de un grupo de profesionales está completamente ligada al contenido de las noticias publicadas. Al fin y al cabo, dichas noticias se producen bajo un sistema de reglas y procedimientos estandarizados en la

práctica profesional periodística (la pirámide invertida, las 6W o 7W, los valores de noticiabilidad, entre otros). El predominio de la calidad formal es también el predominio de ese sentido ideológico y hegemónico de la noticia que, según Abril (1997) hace reflejo de las estructuras sociales y de poder existentes. Este discurso noticioso mediático, centrado exclusivamente en la calidad formal, respondería a la esfera pública excluyente y hegemónica planteada por Fraser (1992), que deja por fuera esferas públicas subalternas, como minorías raciales y étnicas, mujeres, personas sexualmente diversas, personas excluidas económicamente, entre otras.

Este último aspecto es uno de los que busca dar realce el enfoque de calidad social de la noticia. Sin embargo, es el que más fallaron los medios de comunicación analizados. En gran medida, hay medios de comunicación digital que no ofrecen referencias culturales diversas, y en el caso de *La Prensa Libre* y *CRHoy*.

com, medios con ejemplos claros de irrespeto a la dignidad humana mediante la perpetuación de estereotipos; además, fomentan argumentos que contribuyen a la marginación social, al ignorar las desigualdades y los fenómenos sociales complejos de exclusión. En el caso de *La Nación*, aunque no se observaron ejemplos de ese tipo, sí se encontró un periodismo constantemente consistente en no profundizar en entender las causas de la desigualdad social o de las relaciones de poder entre grupos y sectores sociales más que en casos muy puntuales.

De esta forma, los datos del indicador de calidad aplicado a los tres medios de comunicación hablan acerca de cómo la calidad formal de los textos periodísticos se termina convirtiendo en instrumento discursivo de perpetuación de las estructuras sociales y de poder actuales. Se observan medios que se acercan más a cumplir con las prácticas estandarizadas de la construcción de noticias, que a ofrecer un reflejo de la sociedad no centrado en las estructuras hegemónicas.

En el caso de *La Nación*, presenta atisbos de querer cumplir con el ideal de “perro guardián”, con mayores instancias de control al poder y de fomento al debate social que en los otros dos medios. Mientras que en el caso de *La Prensa Libre* se observó un completo desinterés por cumplir con esas dos funciones. En línea con lo señalado con Bezaco et al. (2019) un medio tradicionalmente considerado como serio utilizó con consistencia historias banales y exageradas en un afán por lograr tráfico, las cuales repercutieron directamente sobre la calidad de su contenido.

Tras hacer este balance, en el cual se puede observar que los medios estudiados favorecieron -mayoritariamente- la calidad formal de la noticia sobre su responsabilidad social, se procederá a hacer un análisis más contextual de los resultados: ¿Cómo se entienden estos números considerando las condiciones que existen en Costa Rica para el ejercicio del periodismo de calidad?

6.8.2 Resultados a la luz de las condiciones existentes para el periodismo de calidad en Costa Rica

Tras haber introducido y refrescado la perspectiva teórica sobre cómo se entiende en esta investigación el cumplimiento de la calidad periodística; y haber comparado cómo los medios analizados se desempeñaron en la calidad formal de sus noticias versus la calidad social, corresponde entender los resultados del indicador de calidad aplicado a la luz de las condiciones existentes en Costa Rica para la existencia de periodismo de calidad.

En los apartados anteriores se describió que el periodismo de calidad no sucede así nada más. Deben existir una serie de condiciones en el entorno legal, político y económico que rodea la actividad periodística, que permita el surgimiento de contenidos periodísticos de calidad. Estas condiciones son los recursos disponibles para los periodistas, el orden legal y político que garantizan libertad y protección a los periodistas y las condiciones laborales de dichos profesionales.

Por su parte, en el apartado contextual, se revisó detalladamente cada uno de los elementos anteriormente citados, para el caso costarricense. De dicha revisión, se encontró que los medios de comunicación tradicionales, particularmente los de prensa, atraviesan un momento económico complejo, en el cual tanto sus audiencias como sus ingresos han disminuido. Múltiples medios de comunicación han cerrado, e inclusive uno de los medios analizados en este estudio, *La Prensa Libre*, cerró el 21 de agosto de 2020, en medio del período final de realización de esta investigación. La información disponible muestra, entonces, una condición de recursos disponibles comprometida. La problemática económica de los medios en el país se puede entender dentro del panorama global, esbozado en la revisión de la literatura y el apartado teórico de esta investigación, en la cual se

aborda la forma en la que la transición digital ha impactado el modelo de negocios de la industria periodística profundamente. En este entendido, los medios de comunicación digitales son de particular interés para comprender la relación entre la escasez de recursos, los nuevos modelos de negocios y la calidad periodística.

De la misma forma, en el caso de las condiciones laborales de los periodistas, Gómez-Mompart y Sampio (2015) establecen como criterios de buenas condiciones laborales para la estabilidad laboral, un salario justo y jornadas laborales. En cuanto al primer punto, en el apartado contextual se detalla que según el Colegio de Periodistas de Costa Rica, el desempleo entre quienes desempeñan esta profesión era de 22% en 2019, poco menos del doble que la tasa de desempleo nacional para ese mismo año según el INEC. Además del desempleo, la inestabilidad laboral de los periodistas también se ve reflejada en una alta rotación en las salas de redacción.

En el caso salarial, las regulaciones sobre el salario mínimo que devengan los periodistas en Costa Rica han experimentado cambios negativos. Antes de 2019, el Ministerio de Trabajo asignó un salario mínimo para los periodistas de 817.500 colones mensuales, mientras que actualmente (2021) se establece el salario mínimo de periodistas con bachillerato universitario en 568.819 colones mensuales y en 682.607 colones mensuales para los periodistas con licenciatura. En este sentido, se observa una reciente desmejora en las condiciones salariales.

Sin embargo, más allá de este cambio reciente, desde antes del año que se desarrolló esta investigación (2017) se observan indicios de condiciones salariales no óptimas para los periodistas, por ejemplo, Carazo (2015) encontró periodistas que reportaban ganar entre 300.000 y 500.000 colones al mes. Aunado a este punto, y considerando también el tercer criterio de condiciones laborales adecuadas, Carazo (2015) también identificó periodistas que reportaron

trabajar más de 48 horas semanales, la jornada máxima establecida por el Código de Trabajo de Costa Rica. Este panorama presenta un escenario de condiciones laborales no óptimas.

El tercer elemento contextual contemplado para la existencia de periodismo de calidad es el entorno legal y político, que se puede entender en término de libertad de prensa. En este elemento, el contexto costarricense es considerado el mejor a nivel latinoamericano (Freedom House, 2017; Reporteros sin fronteras, 2020) por dos rankings existentes en la materia, debido a la legislación poco restrictiva y a los pocos casos de agresiones o intimidaciones a los periodistas.

Dado lo anterior, en el caso de Costa Rica, dos de las tres condiciones para la existencia de periodismo de calidad muestran deficiencias y situaciones de preocupación. Los medios cuentan con menos recursos económicos para invertir en su producción periodística, a la vez que los periodistas no tienen las condiciones laborales óptimas para desempeñar su trabajo. Considerando este contexto, se comprende que, pese a contar con amplias libertades para la prensa, ninguno de los tres medios alcanzó un promedio de calidad mínimo ideal de 6 puntos, e inclusive el medio mejor posicionado, *La Nación*, tuvo un promedio de solamente 5,7 puntos, cerca, pero sin cumplir en términos generales.

Cabe destacar que en el año 2017 *CRHoy.com* obtuvo el *Premio Nación Pío Viquez de Periodismo*. A pesar de poseer un promedio de calidad en el período analizado de 4,8 (por debajo inclusive del mínimo aceptable de 5 puntos), la labor realizada por el medio de comunicación resaltó para el jurado entre lo producido por los demás medios periodísticos del país, lo cual da una imagen de un posible escenario de baja calidad generalizada. De existir dicho escenario, iría en la línea de las condiciones deficientes para el ejercicio del periodismo de calidad.

En este entendido, los resultados encontrados mediante la aplicación y el análisis del indicador de calidad en los tres medios de comunicación analizados en esta investigación coincide plenamente con el escenario encontrado en apartado contextual: dos de las tres condiciones para el ejercicio de periodismo de calidad en Costa Rica son deficientes. Una vez entendidos los resultados en su contexto, el próximo apartado analizará si, a la luz de los resultados, el análisis y el contexto, los medios de comunicación estudiados están cumpliendo con el derecho ciudadano a la calidad periodística.

6.8.3 ¿Se cumple con el derecho a la calidad periodística?

El repaso realizado a lo largo de este apartado ha permitido determinar, desde la perspectiva del derecho a la comunicación, que existe un derecho ciudadano al periodismo de calidad, que en la prensa digital costarricense analizada predominaron los criterios de calidad formal sobre la calidad social y que la mayor parte de condiciones para el ejercicio periodístico de calidad en Costa Rica están en condiciones subóptimas. A partir de dicho análisis, así como de los resultados del indicador de calidad, este apartado buscará dar respuesta a si se puede decir que los medios analizados, en el período de la muestra, cumplieron o no con el derecho ciudadano a la calidad periodística.

Al observar los hallazgos generales del indicador de calidad periodística, se menciona que Ramírez et al. (2014) establecen como un puntaje mínimo aceptable una calificación de 5 puntos, mientras que este estudio definió como un mínimo ideal a alcanzar un puntaje de 6. En el período estudiado, entre el 18 de mayo y el 18 de septiembre de 2017, los tres medios promediaron un puntaje de 4,9, por debajo del mínimo aceptable, siendo que tanto *CRHoy.com* como *La Prensa Libre* estuvieron por debajo del mínimo aceptable, con 4,8 y 4,3 puntos, respectivamente, y *La Nación* estuvo por encima del

mínimo aceptable, pero por debajo del mínimo ideal, con 5,7 puntos en promedio.

Por su parte, en el análisis pormenorizado de la calidad social evaluada en el indicador, se encontraron debilidades importantes en el control del poder en todos los medios (menos marcadas en *La Nación*), y un bajo fomento al debate social en *La Prensa Libre* y *CRHoy.com*. Asimismo, en el respeto a la dignidad humana y el combate a la marginación social, se observa medios que no terminan de profundizar en desigualdades y fenómenos sociales complejos, con algunos casos de perpetuación de estereotipos, mientras que los tres medios fallaron de forma generalizada en la presencia de referencias culturales diversas.

Por otra parte, en la Figura 6.3, se observa que tanto *La Nación* como *CRHoy.com* se acercan más a un puntaje de calidad ideal cuando se mide solo calidad formal, mientras *La Prensa Libre* se acerca más un puntaje de calidad aceptable bajo los mismos parámetros. Esta medición de la calidad, que responde a criterios institucionales periodísticos, también suele relacionarse más con la perpetuación de discursos hegemónicos, como se discutió anteriormente.

Considerando que, en términos generales, se puede decir que los tres medios no alcanzan niveles de calidad ideales, dos de ellos (*La Prensa Libre* y *CRHoy.com*) no alcanzaron estándares mínimos, y en el entendido de la comunicación como un bien público, dentro del cual el periodismo se ha propuesto cumplir una función vital para el debate democrático de calidad, es posible afirmar que *La Prensa Libre* y *CRHoy.com* no cumplieron con el derecho ciudadano al periodismo de calidad, mientras que *La Nación* lo cumplió solo parcialmente.

La Prensa Libre mostró fallas generalizadas en todos los niveles de la construcción de la noticia, desde el nivel formal hasta el social. Al ser el medio con menor calidad en todos los aspectos, llama la atención que sea justamente

el único de los tres que dejó de existir de 2017 a la fecha. En este sentido, se podría observar un posible cumplimiento del modelo de la influencia de Meyer (2009) que propone la calidad como forma en la que los medios pueden garantizar su existencia, mientras que los medios de baja calidad serían descartados por las audiencias, llevándoles a insuficiencias económicas.

CRHoy.com presentó grados de calidad altamente variables entre sus diferentes notas, desde puntajes preocupantemente bajos en notas de sucesos y entretenimiento, hasta algunos elevados en su cobertura sobre el caso de “El cementazo”, por el cual ganó el premio *Pío Viquez de Periodismo*. Esa variación, sin embargo, le llevó a una calidad medio por debajo del mínimo ideal. En el gran escenario del debate democrático, un número reducido de noticias con alta calidad, frente a un número elevado de contenido con poco aporte, tiene poco efecto. En este sentido, el medio tampoco está cumpliendo con el derecho a la calidad periodística.

La Nación, por su parte, se puede considerar que presenta un cumplimiento parcial. La presencia de noticias con calidad ideal fue más frecuente, así como la calidad social en variables fundamentales como el control al poder, el fomento al debate social y el respeto a la dignidad humana. Sin embargo, pese a esos niveles de cumplimiento, al igual que los otros dos medios *La Nación* sigue representando una sociedad homogénea, poco diversa, y con un nivel de profundidad subóptimo en el análisis de fenómenos sociales complejos, como la desigualdad.

En términos generales, la imagen que nos dan estos tres medios es la de un escenario mediático en el cual el periodismo digital no alcanzó mínimos ideales y en algunos casos apenas rozó mínimos aceptables.

Este estudio comprende la calidad periodística como una variable íntimamente ligada al derecho a la comunicación, es decir, al ser la calidad en el periodismo un componente impor-

tante de la responsabilidad social de la noticia, y al existir un derecho ciudadano a información veraz, de calidad, y oportuna, ambas concepciones se encuentran ligadas. Se determina que dos de los tres medios analizados, *La Prensa Libre* y *CRHoy.com*, no cumplieron con el derecho ciudadano a la calidad periodística, mientras que *La Nación* solo lo cumplió parcialmente.

Para llegar a esta conclusión, se compararon los resultados de la calidad formal y la calidad social de las noticias, dos componentes que componen el indicador de calidad aplicado. Esta comparación demostró que todos los medios tuvieron un desempeño mejor en la calidad formal, la cual está relacionada con las prácticas estandarizada del periodismo institucionalizado.

Además, se observaron los resultados del indicador de calidad a la luz de las condiciones existentes para el periodismo de calidad en Costa Rica. Dicha observación demostró que dos de las tres condiciones para el ejercicio de periodismo de calidad en el país parecieran no estarse presentando, lo cual podría servir de justificación o fundamento a la baja calidad informada.

Una última valoración de los resultados, presenta un panorama de retos para el periodismo de calidad en Costa Rica, los cuales no son únicos al contexto nacional, pero que deben seguir siendo estudiados dentro de las particularidades de la realidad latinoamericana y costarricense.

6.9 Conclusiones

Luego de haber hecho un recorrido teórico y contextual sobre la situación de incertidumbre que vive el periodismo en todo el mundo, y haber aterrizado dicho análisis al caso costarricense, es posible constatar que la incertidumbre continúa, mientras los medios de comunicación de todo el planeta buscan encontrar modelos de negocio y de práctica periodística que se adapten a las nuevas realidades tecnológicas, económicas y sociales.

Así como al inicio del estudio se menciona cómo a partir de 2008 una serie de periódicos impresos estadounidenses se empiezan a acoger a la bancarrota, se pudo observar que en Costa Rica decenas de medios de comunicación han cerrado sus puertas en la última década, e inclusive uno de los medios analizados en esta investigación, *La Prensa Libre*, cerró en 2020, tras haber existido desde 1889.

La información encontrada para esta investigación no permite determinar si los medios digitales que han sobrevivido ya se están adaptando a la nueva realidad, tema que quedaría pendiente para futuras investigaciones. Sin embargo, la literatura y la aplicación del indicador de calidad nos muestran una imagen de 2017, en la que, atravesados por condiciones económicas adversas y con periodistas sin condiciones laborales necesariamente apropiadas, *La Prensa Libre* y *CRHoy.com* fallan en brindar la calidad periodística necesaria para el sano debate democrático, mientras que *La Nación* solo cumple parcialmente.

La conceptualización de una crisis en el modelo de financiamiento del periodismo, entendida como un elemento que puede debilitar las condiciones necesarias para la existencia de periodismo de calidad en un ecosistema mediático, permite entender de una manera más amplia el contexto detrás de los hallazgos en bruto sobre la calidad periodística. A su vez, las definiciones empleadas para entender la calidad se reforzaron con diferentes perspectivas, que otorgaron aportes relevantes para comprender y evaluar la calidad formal -en el cumplimiento de valores y estándares tradicionales del periodismo, la redacción y el uso del lenguaje-, pero también la calidad social, con sus implicaciones en el debate social, desde una noción de la responsabilidad social de la noticia. Esta construcción fue fundamental y valiosa para los análisis realizados a los datos encontrados con la aplicación del indicador de calidad.

Metodológicamente, el indicador de calidad empleado permitió un nivel de detalle importante en todas las variables analizadas, reconociendo cómo se presentan fenómenos discursivos importantes como los estereotipos y la representación de diversidades, y también cómo los medios fomentan o no, un debate social de calidad mediante el control al poder y la presentación de puntos de vista distintos. Sin embargo, es importante destacar que el indicador fue claramente construido para observar con más detalle la calidad formal que la social, siendo esta última a la que se prestó mayor atención en este estudio. Esta limitación del instrumento se subsanó con un análisis más pormenorizado de los resultados específicos de la variable “aportación social de la noticia”.

La aplicación del instrumento y el desglose de los resultados dio con medios de comunicación digital que cumplen en apearse a estándares y discursos periodísticos tradicionales, mientras que fallan en brindar una calidad social que implica el reconocimiento de desigualdades, diversidades y la explicación de fenómenos sociales complejos.

Este incumplimiento de la calidad periodística ofrecida por los medios de comunicación analizados no solo afecta a los medios en sí, sino que tiene una afectación social más amplia. Los medios de comunicación, y la práctica periodística, como vehículos de la esfera pública, son fundamentales para que la ciudadanía tenga acceso a la información que le permita tomar decisiones en el contexto de una sociedad democrática. Esto se vuelve particularmente relevante considerando que 2017 fue un año de precampaña política, atravesado por el escándalo político conocido como “El cementazo”.

La incapacidad de los medios analizados de ofrecer periodismo de calidad es un hallazgo de enorme relevancia en sí mismo. Como apunta Sandoval (2010), los medios de comunicación terminan convirtiéndose en representantes no electos de la ciudadanía, y aunque

se les denomina el “cuarto poder” o el “quinto poder” (si se considera el Poder Electoral), no están sujetos a la misma rendición de cuentas que los poderes públicos. La fiscalización ciudadana de los medios es fundamental, no solo para determinar si están brindando periodismo de calidad, como se hizo en esta investigación, sino para vigilar el ejercicio que estas instituciones, en su mayoría privadas, hacen de sus cuotas de poder simbólico y económico.

Más allá de eso, la investigación permitió esbozar relaciones no esperadas y más profundas entre la incertidumbre y la calidad. Esta relación, que surgió como una posible hipótesis en los planteamientos iniciales de este estudio, se ve avalada por la perspectiva teórica empleada y los datos contextuales del caso costarricense, los cuales dan indicios relevantes que abren nuevas avenidas de investigación, para entender cómo el contexto económico y administrativo de las empresas periodísticas puede incidir simbólicamente y discursivamente en el debate social.

Los resultados de este capítulo abren, además, una serie de preguntas adicionales, que se podrán estudiar en investigaciones posteriores: ¿Ya existe un nivel de adaptación y madurez mayor de los medios de comunicación digitales a las nuevas realidades tecnológicas, sociales y económicas, a través de prácticas periodísticas y modelos de negocios consolidados?, ¿cómo im-

placó la crisis económica causada por la pandemia del COVID-19 a las finanzas de los medios y también a la calidad periodística, durante y después de 2020?, ¿existen mejores alternativas que el periodismo para un debate social amplio e informado, en el contexto de sociedades democráticas contemporáneas?

La perspectiva del derecho a la comunicación, aplicada a la calidad periodística, permite visualizar la relación entre periodistas y audiencias desde un punto de vista más horizontal, y en el caso del hallazgo de calidad por debajo de lo ideal, como en el caso de este estudio, brinda insumos para hacer que los medios de comunicación rindan cuentas, en función de su poder simbólico, sobre la responsabilidad social de la noticia y su papel en el ejercicio del sano debate democrático. Si el periodismo, los periódicos y los medios de comunicación informativos se plantean a sí mismos como un espacio esencial de la esfera pública, la perspectiva del derecho a la comunicación invita a habitar dicha esfera desde una concepción más participativa, en la cual las audiencias, como agentes activos del proceso comunicativo, pueden y deben exigir información periodística de calidad. Este ejercicio se vuelve todavía más relevante en contextos como el latinoamericano y el costarricense, en particular, en el que la concentración de la posesión de los medios de comunicación implica, potencialmente, menos opciones informativas. ■

REFERENCIAS POR CAPÍTULO

CAPÍTULO 1 - Concentración mediática, convergencia y grupos económicos de la comunicación en Costa Rica - Oscar Mario Jiménez Alvarado

- Albavisión. (2021). *Conocenos*. Sitio web Albavisión. <https://albavision.tv/conocenos/>
- Alfaro, J. (2019a, julio 31). Diputado Prendas alega que página que difundió noticia falsa no es «oficial» de Partido Nueva República. *Semanario Universidad*. <https://semanariouniversidad.com/pais/diputado-prendas-alega-que-pagina-que-difundio-noticia-falsa-no-es-oficial-de-partido-nueva-republica/>
- Alfaro, J. (2019b, julio 31). Presidente de Nueva República acepta ser dueño de sitio que difundió nota falsa sobre aumento del IVA. *Semanario Universidad*. <https://semanariouniversidad.com/pais/presidente-de-nueva-republica-acepta-ser-dueno-de-sitio-que-difundio-nota-falsa-sobre-aumento-del-iva/>
- Alvarado, A. (2018). Regulación de la radiodifusión en Costa Rica: Perspectiva de los movimientos sociales. En *I Informe del Estado de la Libertad de Expresión en Costa Rica* (Primera edición). PROLEDI. <http://proledi.ucr.ac.cr/wp-content/uploads/2018/08/CAPI%CC%81TULO-4-Regulacio%CC%81n-de-la-radiodifusio%CC%81n-en-Costa-Rica.pdf>
- Alvarado, A. (2021). Panorama de la radiodifusión en Costa Rica: Entre la desregulación y la ausencia de medios comunitarios. En *Transparencia mediática, oligopolios y democracia ¿Quién nos cuenta el cuento?* (pp. 167-174). Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.
- Andino, A. (2020, mayo 15). Conozca el lado humano de doña Olga Cozza de Picado. *Teletica.com*. https://www.teletica.com/de-boca-en-boca/conozca-el-lado-humano-de-dona-olga-cozza-de-picado_257156
- Araya, J. (2020, enero 23). A partir del 29 de febrero usted podrá disfrutar de FUTV. *Teletica*. https://www.teletica.com/nacional/a-partir-del-29-de-febrero-usted-podra-disfrutar-de-futv_246725
- Arias, J. (2016). Multimedios Costa Rica inicia con programación y adquiere edificio. *CRHoy.com*. <https://archivo.crhoy.com/multimedios-costa-rica-inicia-con-programacion-y-adquiere-edificio/economia/>
- Arrieta, E. (2018, noviembre 29). Multimedios compra las emisoras Bésame, Los 40 principales y Qué teja. *La República*. <https://www.larepublica.net/noticia/multimedios-compra-las-emisoras-besame-los-40-principales-y-que-teja>
- Arteaga, J. (2014). Los nuevos reyes de la televisión mexicana. *Forbes*. <https://www.forbes.com.mx/los-nuevos-reyes-de-la-television-mexicana/>
- Barquero, M. (2020, mayo 13). Abogado y empresario asume presidencia de la Junta Directiva de Grupo Nación. *La Nación*. <https://www.nacion.com/economia/negocios/abogado-y-empresario-asume-presidencia-de-la-junta/6XL24DL3MBDU-XBQ75VN3W3T6TI/story/>
- Becerra, M., & Mastrini, G. (2006). *Periodistas y magnates: Estructura y concentración de las industrias culturales en América Latina*. Prometeo Libros e Instituto de Prensa y Libertad.
- Becerra, M., & Mastrini, G. (2009). *La convergencia de medios, telecomunicaciones e internet en la perspectiva de la competencia: Hacia un enfoque multicompreensivo*. Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. https://unesdoc.unesco.org/in/documentViewer.xhtml?v=2.1.196&id=p:usmarcdef_0000370195&file=/in/rest/annotationSVC/DownloadWatermarkAttachment/attach_import_c558f940-0b53-4858-b9cf-c92a7a189922%3F_%3D370195spa.pdf&locale=es&multi=true&ark=/ark:/48223/pf0000370195/PDF/370195spa.pdf#%5B%7B%22num%22%3A40%2C%-22gen%22%3A0%7D%2C%7B%22name%22%3A%22XYZ%22%7D%2C0%2C803%-2C0%5D
- Becerra, M., & Mastrini, G. (2017). *La concentración infocomunicacional en América Latina (2000-2015): Nuevos medios y tecnologías, menos actores*. Universidad Nacional de Quilmes y Observacom. <https://www.observacom.org/wp-content/uploads/2019/09/La-concentracion%CC%81n-in->

- focomunicacional-en-Ame%CC%81rica-Latina-2000-2015.pdf
- Belgrave, L. (2019). Politización evangélica en Costa Rica en torno a la agenda “provida”: ¿Obra y gracia del Espíritu Santo? *Rupturas*, 9, 82-103. <http://dx.doi.org/10.22458/rr.v9i1.2230>
- Blaser, F. (2019, febrero 15). República Media Group presenta nuevo CEO. *La República*. <https://www.larepublica.net/noticia/república-media-group-presenta-nuevo-ceo>
- Bonilla, J. (2019, marzo 29). Gerente de Grupo Extra premiada por aporte social. *Diario Extra*. <https://www.diarioextra.com/Noticia/detalle/385710/gerente-de-grupo-extra-premiada-por-aporte-social>
- Bonilla, R. (2014, junio 12). 125 años de hacer historia en Costa Rica. *Diario Extra*. <https://www.diarioextra.com/Noticia/detalle/233793/125-anos-de-hacer-historia-en-costa-rica>
- Boza, G. (2014). La política de implementación de la TV en Costa Rica. En *I Informe Hacia la Sociedad de la Información y el Conocimiento*. PROSIC. http://www.prosic.ucr.ac.cr/sites/default/files/recursos/2014_cap6.pdf
- Brenes, C. (2013). Grandes familias empresariales costarricenses reorganizan sus negocios. En: *El Financiero*. http://www.elfinancierocr.com/negocios/Empresas_familiares-gobierno_corporativo-protocolo_Familiar_0_292770734.html
- Brenes, C. (2014, febrero 21). *Teletica invertirá en nuevo estudio de T.V. y compra franquicia de Dancing with the star*. http://www.elfinancierocr.com/negocios/Teletica-invertira-TV-franquicia-Dancing_0_469153088.html
- Brenes, C. (2019, diciembre 13). Teletica y Repretel se unen para que Saprissa y Alajuelense se vean en canal de cable. *La Nación*. <https://www.nacion.com/puro-deporte/futbol-nacional/teletica-y-repre-tel-se-unen-para-que-saprissa-y/URVU-VKSZVFARDPEDBZIL2ZI7PY/story/>
- Cabletica. (2021). *Página principal*. Sitio web de Cabletica. www.cabletica.com
- Campos, J. M. (2020, junio 30). A través de Cabletica, Liberty Latin America se posicionaría en el mercado móvil de Costa Rica. *La República*. <https://www.larepublica.net/noticia/a-traves-de-cabletica-liberty-latin-america-se-posicionaria-en-el-mercado-movil-de-costa-rica>
- Canales, D. (2008, julio 23). Millicom compró Amnet en \$510 millones. *La República*. <https://www.larepublica.net/noticia/millicom-compro-amnet-en-510-millones>
- Castillo, S. (2019, junio). Periódico digital El Observador nació con el capital semilla de un grupo de empresarios. *Punto y aparte*. <http://www.puntoyaparte-ca.com/periodico-digital-el-observador-nacio-con-el-capital-semilla-de-un-grupo-de-empresarios/>
- Castillo, S. (2020, agosto 21). Cierra el decano de la prensa nacional. *Punto y aparte*. <https://www.puntoyaparte-ca.com/cierra-el-decano-de-la-prensa-nacional/>
- Castro, J. (2016, agosto 30). Qqualy TV dejará de operar en Costa Rica. *La República*. https://www.larepublica.net/noticia/qqualy_tv_dejara_de_operar_en-costa_rica
- Castro, J. (2020a). Fútbol y FUTV: todo lo que debe saber del nuevo modelo del negocio. *La República*. <https://www.larepublica.net/noticia/futbol-y-futv-todo-lo-que-debe-saber-del-nuevo-modelo-del-negocio>
- Castro, J. (2020b, mayo 26). Partidos de FUTV se transmiten a través de app de TD Más. *La República*. <https://www.larepublica.net/noticia/partidos-de-futv-se-transmiten-a-traves-de-app-de-td-mas>
- Castro, J. (2021a, mayo 14). ¿Por qué Costa Rica no ha podido culminar la transición a la TV digital? *La República*. <https://www.larepublica.net/noticia/por-que-costa-rica-no-ha-podido-culminar-la-transicion-a-la-tv-digital>
- Castro, J. (2021b, septiembre 16). Casa matriz de Cabletica y Movistar Costa Rica compró operaciones de Claro Panamá. *La República*. <https://www.larepublica.net/noticia/casa-matriz-de-cabletica-y-movistar-costa-rica-compro-operaciones-de-claro-panama>
- Cerdas, D. (2020, agosto 21). Cierra La Prensa Libre tras 131 años de operación: ‘Se hace imposible sostenerlo económicamente’. *La Nación*. <https://www.nacion.com/el-pais/servicios/cierra-la-prensa-libre-tras-131-anos-de-operacion/55F5C-6K6UJFY7KM3QPAT5ZPBCU/story/>
- CGR. (2012). *Oficio N° 6423 de la División de Asesoría y gestión jurídica de la Contraloría General de la República*. Contraloría General de la República. https://cgrfiles.cgr.go.cr/publico/jaguar/sad_docs/2002/06423-2002.doc
- CGR. (2013). *Informe sobre el proyecto de transición a la radiodifusión digital* (Informe N° DFOE-IFR-IF-05-2013). Contraloría General de la República. <https://es.scribd.com/document/249125840>

- Informe-No-DFOE-IFR-IF-05-2013-del-3-de-julio-de-2013
- CGR. (2017, noviembre 8). *Oficio N° 13611 del 8 de noviembre de 2017, DFOE-IFR-0452*. https://cgrfiles.cgr.go.cr/publico/docs_cgr/2017/SIGY-D_D_2017015528.pdf
- Chacón, V. (2017, febrero 28). SUTEL sin problema con la concentración de radios en FM. *Semanario Universidad*. <https://semanariouniversidad.com/pais/sutel-sin-problema-la-concentracion-radios-fm/>
- Chinchilla, L. (2013). *El mundo de la radiodifusión en Costa Rica: Lo que dice la Ley y lo que en realidad sucede*. Voces Nuestras y Rosa Luxemburg Stiftung.
- CIDH. (2003). *Justicia e inclusión social: Los desafíos de la democracia en Guatemala*. Comisión Interamericana de Derechos Humanos. <http://www.cidh.org/countryrep/Guatemala2003sp/indice.htm>
- CIDH. (2014). *Estándares de libertad de expresión para la transición a una televisión digital abierta, diversa, plural e inclusiva. Informe temático contenido en el Informe Anual 2014 de la Relatoría Especial para la Libertad de Expresión de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos*. Comisión Interamericana de Derechos Humanos. <http://www.oas.org/es/cidh/expresion/docs/informes/Informe%20Tem%C3%A1tico%20TV%20Digital.pdf>
- CIEP. (2019). *Informe de Resultados del estudio de opinión sociopolítica: Audiencias noticiosas de medios digitales: Redes sociales, whatsapp y noticias falsas*. Universidad de Costa Rica. https://ciep.ucr.ac.cr/sites/default/files/Informe%20de%20opini%C3%B3n%20p%C3%BAblica%20-%20Encuestas%20Julio%202019_0.pdf
- Colosal. (2021, junio 8). TV Sur Canal 14, ahora será TV Sur Canal 42.3 [Audiovisual]. En *Colosal Informa*. TV Sur. <https://www.youtube.com/watch?v=S4sW7sbBYzA>
- Conferencia Episcopal. (2021). *Red de Medios Católicos*. Sitio Web de la Conferencia Episcopal. <https://www.iglesiacr.org/redmedios/>
- Cordero, C. (2014). TV de pago renueva oferta en mercado que despierta. *La Nación*. <https://www.nacion.com/economia/negocios/tv-de-pago-renueva-oferta-en-mercado-que-despierta/N6QFEWCGEZFTLJB6WX25M3S7NU/story/>
- Cordero, C. (2018, febrero 12). Liberty adquiere 80% de Cabletica, mientras Televisora de Costa Rica mantiene 20% de acciones. *El Financiero*. <https://www.elfinancierocr.com/tecnologia/liberty-adquiere-80-de-cabletica-mientras/6KZOYI3E-R5AFDCFKQZJNSI54BM/story/>
- Cordero, C. (2020a). ¿Con cuál frecuencia subirá FUTV la señal al satélite para que las cableras la bajen y retransmitan los partidos de fútbol? *El Financiero*. <https://www.elfinancierocr.com/tecnologia/con-cual-frecuencia-subira-futv-la-senal-al/RS-KQLUF4DVBMHL6ZXOGYCK5P74/story/>
- Cordero, C. (2020b). ¿Por qué Teletica y Repretel ceden la gallina de huevos de oro: La transmisión de partidos de fútbol? Tres factores claves. *El Financiero*. ¿Por qué Teletica y Repretel ceden la gallina de huevos de oro: la transmisión de partidos de fútbol? Tres factores claves
- Cordero, C. (2020c, febrero 8). Qué dice la denuncia de las cableras en Sutel y Coprocom contra Teletica, Repretel y dueños de FUTV. *El Financiero*. <https://www.elfinancierocr.com/tecnologia/que-dice-la-denuncia-de-las-cableras-en-sutel-y/HW-GFTE3EE5FUHILE6MXBNCVJJM/story/>
- Cordero, C. (2020d, febrero 29). ¿Qué plantearon Repretel, Teletica y FUTV contra las cableras? ¿Cuál fue la respuesta de Coprocom? *El Financiero*. <https://www.elfinancierocr.com/tecnologia/que-plantearon-repretel-teletica-y-futv-contra/E7EQY6B-3FFHILN7XAEQNNCCFVU/story/>
- Cordero, C. (2021a, mayo 23). EF Explica: Así será la segunda fase del apagón de televisión analógica en las regiones fuera del Valle Central. *El Financiero*. <https://www.elfinancierocr.com/tecnologia/ef-explica-asi-sera-la-segunda-fase-del-apagon-de/PVPOAQ3OIFDBHK3RK26TT7LZ4A/story/>
- Cordero, C. (2021b, agosto 9). Liberty completó compra de Telefónica en Costa Rica por \$538 millones. *El Financiero*. <https://www.elfinancierocr.com/tecnologia/liberty-completo-compra-de-telefonica-en-costa/573G64CJ7FC6ZHLVAAYS7ZG-2QI/story/>
- Cordoba, J. (2016, abril 13). *Investigan empresas de vicepresidente de La Nación por posible defraudación fiscal*. <http://semanariouniversidad.ucr.cr/ultima-hora/investigan-empresas-vicepresidente-grupo-nacion-posible-defraudacion-fiscal/>
- Cordoba, J., Ocampo, B., & Salazar, D. (2004). *La Nación y Canal 7 poseen una empresa común. Medios de prensa establecen negocios mutuos*. <http://semanariouniversidad.ucr.cr/pais/la-nacin-y-canal-7-poseen-una-empresa-comn-medios-de-prensa-establecen-negocios-mutuos/>
- Eco Católico. (2021). *Quiénes Somos*. Sitio Web de *Eco Católico*. <https://www.ecocatolico.org/>
- El Financiero. (2013, diciembre 2). Nova Cinemas de Repretel abrirá nuevo complejo en Panamá. *El Financiero*. <https://www.elfinancierocr.com/ne->

- negocios/nova-cinemas-de-repreTel-abrir-nuevo-complejo-en-panama/S7DVR4SCDFDM-FL3QZG7HATBGCM/story/
- El País. (2000, julio 13). PRISA y Caracol entran en el Grupo Latino de Radio Costa Rica. *El País*. https://elpais.com/diario/2000/07/14/sociedad/963525605_850215.html
- Enlace. (2021a). *En Costa Rica*. Sitio web Enlace. <https://www.enlace.org/costa-rica/>
- Enlace. (2021b). *Quiénes somos*. Sitio web Enlace. <https://www.enlace.org/quienes-somos/>
- Enlace Plus. (2021). *Guardianes del Muro*. Página de Guardianes del Muro. <https://enlace.plus/program/8af3dbf9-5386-4104-a9a6-cef00cb280f5>
- Estrategia y Negocios. (2014). Grupo Nación cierra dos diarios y una revista. *Estrategia y Negocios*. <https://www.estrategiaynegocios.net/centroamericay-mundo/767419-407/grupo-naci%C3%B3n-cierra-dos-diarios-y-una-revista>
- Fallas, C. (2018, noviembre 29). Multimedia adquiere grupo que opera los radios Los 40 principales, QTeja y Bésame. *El Financiero*. <https://www.elfinancierocr.com/negocios/multimedios-adquiere-las-radios-los-40-principales/F2BPACH-TYRFL5AWQ3RL5GK6DI4/story/>
- Fallas, C., & Cordero, C. (2020, enero 30). Los casos de TigoSport y FUTV van a investigación a la Comisión de la Competencia por las transmisiones de fútbol. *El Financiero*. <https://www.elfinancierocr.com/negocios/los-casos-de-tigosport-y-futv-van-a-investigacion/I24KVQNRKJBPBE-KMFHKPLAP4O4/story/>
- Fournier, S. (2021, noviembre 12). *Entrevista sobre concentración mediática en Costa Rica* [Plataforma de videollamadas Zoom].
- Fournier, S., Jiménez, Ó., & Ochoa, L. (2018). Concentración y transnacionalización de medios en Costa Rica: Caso Albavisión. En *Primer informe del Estado de la Libertad de Expresión en Costa Rica*. (pp. 135-170). Universidad de Costa Rica. <http://proledi.ucr.ac.cr/wp-content/uploads/2018/08/I-Informe-del-Estado-de-la-Libertad-de-Expresi%C3%B3n-en-CR.pdf>
- Garro, L., Monge, A., & Solís, L. (2020). Ecosistema mediático en deuda con el pluralismo y la diversidad. En *II Informe del Estado de la Libertad de Expresión y el Derecho a la Información*. PROLEDI. <http://proledi.ucr.ac.cr/wp-content/uploads/2020/04/Cap%C3%ADtulo-2-Ecosistema-medi%C3%A1tico-en-deuda-con-el-pluralismo-y-la-diversidad.pdf>
- Garro, L., & Solís, L. (2019). Ausencias y concentraciones en el universo mediático costarricense. *Revista de Ciencias Sociales*, IV(166), 83-99.
- Gómez, I. (2020, agosto 21). Tras 131 años, nuestra pasión para La Prensa Libre no resistió las presiones de pandemia: Iary Gómez. *La República*. <https://www.larepublica.net/noticia/tras-131-anos-nuestra-pasion-para-la-prensa-libre-no-resistio-las-presiones-de-pandemia-iary-gomez>
- Gómez, R. (2004). TV Azteca y la industria televisiva mexicana en tiempos de integración regional (TLCAN) y desregulación económica. *Comunicación y Sociedad*, 1, 51-90.
- González, M. (2009, diciembre 23). Cines IMAX abren sus puertas este viernes. *La República*. https://www.larepublica.net/noticia/cines_imax_abren_sus_puertas_este_viernes
- Grupo Nación. (2011). *Informe de Sostenibilidad Financiera 2010—2011*. Grupo Nación.
- Grupo Nación. (2012). *Informe de Sostenibilidad Financiera 2011—2012*. Grupo Nación.
- Grupo Nación. (2013). *Informe de Sostenibilidad Financiera 2012—2013*. Grupo Nación.
- Grupo Nación. (2014). *Informe de Sostenibilidad Financiera 2013—2014*. Grupo Nación.
- Grupo Nación. (2016a). *Prospecto de La Nación, S.A. y sus subsidiarias a agosto de 2016*. Grupo Nación.
- Grupo Nación. (2016b). *Prospecto de La Nación, S.A. y sus subsidiarias a enero de 2016*. Grupo Nación.
- Grupo Nación. (2017a). *Prospecto de La Nación, S.A. y sus subsidiarias a agosto de 2017*. Grupo Nación.
- Grupo Nación. (2017b). *Prospecto de La Nación, S.A. y sus subsidiarias a julio de 2017*. Grupo Nación.
- Grupo Nación. (2017c). *Prospecto de La Nación, S.A. y sus subsidiarias a marzo de 2017*. Grupo Nación.
- Grupo Nación. (2018). *Prospecto de La Nación, S.A. y sus subsidiarias a enero de 2018*. Grupo Nación.
- Grupo Nación. (2019). *Prospecto de La Nación, S.A. y sus subsidiarias a enero de 2019*. Grupo Nación.
- Grupo Nación. (2020). *Prospecto de La Nación, S.A. y sus subsidiarias a enero de 2020*. Grupo Nación.
- Grupo Nación. (2021). *Prospecto de La Nación, S.A. y sus subsidiarias a marzo de 2021*. Grupo Nación.
- Hallin, D., & Mancini, P. (2007). *Sistemas mediáticos comparados*. Hacer editorial.
- Herrera, M. (2017a, febrero 12). Cabletica lanza este lunes 13 de febrero un nuevo canal deportivo: TD+2. *La Nación*. <https://www.nacion.com/viva/television/cabletica-lanza-este-lunes-13-de-febre>

ro-un-nuevo-canal-deportivo-td-2/R5LWTL-G5R5BTZPGEQZDDHVLZ4/story/

- Herrera, M. (2017b, julio 20). Multimedios canal 44 inicia transmisiones en Costa Rica el sábado 29 de julio. *La Nación*. <https://www.nacion.com/viva/television/multimedios-canal-44-inicia-transmisiones-en-costa-rica-el-sabado-29-de-julio/WNVBGTYSMBAU5BC64ALL4U3WPA/story/>
- Herrera, M. (2018, marzo 7). Teletica abre plataforma de 'streaming' de TD Más con producciones originales. *La Nación*. <https://www.nacion.com/viva/television/teletica-abre-plataforma-de-streaming-de-td-mas/2NH3HORFRVEEPOLGI-FOXSGNKPE/story/>
- INEC. (2021). *Encuesta Nacional de Hogares Julio 2021*. Resultados Generales. Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.
- Jiménez, Ó. (2017). *La concentración de los medios en Costa Rica: El caso de la radio y la televisión abierta* [Tesis para optar al grado de Maestría Académica en Comunicación y Desarrollo]. Universidad de Costa Rica.
- Jiménez, Ó. (2020). Así en la tierra como en los medios: Un acercamiento a los medios religiosos de Costa Rica. En *II Informe del Estado de la Libertad de Expresión y el Derecho a la Información*. PROLEDI. <http://proledi.ucr.ac.cr/wp-content/uploads/2020/04/Cap%C3%ADtulo-3-As%C3%AD-en-la-tierra-como-en-los-medios.pdf>
- Jiménez, O., & Sáenz, J. (2012). Acceso de los partidos políticos a los medios de comunicación. En *Informe sobre el proceso electoral en Costa Rica 2009 – 2010 de la Auditoría Electoral Ciudadana*. Auditoría Electoral Ciudadana y Fundación Friedrich Ebert. https://www.academia.edu/3484338/Informe_del_Proceso_Electoral_en_Costa_Rica._2009-2010
- Jiménez, Ó., & Voorend, K. (2019). De pocas a menos manos. La concentración de medios en Costa Rica entre 1990-2017. *Cuadernos.info*, 45, 191-212.
- La Nación. (1998). TV Azteca asumirá canal 4. *La Nación*. <https://www.nacion.com/el-pais/tv-azteca-asumira-canal-4/XWAD7T3MRBCNXD-L3WN3XV7DYDU/story/>
- La Nación. (2000, diciembre 29). La TV se compra y se vende. *La Nación*. <https://www.nacion.com/archivo/la-tv-se-compra-y-se-vende/N7D6UK7LC-ZDJTP6VDEIHROSPFY/story/>
- La Nación. (2005, febrero 27). La fe compra montañas en televisora cristiana canal 23. *La Nación*. <https://www.nacion.com/el-pais/la-fe-compra-montanas-en-televisora-cristiana-canal-23/VSGMRO-YKFZCSZKNGX4ISAYY2CM/story/>
- La Nación. (2006a, julio). Repretel a la radio: Canal compró frecuencia y saldrá con Radio Disney. *La Nación*. <https://www.nacion.com/archivo/repretel-a-la-radio-canal-compro-frecuencia-y-saldrá-con-radio-disney/O3LC274WIFBB3HWNN-MY3IKSEIU/story/>
- La Nación. (2006b, septiembre 9). Repretel compra grupo de radio Monumental-Relej. *La Nación*. <https://www.nacion.com/el-pais/repretel-compra-grupo-de-radio-monumental-relej/YGKRN2NPD-JHY7FOGDBCQN7NRZA/story/>
- La Nación. (2011a, agosto 17). Canal 2 regresa al mundo de la televisión nacional. *La Nación*. <https://www.nacion.com/viva/television/canal-2-regresa-al-mundo-de-la-television-nacional/N2A-QECD7DRHMHNWDH4MH2YXA2A/story/>
- La Nación. (2011b, diciembre 4). Los nuevos dueños del Deportivo Saprissa. *La Nación*. <https://www.nacion.com/archivo/los-nuevos-duenos-del-deportivo-saprissa/LCVX4HBPTNDXBMZR345SDZABQQ/story/>
- La Nación. (2012a, abril 14). En su primer año, Horizonte Morado aún lucha por el cetro. *La Nación*. <https://www.nacion.com/puro-deporte/futbol-nacional/en-su-primer-ano-horizonte-morado-aun-lucha-por-el-cetro/VVHPIJDLXBEJFI4KDSQ5TY6ESQ/story/>
- La Nación. (2012b, julio 17). Marca Amnet desaparece y dará paso a TIGO. *La Nación*. <https://www.nacion.com/economia/marca-amnet-desaparece-y-dará-paso-a-tigo/NDQVOI6L6VB-5POURMK5HSWY5QE/story/>
- La Nación. (2017, febrero 9). Pedro Abreu será el nuevo director ejecutivo de Grupo Nación. *La Nación*. <https://www.nacion.com/blogs/noticias-grupo-nacion/pedro-abreu-sera-el-nuevo-director-ejecutivo-de-grupo-nacion/JJWKEWB2J-FURL22EZ2IE6UROY/story/>
- La Nación. (2018, noviembre 30). Grupo Latino de Radiodifusión pasa a manos de Multimedios. *La Nación*. <https://www.nacion.com/blogs/noticias-grupo-nacion/grupo-latino-de-radiodifusion-pasa-a-manos-de/76553L3APZ-DELBLB3CAAZKHRDY/story/>
- La República. (2021). *Quiénes somos*. Sitio web de *La República*. <https://www.larepublica.net/quienes-somos>

- Labate, C., Lozano, L., Marino, S., Mastrini, G., & Berra, M. (2013). Abordaje sobre el concepto de concentración. En *Las políticas de comunicación en el Siglo XXI*. Nuevos y viejos desafíos. La Cruzia.
- Lara, J. (2021a, julio 7). Televisión analógica se apaga en 74.000 casas de Puntarenas y San José la próxima semana. *La Nación*. <https://www.nacion.com/el-pais/servicios/television-analogica-se-apa-ga-en-74000-casas-de/TCPTT772GRE43B-B277AD7Q27F4/story/>
- Lara, J. (2021b, agosto 10). Movistar y Cabletica venderán en conjunto Internet para móviles y hogares. *La Nación*. <https://www.nacion.com/el-pais/servicios/movistar-y-cabletica-venderan-en-conjunto-internet/GFC7L22MHVEM5OABESZM-JOU4UQ/story/>
- Lara, J. F. (2018, diciembre 15). Operador telefónico Tuyo Móvil anuncia cierre de operaciones. *La Nación*. <https://www.nacion.com/el-pais/servicios/operador-telefonico-tuyo-movil-anuncia-cierre-de/YES3DUXOQYCTLNBENUUM7KITEU/story/>
- Larocca, N. (2014, marzo 21). Qqualy TV anunció el cese de sus operaciones en Costa Rica. *TeleSemana*. <https://www.telesemana.com/blog/2014/03/21/media-networks-provee-plataforma-satelite-a-nicaraguense-qqualy-tv/>
- Leandro, M. (2013, diciembre 3). Grupo Nación insiste en atrasar juicio. En: *Diario Extra*. <http://www.diarioextra.com/Noticia/detalle/219949/grupo-nacion-insiste-en-atrasar-juicio>
- Lobo, I. (2008). Dueña de su propia imagen. En: *Al Día*. http://www.aldia.cr/ad_ee/2008/agosto/24/vip1662643.html
- Lucas, C. (2012). *La televisión en Guatemala*. Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo. <http://www.razonypalabra.org.mx/Libro/TelevisionGuatemala/TelevisionGuatemala.pdf>
- Madrigal, L. (2016, agosto 27). Qqualy TV anuncia cese de operaciones en Costa Rica tras un año de haberse lanzado. *ElMundo.cr*. <https://www.elmundo.cr/costa-rica/qqualy-tv-anuncia-cese-de-operaciones-en-costa-rica-tras-un-ano-de-haberse-lanzado/>
- Madrigal, L. (2019, julio 31). Francisco Prendas confirma que sitio que publicó nota falsa sobre aumento del IVA es suyo. *Delfino*. <https://delfino.cr/2019/07/francisco-prendas-confirma-que-medio-que-publico-nota-falsa-sobre-aumento-del-iva-es-suyo>
- Marchena, J. (2020). Imaginarios y cultura política de una élite costarricense. La construcción del poder simbólico de la familia Jiménez (1810-2010). *Revista de Historia*, 81, 67-101. <http://dx.doi.org/10.15359/rh.81.3>
- Martin-Barbero, J. (2005). Globalización comunicacional y transformación cultura. En *Por otra Comunicación. Los media, globalización cultural y poder* (pp. 39-74). Icaria Editorial.
- Martínez, A. (2012). El Tico Times, el diario en inglés más antiguo de Costa Rica, deja de publicar versión impresa. *LatAm Journalism Review*. <https://latamjournalismreview.org/es/articles/nota-do-editor-essa-historia-foi-publicada-originalmente-no-blog-de-jornalismo-nas-americas-do-centro-knight-o-predecessor-do-latam-journalism-review-2/>
- Martínez, A. (2017, febrero 10). Grupo Nación tendrá nuevo presidente ejecutivo a partir de diciembre de este año. *Teletica*. https://www.teletica.com/nacional/grupo-nacion-tendra-nuevo-presidente-ejecutivo-a-partir-de-diciembre-de-este-ano_151974
- Martínez, A. (2019, septiembre 31). Francisco Prendas reconoció ser el dueño y creador del diario La Carta. *Teletica.com*. https://www.teletica.com/nacional/francisco-prendas-reconocio-ser-el-due-no-y-creador-del-diario-la-carta_232296
- McChesney, R. (2000). The political economy of communication and the future of the field. En *Media, cultura y sociedad*. AGE Publications.
- Melendez, J. (2015). Ángel González, guerrillero de los medios en América Latina. En: *El Universal*. <http://archivo.eluniversal.com.mx/el-mundo/2015/impreso/ngel-gonzalez-guerrillero-de-los-medios-en-al-89417.html>
- Montero, J. (2020, enero 24). EF Explica: Así funcionarán las transmisiones de los partidos de fútbol en FUTV. *El Financiero*. <https://www.elfinancierocr.com/negocios/ef-explica-asi-funcionaran-las-transmisiones-de/EK2FLZI6XVBKXL-QR5CQ2K2LYOI/story/>
- Mora, J. (2018, noviembre 29). Multimedios compra las emisoras Bésame, Los 40 Principales y QTeja. *La Nación*. <https://www.nacion.com/viva/entretenimiento/multimedios-compra-las-emisoras-besame-los-4/RFZ5MBGH2NFNHOBEAB2IN-QI3TQ/story/>
- Mora, S., & García, A. (2007). La representación de los actores sociales del referéndum en la prensa escrita: La Nación y el Diario Extra. *Revista de Ciencias Sociales*, N° 121, 89-105.

- Mosco, V. (2006). *La economía política de la comunicación: Una actualización diez años después*, 11.
- Multimedios. (2020, octubre 16). Grupo Multimedios afianza su presencia en Costa Rica. *Multimedios*. <https://www.telediario.cr/television/grupo-multimedios-afianza-presencia-costa-rica>
- Mundo Cristiano. (2021, mayo 18). Muere fundadora de Enlace. *Mundo Cristiano*. <https://www1.cbn.com/mundocristiano/latinoamerica/2021/may/muere-fundadora-de-enlace>
- Murdock, G., & Golding, P. (2000). Culture, Communications and Political Economy. En *Mass Media and Society* (pp. 70-92). Arnold.
- Nova Cinemas. (2021). *Nova Cinemas*. Nova Cinemas. <https://www.novacinemas.com/>
- Nuevo Enlace. (2021). Historia. *NuevoEnlace.org*. <https://nuevoenlace-org.webnode.com.co/historia/>
- Núñez, S. (2021, marzo 1). Canal del zanate ya tiene un año volando y va más para arriba. *La Teja*. <https://www.lateja.cr/farandula/canal-del-zanate-ya-tiene-un-ano-volando-y-va-mas/556FERGG-BBB55HLUBEGR6YMYT4/story/>
- OBSERVACOM. (2018). *La mitad de las concesiones de TV de Costa Rica en manos de cinco grupos mediáticos*. Sitio web de Observacom. <https://www.observacom.org/la-mitad-de-las-concesiones-de-tv-de-costa-rica-en-manos-de-cinco-grupos-mediaticos/>
- Ochoa, L. (2017). Cartografía y políticas de comunicación en Costa Rica desde una perspectiva del derecho a la comunicación. *Alcance*, 6(13), 26-51.
- ONU. (2007). *Declaración Conjunta sobre la Diversidad en la Radiodifusión*. Organización de Naciones Unidas. <http://www.oas.org/es/cidh/expresion/showarticle.asp?artID=719&>
- ONU. (2013). *Declaración conjunta sobre protección de la libertad de expresión y la diversidad en la transición digital terrestre*. Organización de Naciones Unidas. <http://www.oas.org/es/cidh/expresion/showarticle.asp?artID=921&IID=2>
- Pautasio, L. (2014, noviembre 13). *Qualy TV inició oficialmente operaciones en Costa Rica*. <https://www.telesemana.com/blog/2014/11/13/qualy-tv-inicio-oficialmente-operaciones-en-costa-rica/#sthash.sYFgukXD.dpuf>
- Pérez, A., & Acosta, H. (2003). La convergencia mediática: Un nuevo escenario para la gestión de información. *ACIMED*, 11. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1024-94352003000500003&lng=es&tlng=es
- Pérez Gómez, A. (2002). *El control de las concentraciones de medios de comunicación*. Dykinson.
- PGR. (2010). *Dictamen :089 del 30 de abril de 2010*. Procuraduría General de la República de Costa Rica. http://www.pgrweb.go.cr/scij/Busqueda/Normativa/pronunciamiento/pro_ficha.aspx?param1=PRD¶m6=1&nDictamen=16297&strTipM=T
- PGR. (2013). *Dictamen C-003-2013*. Procuraduría General de la República de Costa Rica. http://www.pgrweb.go.cr/scij/Busqueda/Normativa/pronunciamiento/pro_ficha.aspx?param1=PRD¶m6=1&nDictamen=17478&strTipM=T
- Pomareda, F. (2016). Canales de tele y frecuencias de radio: Cada vez en menos manos. En: *Voces Nuestras, Centro de Comunicación*. <http://www.vocesnuestras.org/2016-06-17/articulo/canales-tele-frecuencias-radio-cada-vez-menos-manos>
- Prensario. (2021, octubre 5). Televisora de Costa Rica impulsa su OTT de la mano de Streann. *Prensario Internacional*. <https://www.prensario.net/35866-Televisora-de-Costa-Rica-impulsa-su-OTT-de-la-mano-de-Streann.note.aspx>
- PROSIC. (2009). La radiodifusión en Costa Rica. En *Informe hacia la sociedad de la información y el conocimiento*. Informe 2009. Universidad de Costa Rica. <http://www.prosic.ucr.ac.cr/informe-2009>
- Quirós, B. (2021, agosto 27). Villalta impulsa reforma para que partidos de fútbol nacional y selecciones pasen por TV abierta. *AmeliaRueda.com*. <https://www.ameliarueda.com/nota/villalta-reforma-partidos-futbol-nacional-tv-abierta-noticias-costa-rica>
- Quirós, E. (2019, octubre 2). *Presidente de Repretel confirma que se está cocinando nuevo canal deportivo*. <https://www.lateja.cr/farandula/presidente-de-repre-tel-confirma-que-se-esta/ODXCUPYRUVEM-DDZUIDMEBVSO5Q/story/>
- Quirós, L. (2020, febrero 29). FUTV arrancó con periodistas de Teletica, Repretel y otros medios. *La Teja*. <https://www.lateja.cr/deportes/futv-arranco-con-periodistas-de-teletica-repre-tel/L673E-CGFD5FR3CJVET5V4ZHECY/story/>
- Ramírez, J. (2021, marzo 6). 26 años de estar junto al Canal del Pueblo. *Diario Extra*. <https://www.diarioextra.com/Noticia/detalle/443772/26-a-os-de-estar-junto-al-canal-del-pueblo>
- Ramírez, L. (2018). Un modelo en crisis: El caso del Grupo Nación en Costa Rica. *Anuario de Estudios Centroamericanos*, 44, 155-185.

- Reporteros sin fronteras. (2021). *Media Ownership Monitor*. Sitio web RSF. <https://mexico.mom-rsf.org/es/>
- Revista Summa. (2015, septiembre 16). Historias Empresariales: Tigo. *Revista Summa*. <https://revista-summa.com/historias-empresariales-tigo/>
- Rivera, E., Flórez-Estrada, M., Cordoba, J., Arguedas, D., Murillo, A., Araya, J., Bermudez, M., & Chacón, V. (2016). Una familia con los pies en Panamá, Bahamas e Islas Virgenes. En: *Semanario Universidad*. <http://semanariouniversidad.ucr.cr/investigacion/una-familia-los-pies-panama-bahamas-e-islas-virgenes>
- Robles, F. (2019). *Media Captured: Elites' Cohesion and Media Networks in Costa Rica and El Salvador*. Universidad de Berlin.
- Robles, F. (2020). La captura de medios durante las elecciones. En *II Informe del Estado de la Libertad de Expresión en Costa Rica*. PROLEDI. <http://proledi.ucr.ac.cr/wp-content/uploads/2020/04/Temas-para-debate-La-captura-de-medios-durante-las-elecciones.pdf>
- Robles, F. (2021). Élités y estrategias de captura de medios en América Central. *Revista mexicana de sociología*, 83(1), 9-40.
- Robles, F., & Voorend, K. (2012). Los dueños de la palabra en Costa Rica en un contexto de reforma neoliberal. *Revista Rupturas*, 144-161.
- Rocca, P. (2020, julio 21). Nueva guerra entre FUTV y Tigo por los derechos del fútbol tico. *Futbol Centroamerica*. <https://futbolcentroamerica.com/noticias/Nueva-guerra-entre-FUTV-y-Tigo-por-los-derechos-del-futbol-tico-20200721-0004.html>
- Rockwell, J., & Janus, N. (2003). *Media Power in Central America*. University of Illinois Press.
- Rodríguez, J. (2020). Publicidad electoral y oficial: Un negocio con pocos actores. En *II Informe del Estado de la Libertad de Expresión en Costa Rica* (Primera edición). PROLEDI. <http://proledi.ucr.ac.cr/wp-content/uploads/2020/04/Cap%C3%ADulo-4-Publicidad-oficial-y-electoral.pdf>
- Rodríguez, J., & Boza, G. (2018). *El discurso mediático sobre una nueva ley de radiodifusión para Costa Rica*. PROLEDI. <http://proledi.ucr.ac.cr/wp-content/uploads/2018/10/El-discurso-media%CC%81tico-sobre-una-nueva-ley-de-radiodifusio%C3%81n-para-Costa-Rica.pdf>
- Rodríguez, Ó. (2018, febrero 12). Televisora de Costa Rica vende el 80% de Cabletica a empresa estadounidense. *La Nación*. <https://www.nacion.com/economia/negocios/televisora-de-costa-rica-vende-el-80-de-cabletica/MRWELVWQ5Z-FNPI2P43C2HH4M3E/story/>
- Rojas, G., & Valverde, A. (2014). *Diversificación de medios en Costa Rica: Análisis de casos y propuesta de diversificación para el periódico El Coronado Hoy* [Proyecto final de graduación sometido a la consideración del tribunal examinador de la Maestría en Administración de Medios en Comunicación, con énfasis en Administración de Medios de Comunicación, Universidad Estatal a Distancia]. <http://repositorio.uned.ac.cr/reuned/bitstream/handle/120809/1328/Diversificacion%20de%20medios%20en%20Costa%20Rica.pdf;jsessionid=989528F9B1DDEB41B8FF4E41975DEB-2D?sequence=1>
- Romero, F. (2014). Las frecuencias de Ángel González. En: *La Prensa Gráfica*. <http://www.laprensagrafica.com/2014/06/01/las-frecuencias-de-angel-gonzalez-en-el-salvador>
- Rueda de León, A., & Motta, L. (2014). La implementación de la política de must carry y must offer en México: Programación compartida en televisión abierta y restringida. *Espacios Públicos*, 41, 87-113.
- Salazar, C., Agüero, M., & Chinchilla, D. (2018, marzo 17). Fe, televisión e inexperience política unen a los aspirantes de Restauración a las vicepresidencias. *La Nación*. <https://www.nacion.com/data/fe-television-e-inexperience-politica-unen-a-los/RAT-L2JC2WFHARFXSY6SZZ3IMGU/story/>
- Salazar, D. (2019, marzo 23). El PANI sí es accionista de La Nación... desde 1951. *Doble Check*. <https://radios.ucr.ac.cr/2019/03/doblecheck/el-pani-si-es-accionista-de-la-nacion-desde-1951/>
- Sánchez, J. (2017, mayo 11). Televisora de Costa Rica realizó el lanzamiento oficial de Teletica Radio 91.5 FM. *Teletica.com*. https://www.teletica.com/nacional/televisora-de-costa-rica-realizo-el-lanzamiento-oficial-de-teletica-radio-915-fm_160822
- Sánchez, L. (2004). *Análisis y mejoramiento del proceso presupuestario del Grupo Nación, Sociedad Anónima*. [Tesis para optar por el grado de magíster en Administración y Dirección de Empresas con énfasis en finanzas]. Sistema de Estudios de Posgrado de la Universidad de Costa Rica.
- Sánchez-Taberner, A. (1993). *Concentración de la comunicación en Europa*. Centro de Investigación en Comunicación.
- Sandoval, C. (2007). Vísperas del referéndum TLC: la posición de los medios. *Envío*, 306. <https://www.envio.org.ni/articulo/3641>

- Sapriisa. (2021). *Fundación Sapriisa*. Sitio web Sapriisa. <https://www.sapriisa.com/index.php/mas/la-fundacion.html>
- Sequeira, A., & Chinchilla, S. (2019, julio 31). Jonathan Prendas defiende noticia falsa sobre alza del IVA en sitio web ligado a él. *La Nación*. <https://www.nacion.com/el-pais/politica/jonathan-prendas-defiende-noticia-falsa-sobre-alza/RE-H5KMKUOJC43HKI6HOFPUTVYE/story/>
- Solano, H. (2020, enero 30). Altos colaboradores de Teletica son miembros de la sociedad detrás de FUTV. *CRHoy.com*. <https://www.crhoy.com/deportes/altos-colaboradores-de-teletica-son-los-miembros-de-la-sociedad-detras-de-futv/>
- Soto. (2018, marzo 1). Sala IV condena a SUTEL por negar información a CRHoy. *CRHoy.com*. <https://www.crhoy.com/nacionales/sala-iv-condena-a-sutel-por-negar-informacion-a-crhoy-com/>
- Soto, C. (2020, abril 23). Carlos Álvarez desmiente salida de Teletica: 'Es un momento complicado, pero bendito Dios que tenemos trabajo'. *La Nación*. <https://www.nacion.com/viva/television/carlos-alvarez-desmiente-salida-de-teletica-es/YL23YD-4MXZDT3LQ2VPBQKEFDUY/story/>
- Soto, M. (2017, junio 19). Televisoras controlan concesiones de TV con red de sociedades. *CRHoy.com*. <https://www.crhoy.com/nacionales/televisoras-controlan-concesiones-tv-con-red-de-sociedades/>
- SUTEL. (2013). *Oficio 4349-SUTEL-DGC 2013* [Comunicación personal].
- SUTEL. (2015). *Oficio 1942-SUTEL-DGC 2015* [Comunicación personal].
- SUTEL. (2020). *Estadísticas del Sector Telecomunicaciones*. Superintendencia de Telecomunicaciones.
- Taboada, M. (2021, abril 13). ¡Radio América se renueva! *Diario Extra*. <https://www.diarioextra.com/Noticia/detalle/447097/-radio-am-rica-se-renueva->
- Telefides. (2021). *Historia*. Sitio Web de Telefides. <https://telefides.com/historia/>
- Teletica. (2020, febrero 6). Los corresponsales: El nuevo podcast de TD+. *Teletica.com*. https://www.teletica.com/7-estrellas/los-corresponsales-el-nuevo-podcast-de-td_248761
- Titicupón. (2021). *Acerca de*. Sitio web de Titi Cupón. <https://www.titicupon.com/>
- Ugalde, S. (2019, septiembre 27). Sabores La Escuela se convierte en Amura Centro Culinario. *La Nación*. <https://www.nacion.com/blogs/noticias-grupo-nacion/sabores-la-escuela-se-convierte-en-amura-centro/QXL4QQDJMVEKFKZ-273Q7R2FFYQ/story/>
- UNESCO. (2008). *Indicadores de desarrollo mediático: Marco para evaluar el desarrollo de los medios de comunicación social*. Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura.
- Valverde, E. (2020, enero 24). Tigo Sports responde ante la llegada de FUTV. *La Nación*. <https://www.nacion.com/puro-deporte/futbol-nacional/tigo-sports-responde-ante-la-llegada-de-futv/OJWRKP4Y5NALFG6HW26BG4Q4GY/story/>
- Vallejos, M (2021, octubre 8). Televisora de Costa Rica teams up with streann to re-launch TDMÁS. *NexTV News*. <https://nextvnews.com/televisora-%E2%80%8B%E2%80%8Bde-costa-rica-teams-up-with-streann-to-re-launch-tdmas/>
- Vargas, A. (2012, septiembre 11). Falleció William Gómez, fundador del Diario Extra. *La Nación*. <https://www.nacion.com/viva/cultura/fallecio-william-gomez-fundador-del-em-diario-extra-em/WQAF4LELUBCL5HZAZAUMBOHDOU/story/>
- Viceministerio de Telecomunicaciones. (2021). *Informe Ejecutivo sobre el proceso de Transición a la Televisión Digital Terrestre en Costa Rica Enero 2019-Diciembre 2020*. Viceministerio de Telecomunicaciones.
- Williams, C. (2011, abril 16). Asumió Horizonte Morado. *La República*. https://www.larepublica.net/noticia/asumio_horizonte_morado
- Willink, T. (3 de noviembre). *Entrevista sobre el proceso de digitalización de la televisión en Costa Rica* [Plataforma de videollamadas Zoom].
- Zallo, R. (1988). *Economía de la comunicación y la cultura*. Ediciones Akal.
- Zallo, R. (1992). *El mercado de la cultura: Estructura económica y política de la comunicación*. Tercera Prensa.
- Zallo, R. (2000). La crisis general de paradigmas. El caso de la economía y política de la comunicación y la cultura. En *Las convergencias de la comunicación*. Problemas y perspectivas investigadoras. Fundación General de la Universidad de Madrid.
- Zallo, R. (2011). *Estructuras de la comunicación y de la cultura*. Editorial Gedisa.
- Zelada, C. (2004). *Violaciones Indirectas a la Libertad de Expresión: El Impacto de la Concentración de la Propiedad de los Medios de Comunicación Social* (N.o 6). Organización de Estados Americanos. <http://www.oas.org/es/cidh/expresion/docs/informes/medios/concentracion%20en%20medios%20Pages%20from%20Informe%20Anual%202004-3.pdf>

Zúñiga, E. (2016). *Un acercamiento a la radio costarricense: Perfiles, rutinas de trabajo y herramientas tecnológicas en el periodismo radiofónico de Radio Monumental y ADN Radio* [Tesis para optar por el grado de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación Colectiva con énfasis en Producción Audiovisual, Universidad de Costa Rica]. <http://repositorio.sibdi.ucr.ac.cr:8080/jspui/bitstream/123456789/6501/1/39717.pdf>

Títulos habilitantes para TDT

- 051-2020-TEL-MICITT
- 058-2019-TEL-MICITT
- 034-2021-TEL-MICITT
- 026-2019-TEL-MICITT
- 031-2019-TEL-MICITT
- 082-2019-TEL-MICITT
- 085-2019-TEL-MICITT
- 056-2019-TEL-MICITT
- 037-2020-TEL-MICITT
- 165-2019-TEL-MICITT
- 384-2018-TEL-MICITT
- 072-2020-TEL-MICITT
- 027-2019-TEL-MICITT
- 036-2020-TEL-MICITT
- 055-2019-TEL-MICITT
- 155-2019-TEL-MICITT
- 086-2019-TEL-MICITT
- 079-2019-TEL-MICITT
- 039-2020-TEL-MICITT
- 397-2018-TEL-MICITT
- 065-2019-TEL-MICITT
- 067-2019-TEL-MICITT
- 030-2019-TEL-MICITT
- 188-2020-TEL-MICITT
- 066-2019-TEL-MICITT
- 178-2019-TEL-MICITT
- 023-2020-TEL-MICITT
- 023-2020-TEL-MICITT
- 383-2018-TEL-MICITT

CAPÍTULO 2 - La desinformación, ¿va a las urnas? Análisis de la difusión de contenidos desinformativos durante la campaña política en Costa Rica 2022 - Carolina Carazo Barrantes y Larissa Tristán Jiménez

Allcott, H. y Gentzkow, M. (2017). Social Media and Fake News in the 2016 Election. [Redes sociales y noticias falsas en las elecciones de 2016]. *Journal of Economic Perspectives*, 31(2), 211–236.

Álvarez-Daza, N., Pico-Valencia, P., y Holgado-Terriza, J. A. (2021). Detección de Noticias Falsas en Redes Sociales Basada en Aprendizaje Automá-

tico y Profundo: Una Breve Revisión Sistemática. *Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologías de Informação*, (41), 632-645. https://www.researchgate.net/publication/349120690_Deteccion_de_Noticias_Falsas_en_Reddes_Sociales_Basada_en_Aprendizaje_Automatgico_y_Profundo_Una_Breve_Revison_Sistematica

Alves, J. L., Weitzel, L., Quaresma, P., Cardoso, C. E., y Cunha, L. (2019, October). Brazilian Presidential Elections in the Era of Misinformation: A Machine Learning Approach to Analyse Fake News. [Elecciones presidenciales brasileñas en la era de la desinformación: un enfoque de aprendizaje automático para analizar las noticias falsas]. En Nystrom I., Hernández Heredia Y., Milián Núñez V. (eds) *Progress in Pattern Recognition, Image Analysis, Computer Vision, and Applications*. (pp. 72-84). Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-030-33904-3_7

Amazeen, M. A. (2013). *A Critical Assessment of Fact-checking in 2012*. [Una evaluación crítica de la verificación de hechos en 2012]. New America Foundation. https://static.newamerica.org/attachments/10215-making-a-difference/Amazeen_-_A_Critical_Assessment_of_Fact-checking.4a3289cb3fcd4a8faf0d94f40ebcdc35.pdf

Andersen, J., y Søre, S. (2020). Communicative actions we live by: The problem with fact-checking, tagging or flagging fake news—the case of Facebook. [Acciones comunicativas por las que vivimos: El problema con la verificación de hechos, el etiquetado o la señalización de noticias falsas, el caso de Facebook]. *European journal of communication*, 35(2), 126-139. <https://doi.org/10.1177/0267323119894489>

Bakir, V., y McStay, A. (2018). Fake news and the economy of emotions: Problems, causes, solutions. [Noticias falsas y economía de las emociones: problemas, causas, soluciones]. *Digital journalism*, 6(2), 154-175. <https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1345645>

Bakshy, E., Messing, S., y Adamic, L. A. (2015). Exposure to ideologically diverse news and opinion on Facebook. [Exposición a noticias y opiniones ideológicamente diversas en Facebook]. *Science*, 348(6239), 1130-1132. DOI: 10.1126/science.aaa1160

Barnidge, M., y Peacock, C. (2019). A third wave of selective exposure research? The challenges posed by hyperpartisan news on social media. [¿Una tercera ola de investigación de exposición selectiva? Los

- retos que plantean las noticias hiperpartidistas en las redes sociales]. *Media and communication*, 7(3), 4-7. DOI: 10.17645/mac.v7i3.2257
- Brändle, V., Galpin, C., y Trenz, J. (2021). Brexit as 'politics of division': social media campaigning after the referendum. [El Brexit como "política de división": campaña en las redes sociales tras el referéndum]. *Social Movement Studies*, 21(1-2), 234-253. <https://doi.org/10.1080/14742837.2021.1928484>
- Bunse, S. (2021). Las tropas cibernéticas y la manipulación política en línea en Costa Rica. *LOGOS*, 2(1): 160-177. <https://dspace.ulead.ac.cr/repositorio/handle/123456789/135>
- Campos-Domínguez, E., y García-Orosa, B. (2018). Comunicación algorítmica en los partidos políticos: automatización de producción y circulación de mensajes. *Profesional de la Información*, 27(4), 769-777. <https://doi.org/10.3145/epi.2018.jul.06>
- Carazo-Barrantes, C., Tristán-Jiménez, L. y Siles, I. (2021). Noticias falsas y desinformación en Costa Rica: hacia una agenda de investigación. En Siles, I., Tristán-Jiménez, L., Carazo-Barrantes, C. (eds). *Verdad en extinción: miradas interdisciplinarias a la desinformación en Costa Rica*. San José: CICOM UCR. pp. 3-44.
- Carazo-Barrantes, C. y Cajina-Rojas, M. (2021). "Si es falso, no es noticia". Lo que opinan periodistas sobre noticias falsas. En Siles González, I., Tristán Jiménez, L., Carazo Barrantes, C. (eds). *Verdad en extinción: miradas interdisciplinarias a la desinformación en Costa Rica*. San José: CICOM UCR. pp.45-68
- Celliers, M., y Hattingh, M. (2020). A systematic review on fake news themes reported in literature. [Una revisión sistemática sobre temas de noticias falsas reportados en la literatura]. En Hattingh M., Mathee M., Smuts H., Pappas I., Dwivedi Y.K., Mäntymäki M. (eds). *Responsible Design, Implementation and Use of Information and Communication Technology*, 12067, 223-234. https://doi.org/10.1007/978-3-030-45002-1_19
- Cervi, L., y Carrillo-Andrade, A. (2019). Post-truth and disinformation: Using discourse analysis to understand the creation of emotional and rival narratives in Brexit. [Posverdad y desinformación: Uso del análisis del discurso para comprender la creación de narrativas emocionales y rivales en el Brexit]. *ComHumanitas: revista científica de comunicación*, 10(2), 125-149. <https://doi.org/10.31207/rch.v10i2.207>
- Céspedes, A., Rodríguez, B, Castillo, F., Segura-Castillo, A. (2021). Detección automatizada de noticias falsas en el contexto costarricense: avances y desafíos. En Siles, I., Tristán-Jiménez, L., Carazo-Barrantes, C. (eds). *Verdad en extinción: miradas interdisciplinarias a la desinformación en Costa Rica*. San José: CICOM UCR. pp. 107-130.
- Chaves, M., y Braga, A. (2019). The agenda of disinformation: "fake news" and membership categorization analysis in the 2018 Brazilian presidential elections. [La agenda de la desinformación: "noticias falsas" y análisis de categorización de miembros en las elecciones presidenciales brasileñas de 2018]. *Brazilian Journalism Research*, 15(3), 474-495. <https://doi.org/10.25200/BJR.v15n3.2019.1187>
- Chinchilla Cerdas, S. (6 de enero de 2022a). Solo 7 candidatos presidenciales apoyan vacunación obligatoria contra COVID-19. *La Nación*. <https://www.nacion.com/el-pais/politica/solo-7-candidatos-presidenciales-apoyan-vacunacion/KMJ4E4AZZNE5XGTU2INK7OSQZ4/story/>
- Chinchilla, S. (28 de enero de 2022b). TSE y Facebook acuerdan eliminar publicaciones falsas sobre elecciones. *La Nación*. <https://www.nacion.com/el-pais/politica/tse-y-facebook-acuerdan-eliminar-publicaciones/VXLETRCFINFHFBNXXB-QRFSJ2TFY/story/>
- Choraś, M., Demestichas, K., Giełczyk, A., Herrero, Á., Ksieniewicz, P., Remoundou, K., Urda, D. y Woźniak, M. (2021). Advanced Machine Learning techniques for fake news (online disinformation) detection: A systematic mapping study. [Técnicas avanzadas de aprendizaje automático para la detección de noticias falsas (desinformación en línea): un estudio de mapeo sistemático]. *Applied Soft Computing*, 101, 107050. <https://doi.org/10.1016/j.asoc.2020.107050>
- CIEP. (2021). *Un espejo para mirar la sociedad que somos. Estudio sobre percepciones ideológicas y cultura política en Costa Rica*. <https://ciep.ucr.ac.cr/wp-content/uploads/2021/07/Informe-del-estudio-sobre-percepciones-ideolo%CC%81gicas-y-cultura-poli%CC%81tica-en-Costa-Rica-mayo-2021.pdf>
- CIEP (2022). Informe de resultados del estudio de opinión sociopolítica. Informe 3. Enero 19. Universidad de Costa Rica.
- Clayton, K., Blair, S., Busam, J., Forstner, S., Gance, J., Green, G. y Sandhu, M. (2019). Real solutions for fake news? Measuring the effectiveness of general warnings and fact-check tags in reducing belief in false stories on social media. *Political Behavior*, 42(4), 1073-1095. <https://doi.org/10.1007/s11109-019-09533-0>

- Dafonte Gómez, A. (2019). Consumo y Distribución de Contenidos en la Era Digital: el papel de la audiencia en la propagación de noticias falsas. En Lucena Ito, L., Rocha, P. y Levinson, P. (coords). *Transformações do Jornalismo*. Na Nova Ecologia dos Meios, 54-63.
- Damstra, A., Boomgaarden, H., Broda, E., Lindgren, E., Strömbäck, J., Tsifti, Y., y Vliegenthart, R. (2021). What Does Fake Look Like? A Review of the Literature on Intentional Deception in the News and on Social Media. [¿Cómo es falso? Una revisión de la literatura sobre el engaño intencional en las noticias y en las redes sociales.]. *Journalism Studies*, 22(14), 1947-1963. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2021.1979423>
- Di Domenico, G., Sit, J., Ishizaka, A., y Nunan, D. (2021). Fake news, social media and marketing: A systematic review. [Noticias falsas, redes sociales y marketing: Una revisión sistemática]. *Journal of Business Research*, 124, 329-341. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.11.037>
- Di Domenico, G., y Visentin, M. (2020). Fake news or true lies? Reflections about problematic contents in marketing. [¿Noticias falsas o mentiras verdaderas? Reflexiones sobre contenidos problemáticos en marketing]. *International Journal of Market Research*, 62(4), 409-417. <https://doi.org/10.1177/1470785320934719>
- Egelhofer, J. L., y Lecheler, S. (2019). Fake News as a Two-Dimensional Phenomenon: a Framework and Research Agenda. [Las noticias falsas como fenómeno bidimensional: un marco y una agenda de investigación]. *Annals of the International Communication Association*, 43(2), 97-116. <https://doi.org/10.1080/23808985.2019.1602782>
- Fletcher, R., Cornia, A., Graves, L. y Kleis, R. (2018). Measuring the reach of fake news and online disinformation in Europe. *Oxford: Reuters Institute, University of Oxford*. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/news/measuring-reach-fake-news-and-online-disinformation-europe>
- Freire, F., Furlan, M., y Oliveira dos Santos, R. (2019). As novas tecnologias de informação e comunicação no contexto educacional das políticas públicas. [Las nuevas tecnologías de la información y la comunicación en el contexto educativo de las políticas públicas]. *ETD-Educação Temática Digital*, 21(3), 645-661. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7134636>
- Gentzkow, M. (2016), *Polarization in 2016*. [Polarización en 2016]. Stanford University. <https://web.stanford.edu/~gentzkow/research/PolarizationIn2016.pdf>
- Graves, L. (2016). *Deciding what's true: The rise of political fact-checking in American journalism*. [Decidir qué es verdad: el aumento de la verificación de hechos políticos en el periodismo estadounidense]. New York: Columbia University Press.
- Graves, L. y Cherubini, F. (2016). *The rise of fact-checking sites in Europe*. [El auge de los sitios de verificación de datos en Europa]. Reuters Institute for the Study of Journalism, University of Oxford. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/research/files/The%2520Rise%2520of%2520Fact-Checking%2520Sites%2520in%2520Europe.pdf>
- Greene, C. M., Nash, R. A., y Murphy, G. (2021). Misremembering Brexit: Partisan bias and individual predictors of false memories for fake news stories among Brexit voters. [Recordar mal el Brexit: sesgo partidista y predictores individuales de recuerdos falsos para noticias falsas entre los votantes del Brexit]. *Memory*, 29(5), 587-604. <https://doi.org/10.1080/09658211.2021.1923754>
- Grinberg, N., Joseph, K., Friedland, L., Swire-Thompson, B., y Lazer, D. (2019). Fake news on twitter during the 2016 U.S. presidential election. [Noticias falsas en Twitter durante las elecciones presidenciales de Estados Unidos de 2016]. *Science*, 363(6425), 374-378. <https://doi.org/10.1126/science.aau2706>
- Guallar, J. (2018). Prensa digital en 2015-2017. Los medios frente a las plataformas tecnológicas. *Anuario ThinkEPI*, 12, 225-229. <https://doi.org/10.3145/thinkepi.2018.33>
- Guallar, J., Codina, L., Freixa, P., y Pérez-Montoro, M. (2020). Desinformación, bulos, curación y verificación. Revisión de estudios en Iberoamérica 2017-2020. *Telos: Revista de Estudios Interdisciplinarios en Ciencias Sociales*, 22(3), 595-613. <https://doi.org/10.36390/telos223.09>
- Guess, A., B. Nyhan, y J. Reifler. (2018). Selective Exposure to Misinformation: Evidence from the Consumption of Fake News during the 2016 US Presidential Campaign. *European Research Council*. <https://about.fb.com/wp-content/uploads/2018/01/fake-news-2016.pdf>
- Guess, A., Nagler, J. y Tucker, J. (2019). Less than you think: Prevalence and predictors of fake news dissemination on Facebook. [Menos de lo que piensas: Prevalencia y predictores de la difusión de noticias falsas en Facebook]. *Science advances*, 5(1), 1-8. DOI: 10.1126/sciadv.aau4586

- Guo, C., Cao, J., Zhang, X., Shu, K., y Yu, M. (2019). Exploiting emotions for fake news detection on social media. [Explotar las emociones para la detección de noticias falsas en las redes sociales]. *WWW '21: Proceedings of the Web Conference 2021*, 3465–3476. <https://doi.org/10.1145/3442381.3450004>
- Hameleers, M. (2020). Separating Truth from Lies: Comparing the Effects of News Media Literacy Interventions and Fact-checkers in Response to Political Misinformation in the US and Netherlands. [Separar la verdad de las mentiras: Comparando los efectos de las intervenciones de alfabetización mediática de noticias y los verificadores de hechos en respuesta a la desinformación política en los Estados Unidos y los Países Bajos]. *Information, Communication & Society*, 25(1), 110–126. doi: 10.1080/1369118X.2020.1764603
- Hidalgo, I. (4 de agosto de 2021). TSE abre curso virtual para formar a ciudadanos en el uso responsable de la información digital. *Delfino*. <https://delfino.cr/2021/08/tse-abre-curso-virtual-para-formar-a-ciudadanos-en-el-uso-responsable-de-la-informacion-digital>
- Höller, M. (2021). The human component in social media and fake news: the performance of UK opinion leaders on Twitter during the Brexit campaign. [El componente humano en las redes sociales y las noticias falsas: el desempeño de los líderes de opinión del Reino Unido en Twitter durante la campaña del Brexit]. *European Journal of English Studies*, 25(1), 80–95. <https://doi.org/10.1080/13825577.2021.1918842>
- Horner, C. G., Galletta, D., Crawford, J., y Shirsat, A. (2021). Emotions: The Unexplored Fuel of Fake News on Social Media. [Emociones: el combustible inexplorado de las noticias falsas en las redes sociales]. *Journal of Management Information Systems*, 38(4), 1039–1066. <https://doi.org/10.1080/07421222.2021.1990610>
- Kapantai, E., Christopoulou, A., Berberidis, C., y Peristeras, V. (2021). A systematic literature review on disinformation: Toward a unified taxonomical framework. [Una revisión sistemática de la literatura sobre desinformación: Hacia un marco taxonómico unificado]. *New media & society*, 23(5), 1301–1326. <https://doi.org/10.1177/1461444820959296>
- Lazer, D., Baum, M., Grinberg, N., Friedland, L., Joseph, K., Hobbs, W, y Mattson, C. (2017). *Combating Fake News: An Agenda for Research and Action*. [Combatir las noticias falsas: una agenda para la investigación y la acción]. <https://shorenstecenter.org/combating-fake-news-agenda-research-action-2/>
- Lee, T. (2019). The global rise of “fake news” and the threat to democratic elections in the USA. [El auge global de las “noticias falsas” y la amenaza a las elecciones democráticas en los EE.UU.]. *Public Administration and Policy: An Asia-Pacific Journal*, 22(1), 15–24. <https://doi.org/10.1108/PAP-04-2019-0008>
- Lewandowsky, S., Ecker, U., Seifert, C., Schwarz, N., y Cook, J. (2012). Misinformation and its correction: Continued influence and successful debiasing. [Desinformación y su corrección: Influencia continua y despolarización exitosa]. *Psychological Science in the Public Interest*, 13(3), 106–131. <https://doi.org/10.1177/1529100612451018>
- MacCarthaigh, M., y McKeown, C. (2021). A Political Science Perspective on Fake News. [Una perspectiva de la ciencia política sobre las noticias falsas]. En Chakraborty, T., Kumar, S., Long, C. y Padmanabhan, D. (Eds.). *Data Science for Fake News* (vol 42, pp. 233–243). <https://doi.org/10.1007/978-3-030-62696-9>
- Magallón, R. (2019). Verificado México 2018: Desinformación y fact-checking en campaña electoral. *Revista de comunicación*, 18(1), 234–258. <https://doi.org/10.26441/RC18.1-2019-A12>
- Martel, C., Pennycook, G., y Rand, D. G. (2020). Reliance on emotion promotes belief in fake news. *Cognitive research: principles and implications*, 5(47), 1–20. <https://doi.org/10.1186/s41235-020-00252-3>
- Martin, J.R. y White, P.R.R. (2005). *The Language of Evaluation. Appraisal in English*. [El lenguaje de la evaluación. Tasación en inglés]. New York, Palgrave Macmillan. [http://prwhite.info/Martin%20and%20White,%202005,%20CHPT%203%20\(sample\)%20The%20Language%20of%20Evaluation.pdf](http://prwhite.info/Martin%20and%20White,%202005,%20CHPT%203%20(sample)%20The%20Language%20of%20Evaluation.pdf)
- McGrew, S., Breakstone, J., Ortega, T., Smith, M., y Wineburg, S. (2018). Can students evaluate online sources? Learning from assessments of civic online reasoning. [¿Pueden los estudiantes evaluar las fuentes en línea? Aprender de las evaluaciones del razonamiento cívico en línea]. *Theory & Research in Social Education*, 46(2), 165–193. doi:10.1080/0933104.2017.1416320
- Mezaris, V., Nixon, L., Papadopoulos, S., y Teyssou, D. (Eds.). (2019). *Video verification in the fake news era*. [Verificación de video en la era de las noticias falsas]. (Vol. 4). Springer.
- Middaugh, E. (2018). Civic media literacy in a transmedia world: Balancing personal experience, factual

- accuracy and emotional appeal as media consumers and circulators. [Alfabetización mediática cívica en un mundo transmedia: Equilibrar la experiencia personal, la precisión de los hechos y el atractivo emocional como consumidores y circuladores de medios]. *Journal of Media Literacy Education*, 10(2), 33–52. <https://digitalcommons.uri.edu/jmle/vol10/iss2/3/>
- Middaugh, E. (2019). More Than Just Facts: Promoting Civic Media Literacy in the Era of Outrage. [Más que solo hechos: Promover la alfabetización mediática cívica en la era de la indignación]. *Peabody Journal of Education*, 94(1), 17–31. <https://doi.org/10.1080/0161956X.2019.1553582>
- Mendes Tomaz, R. y Mendes Torres, J. (2020). The Brazilian Presidential Election of 2018 and the relationship between technology and democracy in Latin America. [Las Elecciones Presidenciales Brasileñas de 2018 y la relación entre tecnología y democracia en América Latina]. *Journal of Information, Communication and Ethics in Society*, 18(4), 497–509. <https://doi.org/10.1108/JICES-12-2019-0134>
- Miró-Llinares, F. y Aguerri, J. (2021). Misinformation about fake news: A systematic critical review of empirical studies on the phenomenon and its status as a ‘threat’. [Desinformación sobre noticias falsas: una revisión crítica sistemática de estudios empíricos sobre el fenómeno y su condición de “amenaza”]. *European Journal of Criminology*, Abril 2021. <https://doi.org/10.1177/1477370821994059>
- Molina-Cañabate, J. y Magallón-Rosa, R. (2021). Desinformación y fact-checking en las elecciones uruguayas de 2019. El caso de Verificado Uruguay. *Perspectivas de la comunicación*, 14(1), 89–112. <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-48672021000100089>
- Mottola, S. (2020). Las fake news como fenómeno social. Análisis lingüístico y poder persuasivo de bulos en italiano y español. *Discurso & Sociedad*, 14(3), 683–706. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7609625>
- Musgrove, A., Powers, J., Rebar, L. y Musgrove, G. (2018). Real or fake? Resources for teaching college students how to identify fake news. [¿Real o falso? Recursos para enseñar a los estudiantes universitarios cómo identificar noticias falsas]. *College & Undergraduate Libraries*, 25(3), 243–260. <https://doi.org/10.1080/10691316.2018.1480444>
- Nelson, J. y Taneja, H. (2018). The small, disloyal fake news audience: The role of audience availability in fake news consumption. [La pequeña y desleal audiencia de noticias falsas: el papel de la disponibilidad de la audiencia en el consumo de noticias falsas]. *New media & society*, 20(10), 3720–3737. <https://doi.org/10.1177/1461444818758715>
- Noain-Sánchez, A. (2019). Periodismo de confirmación vs. Desinformación: Verificado18 y las elecciones mexicanas de 2018. *Ámbitos. Revista internacional de comunicación*, 1(43), 95–114. doi: 10.12795/Ámbitos.2019.i43.05
- Paniagua, F., Seoane, F., y Magallón-Rosa, R. (2020). Anatomía del bulo electoral: la desinformación política durante la campaña del 28-A en España. *Revista CIDOB d’Afers Internacionals*, (124), 123–145. doi.org/10.24241/rcai.2020.124.1.123
- Pariser, E. (2011). *The filter bubble: How the new personalized web is changing what we read and how we think*. [La burbuja del filtro: Cómo la nueva web personalizada está cambiando lo que leemos y cómo pensamos]. Penguin.
- Pavleska, T., Školkay, A., Zankova, B., Ribeiro, N., & Bechmann, A. (2020). Performance Analysis of Fact-Checking Organisations and Initiatives in Europe: A Critical Overview of Online Platforms Fighting Fake News. [Análisis del rendimiento de las organizaciones e iniciativas de verificación de datos en Europa: una visión general crítica de las plataformas en línea que luchan contra las noticias falsas]. En Terzis, G., Kloza, D., Kuźelewska, E. y Trottier, D. (Eds.). *Disinformation and Digital Media as a Challenge for Democracy* (pp. 217–246). Intersentia. doi:10.1017/9781839700422.014
- Pate, U. Gambo, D., e Ibrahim, A. (2019). The impact of fake news and the emerging post-truth political era on Nigerian polity: A review of literature. [El impacto de las noticias falsas y la emergente era política de la posverdad en la política nigeriana: una revisión de la literatura]. *Studies in Media and Communication*, 7(1), 21–29. <https://doi.org/10.11114/smc.v7i1.4238>
- Pennycook, G., Bear, A., Collins, E. y Rand, D. (2020). The implied truth effect: Attaching warnings to a subset of fake news stories increases perceived accuracy of stories without warnings. [El efecto de verdad implícita: Adjuntar advertencias a un subconjunto de noticias falsas aumenta la precisión percibida de las historias sin advertencias]. *Management Science*, 66(11), 4944–4957. <https://doi.org/10.1287/mnsc.2019.3478>
- Pennycook, G., Cannon, T. y Rand, D. (2018). Prior exposure increases perceived accuracy of fake news. [La exposición previa aumenta la precisión percibida de las noticias falsas]. *Journal of experimen-*

- tal psychology: general*, 147(12), 1865-1880. DOI: 10.1037/xge0000465
- Recuero, R., Soares, F., y Gruzdz, A. (2020, May). Hyper-partisanship, disinformation and political conversations on Twitter: The Brazilian presidential election of 2018. [Hiperpartidismo, desinformación y conversaciones políticas en Twitter: Las elecciones presidenciales brasileñas de 2018]. *Proceedings of the international AAAI conference on Web and social media*, 14(2020), 569-578. <https://ojs.aaai.org/index.php/ICWSM/article/view/7324>
- Reis, J. C., Melo, P., Garimella, K., Almeida, J. M., Eckles, D., y Benevenuto, F. (2020, May). A dataset of fact-checked images shared on whatsapp during the brazilian and indian elections. [Un conjunto de datos de imágenes verificadas compartidas en whatsapp durante las elecciones brasileñas e indias]. *Proceedings of the International AAAI Conference on Web and Social Media*, 14(2020), 903-908. DOI:10.5281/ZENODO.3734805
- Righetti, N. (2021). Four years of fake news: A quantitative analysis of the scientific literature. [Cuatro años de noticias falsas: Un análisis cuantitativo de la literatura científica]. *First Monday*, 26(6-7). <https://doi.org/10.5210/fm.v26i7.11645>
- Rojas, M. y Treminio, I. (2018). *Tiempos de travesía. Análisis de las elecciones del 2018 en Costa Rica*. San José: FLACSO.
- Romero-Rodríguez, L. M., Contreras-Pulido, P., y Pérez-Rodríguez, M. A. (2019). Media competencies of university professors and students. Comparison of levels in Spain, Portugal, Brazil and Venezuela/ Las competencias mediáticas de profesores y estudiantes universitarios. Comparación de niveles en España, Portugal, Brasil y Venezuela. *Cultura y educación*, 31(2), 326-368.
- Rose, J. (2017). Brexit, Trump, and post-truth politics. [Brexit, Trump y la política de la posverdad]. *Public Integrity*, 19(6), 555-558. <https://doi.org/10.1080/10999922.2017.1285540>
- Santana, L. y Cánepa, G. (2019). ¿ Son bots? Automatización en redes sociales durante las elecciones presidenciales de Chile 2017. *Cuadernos. info*, (44), 61-77. <https://doi.org/10.7764/cdi.44.1629>
- Shao, C.; Ciampaglia, G.; Varol, O.; Flammini, A. y Menczer, F. (2017). The spread of fake news by social bots. [La difusión de noticias falsas por parte de los bots sociales]. *Nature Communications*, 9(4787), 1-41. <https://doi.org/10.1038/s41467-018-06930-7>
- Siles I., Tristán-Jiménez, L., Carazo-Barrantes, C. (eds). (2021). *Verdad en extinción: miradas interdisciplinarias a la desinformación en Costa Rica*. San José: CICOM UCR.
- Søe, S. O. (2019). A Unified Account of Information, Misinformation, and Disinformation. [Una cuenta unificada de información y desinformación]. *Synthese*, 198, 5929-5949. <https://doi.org/10.1007/s11229-019-02444-x>
- Soll, J. (18 de diciembre de 2016). The long and brutal history of fake news. [La larga y brutal historia de las noticias falsas]. *Político Magazine*. <https://www.politico.com/magazine/story/2016/12/fake-news-history-long-violent-214535/>
- Spohr, D. (2017). Fake news and ideological polarization: Filter bubbles and selective exposure on social media. [Noticias falsas y polarización ideológica: burbujas de filtro y exposición selectiva en redes sociales]. *Business Information Review*, 34(3), 150-160. <https://doi.org/10.1177/0266382117722446>
- Stencel, M. y Luther, J. (3 de abril de 2020). Update: 237 fact-checkers in nearly 80 countries...and counting. *Duke Reporters' Lab*. <https://reporterslab.org/update-237-fact-checkers-in-nearly-80-countries-and-counting/>
- Tandoc Jr, E. (2019). The facts of fake news: A research review. [Los hechos de las noticias falsas: una revisión de la investigación]. *Sociology Compass*, 13(9). DOI: 10.1111/soc4.12724
- Tandoc, E., Lim, Z. y Ling, R. (2018). Defining Fake News. A Typology of Scholarly Definitions. [Definiendo noticias falsas: Una tipología de definiciones académicas]. *Digital Journalism*, 6(2), 137-153. 10.1080/21670811.2017.1360143
- Tristán-Jiménez, L y Sibaja, I. (2021). Culpables, conjuros, remedios y amenazas: análisis discursivo de las teorías de la conspiración y la desinformación sobre la COVID-19 en Costa Rica. En Siles, I., Tristán-Jiménez, L., Carazo-Barrantes, C. (eds). *Verdad en extinción: miradas interdisciplinarias a la desinformación en Costa Rica*. San José: CICOM UCR. pp. 227-269.
- Tsfati, Y., Boomgaarden, H. G., Strömbäck, J., Vliegenthart, R., Damstra, A., y Lindgren, E. (2020). Causes and consequences of mainstream media dissemination of fake news: literature review and synthesis. [Causas y consecuencias de la difusión de noticias falsas en los principales medios de comunicación: revisión y síntesis de la literatura]. *Annals of the International Communication Association*, 44(2), 157-173. <https://doi.org/10.1080/23808985.2020.1759443>
- Van Dijk, T. (2005). *Estructuras y funciones del discurso*. Barcelona: Siglo XXI.

- Vargas, R. (2021). Fact-checking versus Fake News: la guerra de las agendas. En Siles, I., Tristán-Jiménez, L., Carazo-Barrantes, C. (eds). *Verdad en extinción: miradas interdisciplinarias a la desinformación en Costa Rica*. San José: CICOM UCR. pp. 69-104.
- Vergara Heidke, A. (2021). Desinformación y multimodalidad: un acercamiento a la composición multimodal de textos desinformativos. En Siles, I., Tristán-Jiménez, L., Carazo-Barrantes, C. (eds). *Verdad en extinción: miradas interdisciplinarias a la desinformación en Costa Rica*. San José: CICOM UCR. pp. 197-226.
- Vosoughi, S., Roy, R. y Aral, S. (2018). The Spread of true and false news online. [La difusión de noticias verdaderas y falsas en línea]. *Science*, 359(6380), 1146-1151. DOI: 10.1126/science.aap9559
- Waisbord, S. (2018). Truth is What Happens to News: On Journalism, Fake News, and Post Truth. [La verdad es lo que le sucede a las noticias: sobre el periodismo, las noticias falsas y la posverdad]. *Journalism Studies*, 19(13), 1866-1878. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2018.1492881>
- Wardle, C. (2017). Fake news. It's complicated. [Noticias falsas. Es complicado]. *First Draft*. <https://first-draftnews.org/articles/fake-news-complicated/>
- Wardle, C. (2018). The need for smarter definitions and practical, timely empirical research on information disorder. [La necesidad de definiciones más inteligentes e investigación empírica práctica y oportuna sobre el trastorno de la información]. *Digital Journalism*, 6(8), 951-963. <https://doi.org/10.1080/21670811.2018.1502047>
- Zeledón J. (2021). Troleando en la plaza: antagonismo, prensa y discurso público. En Siles, I., Tristán-Jiménez, L., Carazo-Barrantes, C. (eds). *Verdad en extinción: miradas interdisciplinarias a la desinformación en Costa Rica*. San José: CICOM UCR. pp. 303-337.
- Zhuravskaya, E., Petrova, M., y Enikolopov, R. (2020). Political effects of the internet and social media. [Efectos políticos de Internet y las redes sociales]. *Annual Review of Economics*, 12, 415-438. <https://doi.org/10.1146/annurev-economics-081919-050239>
- Zoomer, L. (2021). Desinformación durante elecciones en América Latina: desafíos, lecciones aprendidas y oportunidades de cooperación para actores de la sociedad civil, medios de comunicación y academia. Presentación del taller *Desinformación durante elecciones en América Latina* organizado por la Organización de Estados Americanos (OEA), octubre 14 y 15.

Literatura consultada

- Alkhateri, S., Devi, S., Jano, Z., y Al-shami, S. (2021). Attitudes towards Fake News: A Systematic Literature Review. *Webology*, Vol. 18, Special Issue on Management and Social Media (September). DOI: 10.14704/WEB/V18SI03/WEB18099

CAPÍTULO 3 - Discusión legislativa sobre una ley de acceso a la información y transparencia - Jorge Córdoba Ortega

I. Libros y ensayos

- Arena, G. (1997). La transparencia administrativa. *Revista de Documentación Administrativa*, (248-249), 361-406. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5734>
- Jegouzo, I. (1994). El derecho de transparencia administrativa: el acceso de los administrados a los documentos administrativos. *Revista de Documentación Administrativa*, (239), 11-30. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5681>
- Mendel, T. (2003). Libertad de información: derecho humano protegido internacionalmente. *Derecho Comparado de la información*, (1), 41-74. <https://revistas-colaboracion.juridicas.unam.mx/index.php/decoin/article/view/33033/29996>
- Parejo Alfonso, L. (1998). *Manual de Derecho Administrativo*. 5ta ed. Barcelona: Ariel S.A.
- Piza Escalante, R., Piza Rocafort, R., Navarro, R. (2008). *Principios constitucionales*. 1ra ed. San José, Costa Rica: Investigaciones Jurídicas.
- Piza, R. (1998). *Igualdad de derechos: Isonomía y no discriminación*. San José: Universidad Autónoma de Centro América (UACA).
- Santamaría, J. (1998). *Principios de Derecho Administrativo*. 2da ed. Madrid: Centro de Estudios Ramón Areces S.A.

II. Constitución Política, Leyes y otra normativa

A. Constitución Política

- Constitución Política de la República de Costa Rica [Const] 7 de noviembre de 1949.
- Constitución Española y Reglamento del Congreso de Diputados [Const] 2010. Madrid, 13ª edición, diciembre.

B. Legislación, Tratados y Convenios Internacionales

1. Leyes nacionales

Ley N°. 10072 del 18 de noviembre del 2021. Reforma de la Ley 8220, Protección al ciudadano del exceso de requisitos y trámites administrativos de 4 de marzo de 2002, fue publicada el 3 de diciembre del 2021, en la Gaceta N°. 233, Alcance N°. 248

Ley del Sistema Nacional de Archivos, N° 7202 del 24 de octubre de 1990.

Ley General de la Administración Pública, N° 6227 del 2 de mayo de 1978.

Ley de la Jurisdicción Constitucional, N° 7135 del 11 de octubre de 1989.

Ley de protección al ciudadano del exceso de requisitos y trámites administrativos, N° 8220 de 4 de marzo del 2002 y sus reformas mediante Ley N°. 8990 del 27 de setiembre del 2011 y Ley 10072 de 18 de noviembre del 2021.

Ley contra la corrupción y el enriquecimiento ilícito en la función pública, N° 8422 de 6 de octubre de 2004.

Ley de la Defensoría de los Habitantes de la República, N°. 7319 del 17 de noviembre de 1992 y sus reformas.

Ley forestal, N° 7575, del 13 de febrero de 1996.

2. Tratados y Convenios internacionales aprobados por Costa Rica

Convención Americana sobre Derechos Humanos. (Pacto de San José).

Declaración Universal de Derechos Humanos de 1948.

3. Legislación comparada

Ley Modelo Interamericana 2.0 de acceso a la información pública (2020). Departamento de Derecho Internacional. Organización de Estados Americanos.

Ley 19/2013, de 9 de diciembre, de transparencia, acceso a la información pública y buen gobierno de España. BOE. Consolidado.

C. Proyectos de ley

Proyecto de Ley General de Acceso a la información pública y transparencia, Expediente N°. 20.799.

Proyecto de Ley de Reforma de la Ley 8220, Protección al ciudadano del exceso de requisitos y trámites administrativos de 4 de marzo de 2002. Expediente No. 22.333.

D. Decretos

Decreto Ejecutivo N°. 40200-MP-MEIC, del 27 de abril de 2017

Decreto Ejecutivo N°. 40199-MP “Establece la apertura de los datos públicos”, del 27 de abril de 2017

E. Directrices

Directriz N°. 070-H. Dirigida al Sector Público sobre la eficiencia, eficacia y transparencia en la gestión presupuestaria de la Administración Pública.

Procuraduría General de la República. Dictamen C-198-2002 del 9 de agosto del 2002.

F. Resoluciones

Sala Constitucional de la Corte Suprema de Justicia de Costa Rica, Voto N°. 6322-2003.

Sala Constitucional de la Corte Suprema de Justicia de Costa Rica, Voto N°. 136-2003.

Sala Constitucional de la Corte Suprema de Justicia de Costa Rica, Voto N°. 2120-2003

III. Documentos

Real Academia Española. (2001). *Diccionario de la Lengua española*. 22va ed. Madrid, España.

OEA. (2013). *Taller de Alto Nivel. Acceso Equitativo a la Información Pública*. Costa Rica.

Comisión Interamericana de Derechos Humanos. (2015). *Acceso a la información, violencia contra las mujeres y la administración de justicia en las Américas*. 1ra ed. Washington, D.C. <https://archivos.juridicas.unam.mx/www/bjv/libros/10/4613/9.pdf>

Contraloría General de la República de Costa Rica. (2004). *Directrices generales sobre principios y enunciados éticos*. Publicada en el periódico oficial La Gaceta N°. 228 del lunes 22 de noviembre del 2004. San José, Costa Rica.

Archivo Nacional. Costa Rica. (2014). *Directrices – Transparencia activa y datos abiertos. Modelo de Gestión de Documentos y Administración de Archivos (MGD) para la Red de Transparencia y Acceso a la Información (RTA)*. https://www.archivonacional.go.cr/web/dsae/gobierno_abierto_opendata.pdf

Literatura consultada

I. Libros y ensayos

Álvarez Rico, M., Álvarez Rico, I. (1994). Derecho de acceso a los archivos y registros administrativos de la nueva Ley de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y el Procedimiento Administrativo Común. *Revista de Administración Pública*, (135), 473-494. <http://www.cepc.gob.es/publicaciones/revistas/revista-de-administracion-publica/numero-135-septiembrediciembre-1994/derecho-de-acceso-los-archivos-y-registros-ad>

ministrativos-en-la-nueva-ley-de-regimen-juridico-de-2

- Cerillo, A. (1998). *La transparencia administrativa: Unión Europea y medio ambiente*. Valencia: Tirant lo Blanch.
- Córdoba, J. (1996). *El libre acceso a los departamentos administrativos y el secreto de Estado*. San José, Costa Rica: Instituto de Investigaciones Jurídicas.
- Córdoba, J. (1997). *El derecho de petición como garantía fundamental (con jurisprudencia constitucional)*. San José, Costa Rica: Instituto de Investigaciones Jurídicas.
- Córdoba, J. (2003). Principios que rigen el derecho de acceso a la información pública en Costa Rica. *Revista Iustitia*. (199-200).
- Córdoba, J. (2004). *La legislación costarricense y el derecho de acceso a la información pública. Un estudio actual*. San José, Costa Rica: Instituto de Investigaciones Jurídicas.
- Córdoba, J. (2005). *Cuadernos de Jurisprudencia Constitucional. Derecho de petición. Concepto. Características, Naturaleza jurídica. Información Pública*. San José, Costa Rica: Instituto de Investigaciones Jurídicas.
- Córdoba, J. (2006). *Cuadernos de Jurisprudencia Constitucional. Derecho de petición – Derecho de respuesta*. San José, Costa Rica: Instituto de Investigaciones Jurídicas.
- Córdoba, J. (2006b). *El derecho de petición en Costa Rica. Un estudio comparado y jurisprudencial*. San José, Costa Rica: Universidad Autónoma de Centro América.
- Córdoba, J. (2007). *Cuadernos de jurisprudencia constitucional. Derecho de petición – Procedimiento administrativo*. San José, Costa Rica: Instituto de Investigaciones Jurídicas.
- Córdoba, J. (2008). *El derecho de acceso a la información pública en el ordenamiento jurídico costarricense. Situación actual, desarrollo y tendencias*. San José, Costa Rica: Instituto de Prensa y Libertad de Expresión (IPLEX) – UNESCO.
- Jinesta, E. (2006). *Transparencia administrativa y derecho de acceso a la información administrativa*. San José, Costa Rica: Juricentro.
- Mestre, J. (1993). *El Derecho de acceso a archivos y registros administrativos. Análisis del artículo 105.b) de la Constitución*. Madrid: Civitas.
- Montiel, F. (1985). El ciudadano y el administrado. *Revista de administración pública*, (48), 127-142. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2115768>

Parejo, L y Descalzo, A. (2013). *Leyes de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común y de la Jurisdicción Contencioso-Administrativa*. 4ta ed. Valencia: Tirant Lo Blanch.

Rams, L. (2008). *El derecho de acceso a archivos y registros administrativos*. Madrid: Editorial Reus.

Sanchis, F. (1999). *Buenas prácticas en el acceso a la información ambiental*. Guía para las Administraciones Públicas. Madrid: TERRA.

Sánchez, M. (1995). El derecho de acceso a la información en materia de medio ambiente. *Revista de Administración Pública*, (137), 31-56. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=17269>

II. Constitución Política, Leyes y otra normativa

A. Constitución Política

Constitución Española. Texto consolidado. Última modificación. 27 de septiembre de 2011. Boletín Oficial del Estado.

Córdoba, J., González, A. (2019). *Constitución Política de la República de Costa Rica con jurisprudencia de la Sala Constitucional*. 2da ed. San José, Costa Rica: Investigaciones Jurídicas.

B. Legislación, Tratados y Convenios Internacionales

1. Leyes nacionales

Ley de Promoción de la Competencia y Defensa Efectiva del Consumidor, N° 7472 de 20 de diciembre de 1994 y sus reformas.

Ley General de Control Interno, Ley N° 8292 de 31 de julio del 2002.

Ley de protección de la persona frente al tratamiento de sus datos personales, N°. 8968 de 7 de julio del 2011.

2. Tratados y Convenios internacionales aprobados por Costa Rica

Convención Interamericana contra la corrupción, Ley N°. 7670 del 17 de abril de 1997.

Aprobación de la Convención de las Naciones Unidas contra la Delincuencia Organizada Transnacional, Ley N°. 8302 del 12 de setiembre de 2002.

Aprobación de la Convención de Naciones Unidas contra la corrupción, Ley N°. 8557 del 29 de noviembre de 2006.

Declaración Americana de los Derechos y Deberes del Hombre.

Pacto Internacional de Derechos civiles y políticos.

3. Legislación comparada

Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas. España. BOE. Consolidado.

C. Resoluciones

Sala Constitucional de la Corte Suprema de Justicia de Costa Rica, Voto N°. 7390-2003.

Sala Constitucional de la Corte Suprema de Justicia de Costa Rica, Voto N°. 9300-2001.

Sala Constitucional de la Corte Suprema de Justicia de Costa Rica. Voto N°. 4530-2000.

Sala Constitucional de la Corte Suprema de Justicia de Costa Rica, Voto N°. 1612-92.

Sala Constitucional de la Corte Suprema de Justicia de Costa Rica, Voto N°. 226-91.

Sala Constitucional de la Corte Suprema de Justicia de Costa Rica, Voto N°. 15-90.

Tribunal Contencioso Administrativo y Civil de Hacienda. Sección Quinta. Segundo Circuito Judicial de San José. Goicoechea. Anexo A. Sentencia N°. 32-2012 de las 8:00 horas del 20 de abril del 2012. Proceso de Conocimiento.

CAPÍTULO 4 - Inseguridad y precarización: riesgos en el ejercicio del periodismo en Costa Rica **Lidieth Garro Rojas y Lilliana Solís Solís**

Asamblea Legislativa. (1969). Ley Orgánica del Colegio de Periodistas y su reglamentación. <https://www.colper.or.cr/userfiles/file/juridico/leyes/leycolper.pdf>

Asamblea Legislativa. (2020). Autorización de reducción de jornadas de trabajo ante la declaratoria de emergencia nacional. http://www.pgrweb.go.cr/scij/Busqueda/Normativa/Normas/nrm_texto_completo.aspx?nValor1=1&nValor2=90789

Boza, G. (2018). Regulaciones a la comunicación en Costa Rica. Normativa vigente con votos relevantes. <http://proledi.ucr.ac.cr/wp-content/uploads/2018/10/Regulaciones-a-la-comunicación-en-Costa-Rica.-Normativa-vigente-con-votos-relevantes.pdf>

Carazo, C. (2015). *Periodistas y salas de redacción en Costa Rica frente a los retos del siglo XXI*. San José: Editorial Universidad de Costa Rica.

Castillo Nieto, S. (2020). La Voz de Guanacaste pasa a ser solo digital y Teletica hace cambios y recortes. <http://www.puntoyaparte-ca.com/medios-de-comunicacion-nacionales-toman-medidas-ante-cri-sis-por-COVID-19/>

Colper. (2021). Quiénes somos. colper.or.cr. https://colper.or.cr/app/cms/www/index.php?id_menu=170

Columbia University. (1985). La Colegiación Obligatoria para los Periodistas (OC-05/85). <https://globalfreedomofexpression.columbia.edu/cases/la-colegiacion-obligatoria-de-periodistas-oc-0585/?lang=es>

Corte Interamericana de Derechos Humanos. (1985). Opinión Consultiva OC-5/85 del 13 de noviembre de 1985. <https://globalfreedomofexpression.columbia.edu/cases/la-colegiacion-obligatoria-de-periodistas-oc-0585/?lang=es>

CrHoy. (20 de junio del 2020). La Nación despide a 17 periodistas y reduce su planilla en un 20%. *CrHoy*. <https://www.crhoy.com/nacionales/la-nacion-despide-a-17-periodistas-y-reduce-su-planilla-en-un-20/>

El Sindicato Nacional de Periodistas de Costa Rica. (2021). Perfil del Sindicato Nacional de Periodistas de Costa Rica. https://colper.or.cr/userfiles/file/sindicato/Perfil_DEL_SINDICATO_NACIONAL_DE_PERIODISTAS.pdf

Federación Internacional de Periodistas. (2020). White Paper on Global Journalism. https://www.ifj.org/fileadmin/user_upload/IFJ_White_Book_compressed.pdf

Figaro, R y Nonato C. (2016) A autocensura como aspecto da prática no mundo do trabalho dos jornalistas. *Líbero*. 19(37). 71-80.

Garcés Prettel, M.E. y Arroyave Cabrera, J. (2017). Autonomía profesional y riesgos de seguridad de los periodistas en Colombia.

Fundación para la libertad de prensa. (2013). Manual de Autoprotección para periodistas. [https://www.flip.org.co/images/Documentos/Manual de Autoproteccion para Periodistas 2013 FLIP.pdf](https://www.flip.org.co/images/Documentos/Manual_de_Autoproteccion_para_Periodistas_2013_FLIP.pdf)

Garcés, M., Arroyave, J.(2017) Autonomía profesional y riesgos de seguridad de los periodistas en Colombia. *Revista de la Sede Académica de México de la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales*, 25(49). 35-53. https://www.researchgate.net/publication/312011054_Autonomia_profesional_y_riesgos_de_seguridad_de_los_periodistas_en_Colombia

Garro, L., y Solís, L. (2019). Ausencias y concentraciones en el universo mediático costarricense. *Rev. Ciencias Sociales* 166: 83-99 / 2019 (IV)ISSN: 0482-5276

Garro, L., Monge, A., Solís, L. (2020a). *Propuesta de indicadores de desarrollo mediático para Costa Rica*. – Pri-

- mera edición. – [Costa Rica] : PROLEDI. <http://proledi.ucr.ac.cr/wp-content/uploads/2020/10/Propuesta-de-indicadores-de-desarrollo-mediatico-para-CR.pdf>
- Garro, L., Monge, A. y Solís, L. (2020b). Ecosistema mediático costarricense en deuda con el pluralismo y la diversidad. *Segundo Informe sobre el Estado de la Libertad de Expresión*. <http://proledi.ucr.ac.cr/recursos/publicaciones/ii-informe-del-estado-de-la-libertad-de-expresion-en-costa-rica-2/>
- Guzzi, L. (2014) *Democracia, ciudadanía y periodismo. Perspectivas en torno a sus articulaciones en las sociedades mediatizadas*. (Tesis de maestría no publicada). Universidad Nacional de Córdoba, Argentina.
- IPLEX. (2005). Acta 01/2005. <http://iplexcr.org/wp-content/uploads/2013/10/Acta-01-de-IPLEX.pdf>
- IPLEX. (2005). Acta Constitutiva de la Asociación Instituto de Prensa y Libertad de Expresión. IPLEX. http://iplexcr.org/wp-content/uploads/2013/10/acta_constitutiva1.pdf
- Jean-Bernard M. (1996). Los mecanismos de protección de los Derechos Humanos de las Naciones Unidas en Sonia Picado, Antonio Cañado y Roberto Cuéllar (Eds.), *Estudios Básicos en Derechos Humanos* (pp. 152-169). <https://www.corteidh.or.cr/tablas/a12008.pdf>
- Julie Poseti, Emily Bell y Pete Browin. (2020) El periodismo y la pandemia. https://www.icfj.org/sites/default/files/2020-11/Journalism%20and%20the%20Pandemic%20Project%20Report%201%202020_Spanish2.pdf
- Madrigal, L.M. (14 de octubre de 2019). ¿Qué ocurrió con el salario mínimo del periodista y por qué hay polémica? *Delfino.cr*. <https://delfino.cr/2019/10/que-ocurrio-con-el-salario-minimo-del-periodista-y-por-que-hay-polemica>
- Massarani, L., Entradas, M., Fernandes Neves, L.F. y Bauer, M. W. (2021). *Global Science Journalism Report 2021. Working conditions and practices, professional ethos and future expectations*. OUR LEARNING SERIES. <https://www.scidev.net/global/wp-content/uploads/Global-Science-Journalism-Report-2021.pdf>
- Mata, M.C. (2006). Comunicación y ciudadanía. Problemas teórico-políticos de su articulación. *Revista Fronteiras*, VIII(1), 5-15. http://periodismo.undav.edu.ar/asignatura_lic/cs201_introduccion_a_la_comunicacion/material/mata.pdf
- Navarro Zamora, L. (2021). Condiciones de trabajo cotidiano de los periodistas de América Latina en la cobertura del fenómeno COVID-19, estudio descriptivo emergente. *ZER: Revista De Estudios De Comunicación*, 26(50). <https://doi.org/10.1387/zer.21963>
- Nalvarte, P. (13 de mayo de 2020). Periodistas latinoamericanos enfrentan despidos masivos y falta de protección sanitaria para cubrir pandemia de COVID-19. [latamjournalismreview.org] <https://latamjournalismreview.org/es/articles/periodistas-latinoamericanos-enfrentan-despidos-masivos-y-falta-de-proteccion-sanitaria-para-cubrir-pandemia-de-covid-19/>
- Organización de las Naciones Unidas. (1948). *Declaración Universal de los Derechos Humanos*. https://www.ohchr.org/EN/UDHR/Documents/UDHR_Translations/spn.pdf
- Organización de las Naciones Unidas. (2 de noviembre de 2020). *América Latina, la región más mortal del mundo para los periodistas*. Noticias ONU. <https://news.un.org/es/story/2020/11/1483372>
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. (2020). *Protege a los periodistas, protege la verdad*. https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000374738_spa?posInSet=1&queryId=651d3432-3058-4617-86d3-0729959509ab
- Organización de las Naciones Unidas. (2012). *Plan de Acción de la ONU sobre seguridad de los periodistas y la cuestión de impunidad*. https://en.unesco.org/sites/default/files/un-plan-on-safety-journalists_es.pdf
- Pérez Monteleone, R. B. (2015) Ciudadanía comunicativa, espacio público mediático y realizadores locales: El caso del Plan de Fomento Audiovisual en Mendoza, Argentina, *Austral Comunicación*, 4 (2), pp. 305-320. doi: 10.26422/aucom.2015.0402.per.
- Rojas, E. (7 de septiembre de 2021). Libertad de prensa: “Esta es una lucha permanente”. *DeutscheWelle*. <https://www.dw.com/es/libertad-de-prensa-esta-es-una-lucha-permanente/a-59116275>
- Reporteros sin Fronteras. (2021). Clasificación 2021. Tabla de países. *Reporteros sin Fronteras*. España. <https://www.rsf-es.org/clasificacion-mundial-2021-tabla-de-paises/>
- Sala Constitucional de la Corte Suprema de Justicia de Costa Rica. (2019). *Resolución N 2019015039*. http://www.colper.or.cr/userfiles/file/Informes_Asamblea_2019/SENTENCIA_SALA_IV.pdf
- Solís, M. (2014). La precarización del trabajo desde una perspectiva sociocultural en un contexto fronterizo. *Región y sociedad*, 26(59). http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-39252014000200003

Unesco y Reporteros Sin Fronteras (2015). Manual de Seguridad para Periodistas. Guía práctica para reporteros en zonas de riesgo https://rsf.org/sites/default/files/guide_secu_2017.pdf

CAPÍTULO 5 - Narraciones políticas: experiencias en la superación de la violencia contra las mujeres en el ejercicio político en las redes sociales en Costa Rica (2021) - Yanet Martínez Toledo

Asamblea Legislativa (2021). *Expediente 20308 Ley para prevenir, atender, sancionar y erradicar la violencia contra las mujeres en política*. Texto dictaminado del expediente N.º 20.308, moción de fondo aprobada en la sesión N.º 4, de la Comisión de la Mujer, celebrada el día 27 de julio de 2021. Disponible en <https://delfino.cr/asamblea/proyecto/20308>

Baer, H. (2016) Redoing feminism: digital activism, body politics, and neoliberalism. *Feminist Media Studies*, 2016 VOL. 16, NO. 1, 17–34 <http://dx.doi.org/10.1080/14680777.2015.1093070>

Barker, K. y Juarasz, O. (2019) Online misogyny: a challenge for digital feminism? *Journal of International Affairs*, V. 72, No. 2, Columbia University. New York

Benavides Santos, T. (2019). El efecto de los mecanismos de paridad vertical y horizontal en la representación política en Costa Rica: El caso de las elecciones legislativas de 2018. *Revista de Derecho Electoral*, 151–183. https://doi.org/10.35242/RDE_2019_27_8

Canaday, M. (2003). Promising Alliances: The Critical Feminist Theory of Nancy Fraser and Seyla Benhabib. *Feminist Review. Fiction and Theory: Crossing Boundaries*, 74, 50–69.

Delmas, F. (2015). Tramas de la violencia simbólica. *con X*, Universidad Nacional de la Plata, (1), 19–45. Recuperado de <http://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/conequis>

D'Ignazio, C., & Klein, L F. (2020). *Data Feminism* (Kindle). MIT.

González, K. P. (2018, febrero 9). Histórico: *Mujeres representan 45,6% de curules para próxima Asamblea Legislativa*. Recuperado de: <https://www.elmundo.cr/costa-rica/historico-mujeres-representan-456-curules-proxima-asamblea-legislativa/>

Ilifibelt (2021) *¿Cuáles son las redes sociales más utilizadas en Costa Rica en 2021?* <https://ilifibelt.com/redes-sociales-mas-utilizadas-en-costa-rica-en-2021/2020/12/>

Kislinger, L. (2016). Viejas realidades, nuevos conceptos: Violencia mediática y violencia simbólica contra

la mujer. *Temas de Comunicación*, 0(31). Recuperado de <http://revistasenlinea.saber.ucab.edu.ve/temas/index.php/temas/article/view/2880>

Krook, M. L., & Restrepo Sanín, J. (2016a). Género y violencia política en América Latina. Conceptos, debates y soluciones. *Política y gobierno*, 23(1), 127–162. Recuperado de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S1665-20372016000100127&lng=es&nrm=iso&tlng=pt

Krook, M. L., & Restrepo Sanín, J. (2016b). Violencia contra las mujeres en política. En defensa del concepto. *Política y gobierno*, 23(2), 459–490. Recuperado de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S1665-20372016000200459&lng=es&nrm=iso&tlng=es

Laudano, C. N. (2010). Visibilidad mediática de la violencia hacia las mujeres: Continuidades y cambios en Argentina. *Revista Derecho y Ciencias Sociales*. Instituto de Cultura Jurídica y Maestría en Sociología Jurídica. Universidad Nacional de La Plata, Octubre(3), 88–110.

Ley No 8589. (2007). *Ley de Penalización de la Violencia Contra las Mujeres*. Asamblea Legislativa República de Costa Rica.

Losch, E., & Wernimont, J. (2018). Introduction. En E. Losch & J. Wernimont (Eds.), *Bodies of information* (Kindle). University of Minnesota Press.

Lucas, S. (2019). The primacy of narrative agency: Re-reading Seyla Benhabib on narrativity. *Feminist Theory*, 19(2), 123–143. <https://doi.org/10.1177/1464700117723591>

Lumsden, K. y Morgan, H. (2017) Media framing of trolling and online abuse: silencing strategies, symbolic violence, and victim blaming. *Feminist Media Studies*, V. 17, No. 6, pp. 1-15 <https://doi.org/10.1080/14680777.2017.1316755>

Margetts, H., John, P., Hale, S., & Yasseri, T. (2016). *Political Turbulence. How social media shape collective action*. Princeton University Press.

Martínez, Y. (2018). Construcción mediática de las noticias: Actores, discursos periodísticos y estrategias narrativas de naturalización de la violencia. Estudios de casos de La Nación. En Y. Martínez & R. Muñoz (Eds.), *Género y sexualidad: Construcción de sentido, representaciones y vivencias cotidianas* (pp. 3–22). San José: Editorial Universidad de Costa Rica.

Martínez, Y. (2019) Tensiones entre libertad de expresión y derechos humanos de las mujeres en el caso de las noticias sobre violencia contra las mujeres en

nacion.com y crhoy.com en 2018. En: PROLEDI (ed.) *II Informe de Libertad de Expresión en Costa Rica*, PROLEDI, Universidad de Costa Rica

Naciones Unidas-Costa Rica (14 de enero de 2022) Mujeres de Costa Rica: urgen acciones y cambios para asegurar su participación en política, plena, igualitaria y libre de violencia. Recuperados de: <https://costarica.un.org/es/168185-mujeres-de-costa-rica-urgen-acciones-y-cambios-para-asegurar-su-participacion-politica-plena>

Observatorio de Reformas Políticas-OEA (2022) Violencia política contra las mujeres. Recuperado de <https://reformaspoliticas.org/violencia-politica-contra-las-mujeres-2/>

OXFAM INTERMON. 2018. “Violencia de género en redes sociales”. Otro Mundo Es Posible. el 13 de marzo de 2018. <https://www.otromundoesposible.net/violencia-de-genero-en-redes-sociales/>

Salas, S., Castro, X., Brown, M., Matteucci, A., Piedra, E., y Rojas, E. (2019) *Tercer Estado de los Derechos Humanos de las Mujeres en Costa Rica*. INAMU, San José Disponible <https://www.inamu.go.cr/documents/10179/275546/Tercer+Estado+de+los+Derechos+Humanos+de+las+Mujeres+en+Costa+Rica+%282019%29.pdf/f1affa72-985f-4489-bcf6-28206a661e4d>

Shokooh Valle, Firuzeh (2020) Turning fear into pleasure: feminist resistance against online violence in the Global South. *Feminist Media Studies, Studies*, DOI: 10.1080/14680777.2020.1749692

CAPÍTULO 6 - Calidad periodística como derecho ciudadano: calidad en el periodismo digital costarricense - Diego Pérez Damasco

A Bazaco, M Redondo, P Sánchez-García (2019): “Clickbait as a strategy of viral journalism: conceptualisation and method”. *Revista Latina de Comunicación Social*, 74, pp. 94 to 115. <http://www.revistalatinacs.org/074paper/1323/06en.html> DOI: 10.4185/RLCS-2018-1323en

Almiron, N. (2006). Los valores del periodismo en la convergencia digital: civic journalism y quinto poder. *Revista Latina De Comunicación Social*, 9(61), 1-12.

Armentia, J., Caminos, J. (2009): Redacción informativa en prensa, Leioa: EHU.

Arnold, K. (2009): *Qualitätsjournalismus: Die Zeitung und ihr Publikum*, Konstanz: UVK.

Atton, C., & Hamilton, J. (2008). *Alternative Journalism*. SAGE.

Barnett, S. (2002). Will a Crisis in Journalism Provoke a Crisis in Democracy? *Political Quarterly*, 73(4), 400.

Bedoya, Jesús. (2018). *Pánico moral y control en el contexto de la administración neoliberal de la inseguridad social: A propósito de los debates sobre las políticas penitenciarias en Costa Rica* (Tesis de licenciatura). Universidad de Costa Rica, Ciudad Universitaria Rodrigo Facio.

Bernal, C. (2010). *Metodología de la investigación*. Bogotá: Pearson.

Benson, R. (2018). Can foundations solve the journalism crisis? *Journalism*, 19(8), 1059–1077. <https://doi.org/10.1177/1464884917724612>

Blumler, J. G. (2010). Foreword: the two-legged crisis of journalism. *Journalism Studies*, 11(4), 439–441.

Boza, G. (2020). Tendencias en libertad de expresión en Costa Rica. En PROLEDI, *II Informe del Estado de la Libertad de Expresión en Costa Rica* (págs. 7-43). San José: Universidad de Costa Rica.

Carazo, C. (2015). Operacionalización de la analítica web y la optimización en periodismo. El caso de los medios del Grupo Nación en Costa Rica.

Carazo, C. (2015). *Periodistas y salas de redacción en Costa Rica frente a los retos del siglo XXI*. San José, Costa Rica: Editorial UCR.

Castillo, M. (30 de noviembre de 2015). Entrevista sobre aseguramiento de parejas del mismo sexo en la CCSS. (D. P. Damasco, Entrevistador)

Cecilia Labate, L. L. (2012). Abordajes sobre el concepto de concentración. En A. B. Guillermo Mastrini, *Las políticas de la comunicación en el siglo XXI. Nuevos y viejos desafíos* (págs. 139-174). Buenos Aires: La Crujía Ediciones.

Couldry, N. (2011). *Media, Society, World. Social Theory and Digital Media Practice*. Londres: Polity.

CRHoy.com. (13 de noviembre de 2014). *Al Día, Ahora y Su Casa salen de circulación; Grupo Nación despide a 100 personas*. Obtenido de CRHoy.com: <https://archivo.crhoy.com/al-dia-ahora-y-su-casa-salende-circulacion-grupo-nacion-despide-a-100-personas/economia/>

CRHoy.com. (31 de marzo de 2020). *CRHoy inyecta capital para garantizar su operación y empleo*. Obtenido de CRHoy.com: <https://www.crhoy.com/economia/crhoy-inyecta-capital-para-garantizar-su-operacion-y-empleo/>

Cruz, M. (2009). ¿Cómo desarrollar, de una manera comprensiva, el análisis cualitativo de los datos? *Educere: Revista Venezolana de Educación*, 55-66.

- Curran, J. (1979). Press freedom as a property right: the crisis of press legitimacy. *Media, Culture and Society*, 1, 59-82.
- Cytrynblum, A. (2009). *Periodismo social: una nueva disciplina*. Buenos Aires: Icrj' inclusiones.
- Deen Freelon, Chris Wells. (2020) Disinformation as Political Communication. *Political Communication* 37:2, pages 145-156.
- Deuze, M. (2005). What is journalism? Professional identity and ideology of journalists reconsidered. *Journalism*, 6(4), 442-464.
- Dernbach, B. (2010): *Die Vielfalt des Fachjournalismus: Eine systematische Einführung*, Wiesbaden: VS Verlag.
- Domingo, D., Quandt, T., Heinonen, A., Paulussen, S., Singer, J. B., & Vujnovic, M. (2008). Participatory Journalism Practices in the Media and Beyond. *Journalism Practice*, 2(3), 326-342.
- Downie, L., & Schudson, M. (2009). *The News about the News: American Journalism in Peril*. New York: A. A. Knopf.
- Flick, U. (2007). *Introducción a la investigación cualitativa*. Madrid: Ediciones Morata.
- Flick, U. (2012). *Introducción a la investigación cualitativa*. Madrid: Ediciones Morata.
- Fondevila Gascón, J. F. (2014). El uso de hipertexto, multimedia e interactividad en periodismo digital: propuesta metodológica de ranking de calidad. *Zer: Revista De Estudios De Comunicacion*, 19(36), 55-76.
- Fraser, N. (1992). *Repensando la esfera pública. Contribución a la crítica de la democracia actualmente existente*. Recuperado el 2014, de Equidad: http://www.equidad.scjn.gob.mx/IMG/pdf/REPENSANDO_LA_ESFERA_PUBLICA.pdf.
- Freedman, D. (2019). "Public Service" and the Journalism Crisis: Is the BBC the Answer? *Television & New Media*, 20(3), 203-218. <https://doi.org/10.1177/1527476418760985>
- Freedom House. (2017). *Freedom of the Press*. Freedom House.
- Garro, L. & Solís, L. (2020). Ausencias y concentraciones en el universo mediático costarricense. *Revista de ciencias sociales* 166(), 83-99.
- Giles, R. H. (2010). New economic models for U.S. journalism. *Daedalus*, 2(139), 26-38.
- Gómez-Mompart, J., Gutiérrez-Lozano, J., & Palau-Sampaio, D. (2015). Spanish Journalists and the Loss of News Quality: Professional Judgment. *Comunicar*, 23(45), 143-150.
- Gómez Mompart, J., & Sampio, D. (2013). El reto de la excelencia. Indicadores para medir la calidad periodística. En J. L. Gómez Mompart, J. F. Gutiérrez Lozano, & D. Palau Sampio, *La calidad periodística: Teorías, investigaciones y sugerencias profesionales*. Valencia: Publicaciones de la Universidad de Valencia.
- Gomis, L. (1989). *Teoria dels gèneres periodístics*. Barcelona: Centre d'Investigació de la Comunicació-Generalitat de Catalunya.
- Gomis, L. (2008): *Teoría de los géneros periodísticos*, Barcelona: UOC.
- González, J. (2009). Modelos de periodismo local y estrategias ante la crisis: el caso del News & Observer. *Revista Latina De Comunicación Social*, 12(64), 1-12.
- Gorosarri, M. G. (2011). *Albisteen Kalitatea (Research on Basque Media's News Quality)* (tesis doctoral). Leioa: Universidad del País Vasco.
- Grueskin, B., Seave, A., & Graves, L. (2011). *The Story So Far. What We Know About the Business of Digital Journalism*. Columbia Journalism School, Tow Center for Digital Journalism.
- Gutiérrez Coba, L. (2006): "Análisis de la calidad informativa, primer paso hacia el cambio", *Palabra Clave*, 14., 29-56.
- Habermas, J. (1982). *Historia y crítica de la opinión pública*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Heflin, K. (2015). The internet is not the antidote: A cultural-historical analysis of journalism's crisis of credibility and the internet as a remedy. *Journalism History*, 41(3), 165-175. Retrieved from <https://search-proquest-com.ezproxy.sibdi.ucr.ac.cr/docview/1735667957?accountid=28692>
- Henry, N. (2007). *American Carnival: Journalism under Siege in an Age of New Media*. Berkeley, California: University of California Press.
- Hernández Sampieri, R., Fernández-Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2006). *Metodología de la Investigación (4 ed.)*. México: McGraw Hill.
- Jurado, R. (2010). Un nuevo paradigma latinoamericano en la regulación de la comunicación. *Chasqui*(112), 86-90.
- Lamuedra, M. (2011). Medios de Servicio Público, Periodismos Alternativos y Esfera Pública Deliberativa: hacia un nuevo consenso sobre el rol del periodismo en la era digital. *Chasqui*, 27-33.
- Madrigal, L. (14 de octubre, 2019). ¿Qué ocurrió con el salario mínimo del periodista y por qué hay polémica? *Delfino*.

- Mata, M. C. (2006). Comunicación y ciudadanía. Problemas teórico políticos de su articulación. *Revista Fronteiras - Estudos Mediáticos*, 8(1), 5-14.
- McQuail, D. (1998). *La acción de los medios: los medios de comunicación y el interés público*. Buenos Aires: Amorroutu.
- McQuail, D. (2000). *Introducción a la teoría de la comunicación de masas* (Tercera Edición ed.). Barcelona: Paidós.
- Méndez, A. (25 de septiembre de 2015). *Canal 9 cierra sus programas debido a la poca inversión en publicidad*. Obtenido de *La Nación*: <https://www.nacion.com/viva/television/canal-9-cierra-sus-programas-debido-a-la-poca-inversion-en-publicidad/DM5CRNJCLBBN5GLN6BQZGW3GZM/story/>
- Meyer, P. (2009). *The Vanishing Newspaper: Saving Journalism in the Information Age* (Segunda Edición ed.). Columbia, Missouri, Estados Unidos: University of Missouri Press.
- Morales, M. (23 de diciembre de 2013). Cierran SoHo: carta de furia. *Perfil*.
- Nerone, J. (2015). Journalism's Crisis of Hegemony. *Javnost-The Public*, 22(4), 313-327. <https://doi-org.ezproxy.sibdi.ucr.ac.cr/10.1080/13183222.2015.1091614>
- Oliveira, D. d. (2011). Jornalismo alternativo: um potencial para a radicalização da democracia. *Signo y Pensamiento*, 30, 52-63.
- Oliva, C. (2014). El periodismo digital y sus retos en la sociedad global y del conocimiento. *Aposta Revista de Ciencias Sociales*. 8(61): 1-30. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=495950257004>
- Orosa, B. G., Santorun, S. G., & García, X. L. (2017). El uso del clickbait en cibermedios de los 28 países de la unión europea. *Revista Latina De Comunicación Social*, (72), 1261-1277. doi:<http://dx.doi.org.ezproxy.sibdi.ucr.ac.cr/2048/10.4185/RLCS-2017-1218>
- Palacios, M. (2009). La memoria como criterio de valoración de calidad en el ciberperiodismo: algunas consideraciones. *El Profesional de la Información*, 18(3), 270-276.
- Picard, R. G. (2008). Shifts in newspaper advertising expenditures and their implications for the future of newspaper. *Journalism Studies*, 9(5), 704-716.
- Pickering, M. (2001). *Stereotyping: The politics of representation*. Basingstoke: Palgrave. Pöttker, H. (2003). News and its communicative quality: the inverted pyramid—when and why did it appear?, *Journalism Studies*, 4:4, 501-511, DOI: 10.1080/1461670032000136596
- Pomareda, F. (24 de mayo de 2015). *Grupo Nación, su "metamorfosis" y el desafío de mantener su peso político*. Obtenido de El País: <https://www.elpais.cr/2015/05/24/grupo-nacion-su-metamorfosis-y-el-desafio-de-mantener-su-peso-politico/>
- Ramírez Cardoza, L. (2018). Un modelo en crisis: El caso de Grupo Nación en Costa Rica. *Anuario de Estudios Centroamericanos*, 44(),155-185.[fecha de Consulta 3 de Agosto de 2020]. ISSN: 0377-7316. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=152/15262283008>
- Ramírez, T., Gorosarri, M. G., Aiestaran, A., Zabalondo, B., & Agirre, A. (2014). Periodismo de calidad en tiempos de crisis: Un análisis de la evolución de la prensa europea de referencia (2001-2012). *Revista Latina de Comunicación Social*(69), 248-274.
- Reporteros sin Fronteras. (2020). *2020 World Press Freedom Index*. Recuperado el 30 de julio de 2020, de <https://rsf.org/es/ranking>
- Rothberg, D. (2011). *Jornalismo Público*. São Paulo: UNESP.
- Saffon, M. (2007). El derecho a la comunicación: un derecho emergente. En M. P. Omar Rincón, *Ya no es posible el silencio* (págs. 15-60). Bogotá: Centro de Competencia en Comunicación para América Latina - Friedrich Ebert Stiftung.
- Sánchez, Cecilia. (2015). Oficio MJP-841-11-2015.
- Sandoval, C. (2010). De los medios a los fines. La comunicación como bien público. *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación*, 60-70.
- Santos-Sainz, M. (2013). Reinventar el periodismo. *Revista Mexicana De Comunicación* (133), 46-48.
- Schrimer, S. (2001): Die Titelseiten-Aufmacher der BILD-Zeitung im Wandel: Eine Inhaltsanalyse unter Berücksichtigung von Merkmalen journalistischer Qualität, München: Reinhard Fischer.
- Schudson, M. (1981). *Discovering The News: A Social History of American Newspapers*. Basic Books.
- Schulz, W. (2000). Preconditions of Journalistic Quality in an Open Society. *News Media and Politics - Independent Journalism*. Budapest.
- Segnini, G. (2009). Costa Rica. En G. Mastrini, & M. Becerra, *Los monopolios de la verdad. Descifrando la estructura y concentración de los medios en Centroamérica y República Dominicana* (págs. 59-78). Buenos Aires: IPYS.

- Sembramedia. (16 de febrero de 2019). CRHoy. Obtenido de Sembramedia: <https://www.sembramedia.org/medio/crhoy/>
- Siles, I., & Boczkowski, P. (2012). Making sense of the newspaper crisis: A critical assessment of existing research and an agenda for future work. *New Media & Society*, 14(8), 1375-1394.
- Suárez-Villegas, J. (2015). Nuevas tecnologías y deontología periodística: comparación entre medios tradicionales y nativos digitales. *El Profesional De La Información*, 24(4), 390-395.
- Tamayo Gómez, C. A. (2012). La ciudadanía comunicativa, aproximaciones preliminares. *Signo y pensamiento*, 30(60), 106-128.
- Telenoticias. (31 de diciembre de 2014). *La Prensa Libre dejó atrás el papel para pasar a la web*. Obtenido de Telenoticias: https://www.teletica.com/nacional/la-prensa-libre-dejo-atras-el-papel-para-pasar-a-la-web_76936
- Thompson, J. (1998). *Los media y la modernidad*. Una teoría de los medios de comunicación. Buenos Aires: Paidós.
- Ufarte-Ruiz, María-José; Peralta-García, Lidia; Murcia-Verdú, Francisco-José (2018). "Fact checking: un nuevo desafío del periodismo". *El profesional de la información*, v. 27, n. 4, pp. 733-741.
- Villamarín, J. (2013). Estándares de calidad de la información y democracia de calidad. *Chasqui*(122), 23-30.
- Zabaleta, I. (1997). *Komunikazioaren eta ikerkuntzako metodologia*. Bilbao: Udako Euskal Unibersitatea.
- Zelizer, B. (2015). Terms of Choice: Uncertainty, Journalism, and Crisis. *Journal of Communication*(65), 888-908.
- Zepeda, J., & Prieto, D. (2007). El derecho a la comunicación. *Chasqui*(100), 16-21

Programa de Libertad de Expresión y Derecho a la Información
PROLEDI
proledi.ucr.ac.cr · proledi@ucr.ac.cr
(506) 2511-6852 | (506) 2511-6858 | (506) 2511-3506

Programa de Libertad de Expresión y Derecho a la Información

PROLEDI

proledi.ucr.ac.cr • proledi@ucr.ac.cr

(506) 2511-6852 | (506) 2511-6858 | (506) 2511-3506



UNIVERSIDAD DE
COSTA RICA



PROLEDI

CICOM

Centro de
Investigación en Comunicación