



UNIVERSIDAD DE
COSTA RICA

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



CICOM

Centro de
Investigación en
Comunicación

CC.SIBDI.UCR - CIP/4145

Título: IV Informe del Estado de la Libertad de Expresión en Costa Rica.

Descripción: Cuarta edición. | [San José, Costa Rica] : Universidad de Costa Rica, PROLEDI, CICOM, 2024.

Identificadores: ISBN 978-9930-616-08-6 (PDF)

Materias: ARMARC: Libertad de expresión – Costa Rica. | Libertad de información – Costa Rica. | Acceso a la información – Costa Rica. | Medios de comunicación de masas – Costa Rica. | Información pública oficial – Costa Rica. | LEMB: Publicidad gubernamental – Costa Rica. | LCSH: Discurso de odio – Costa Rica.

Clasificación: CDD 323.440.972.86 --ed. 23

Cuarta edición: 2024

Consejo Editorial: Giselle Boza, José Carlos Chinchilla, Nora Garita, Franklin Gutiérrez, Oscar Mario Jiménez, Johanna Rodríguez, Lilliana Solís

Asistente de investigación
Jorge Santiago Quirós Solís

Diagramación y Diseño: Franklin Gutiérrez



UNIVERSIDAD DE
COSTA RICA

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



 PROLEDI

CICOM

Centro de
Investigación en
Comunicación

CONTENIDOS

PRESENTACIÓN	7
CAPÍTULO 1 - Tensiones sobre la libertad de expresión en Costa Rica: entre garantías y amenazas del Estado.....	9
1.1 Introducción	9
1.2 Percepciones sobre libertad de expresión y confianza en medios de comunicación.....	10
1.3 Publicidad oficial y libertad de expresión.....	12
1.4 El vencimiento de las concesiones de los servicios de radio y televisión de señal abierta y gratuita.....	14
1.5 Jurisprudencia de la Sala Constitucional confirma estándares interamericanos sobre libertad de expresión	15
1.6 Entorno regulatorio. Propuestas de ley.....	19
1.7 A modo de consideraciones finales.....	26
CAPÍTULO 2 - Publicidad oficial y electoral en Costa Rica: de la concentración a la ¿democratización de la pauta?.....	27
2.1 Introducción	27
2.2 Consideraciones teóricas y metodológicas de la investigación.....	28
2.3 Asignación de la publicidad oficial: periodo 2019-2023.....	31
2.4 Asignación de la publicidad electoral: campaña 2022.....	57
2.5 Consideraciones finales.....	92
CAPÍTULO 3 - “Bajo el límpido azul de tu cielo”. Las tendencias del discurso de odio digital en Costa Rica (2021 - 2023).....	93
3.1 Introducción	93
3.2 Contexto sociopolítico	94
3.3 Descripción del tema y problema de investigación.....	96
3.4 Preguntas de la investigación.	100
3.5 Objetivos.....	100
3.6 Metodología.....	100
3.7 Resultados.....	101
3.8 Discusión.....	107
3.9 Conclusión.....	108
CAPÍTULO 4 - Accesibilidad web: obstáculo para el derecho a la información ciudadana	110
4.1 Introducción y justificación.....	110

4.2	Descripción del tema y problema de investigación.....	111
4.3	Objetivos.....	111
4.4	Abordaje teórico-conceptual.....	111
4.5	Aproximación desde la política pública.....	113
4.6	Accesibilidad web y acceso a la información como pilar de la libertad de expresión.....	115
4.7	Metodología.....	115
4.8	Resultados.....	117
4.9	Análisis comparativo políticas públicas de accesibilidad web.....	138
4.10	Conclusiones.....	141

CAPÍTULO 5 - Canallas, mentirosos y otras especies: El discurso estigmatizante del Presidente Chaves en contra de periodistas y medios de comunicación.....143

5.1	Introducción	143
5.2	Contexto: poder y periodismo en Centroamérica.....	144
5.3	Publicidad oficial y libertad de expresión.....	146
5.4	Apuntes metodológicos.....	148
5.5	Principales hallazgos.....	150
5.6	Conclusiones.....	162

CAPÍTULO 6 - El uso de Tecnologías de la Información y la Comunicación y su relación con la Brecha Digital de género en la atención y prevención de la Violencia contra las Mujeres durante la pandemia por COVID-19.....164

6.1	Introducción	164
6.2	Marco conceptual.....	165
6.3	Metodología.....	170
6.4	Resultados.....	171
6.5	Conclusiones.....	185

CAPÍTULO 7 - Perspectivas de los medios locales, regionales y ¿comunitarios? en Costa Rica.....187

7.1	El entorno (des) regulatorio para los medios comunitarios en Costa Rica	187
7.2	Abordaje conceptual y metodológico.....	187
7.3	Marco legal de los servicios de radiodifusión sonora y televisiva.....	189
7.4	Análisis de los medios de comunicación regionales, locales y las iniciativas de comunicación ciudadana.....	193
7.5	Consideraciones finales.....	206

REFERENCIAS POR CAPÍTULO209



Presentación

Dra. Carolina Carazo Barrantes
Directora CICOM



En estos tiempos en que los retos en materia de libertad de expresión, derecho a la comunicación y acceso a la información pública son cada vez más profundos y urgentes, todos los aportes cuentan y más si se trata de contribuciones serias, respaldadas por investigación académica y con datos situados y críticos que aseguran reflexiones y discusiones con sustento. En un mundo donde estos derechos fundamentales se ven cada vez más amenazados, este IV Informe del Estado de la Libertad de Expresión en Costa Rica presenta un análisis crucial sobre su situación actual.

El Programa de Libertad de Expresión y Derecho a la Información (PROLEDI) y el Centro de Investigación en Comunicación (CICOM) de la Universidad de Costa Rica (UCR) se complacen en presentar este cuarto informe que busca destacar la importancia de defender estos pilares democráticos.

Tal y como queda evidenciado en estas páginas, no todos los desafíos son nuevos, hay algunos que son de larga data y siguen sin resolverse. Tampoco la era digital ha sido la panacea para asegurar el fortalecimiento del debate democrático y los derechos en comunicación.

Este informe se une a otros esfuerzos académicos de la UCR, del CICOM y del PROLEDI para brindar herramientas útiles para comprender la compleja situación de la libertad de expresión y el derecho a la información en la actualidad. Al analizar los datos y presentar ejemplos concretos, el informe busca generar conciencia sobre la importancia de defender estos derechos y movilizar a la acción a quienes se preocupan por el futuro de nuestro régimen democrático.

Como se verá a continuación, los capítulos analizan algunos de los temas críticos para comprender el estado de la libertad de expresión en Costa Rica, el ecosistema mediático del país, la economía política de los medios, la legislación y la jurisprudencia que amparan estos derechos y el papel de la figura del Presidente de la República en este contexto.

El primer capítulo, escrito por la M.Sc. Giselle

Boza Solano, presenta un balance sobre el estado de situación de la libertad de expresión en Costa Rica durante los últimos dos años. La autora profundiza en indicadores, jurisprudencia y propuestas legislativas haciendo un repaso sobre temas tan importantes como la confianza en los medios de comunicación, la problemática de la publicidad oficial, el vencimiento de las concesiones de los servicios de radio y televisión de señal abierta y gratuita, la jurisprudencia de la Sala Constitucional y los proyectos de ley presentados en el periodo.

El segundo capítulo, de la M.Sc. Johanna Rodríguez López, investiga de manera exhaustiva y detallada el siempre polémico tema de la publicidad oficial y electoral, una problemática que ha merecido titulares de prensa y denuncias desde el inicio de la administración de Rodrigo Chaves. El texto enfatiza que la asignación de esta publicidad no debe usarse para premiar o castigar medios según su línea editorial, sino como una manera de rendición de cuentas y comunicación entre el Estado y la sociedad. Se mencionan casos específicos donde la reducción de la pauta publicitaria a ciertos medios pareció ser una represalia por coberturas críticas. Se propone la necesidad de regular la asignación de la pauta oficial de manera transparente y equitativa, alejada de decisiones arbitrarias, promoviendo la transparencia y eficiencia en el uso de fondos públicos. En resumen, se subraya la importancia de que la publicidad oficial sirva para informar y rendir cuentas, sin influencias políticas indebidas sobre los medios de comunicación.

El capítulo 3, a cargo de la Dra. Larissa Tristán Jiménez y la Dra. Yanet Martínez Toledo, examina las tendencias de los discursos de odio en el espacio digital costarricense. Las autoras presentan datos que demuestran cómo los discursos de odio han aumentado en el país en los últimos años. En el capítulo se discute, por un lado, sobre la tensión que se genera entre la defensa del Estado de derecho y el auge de una retórica antidemocrática y, por otro lado, sobre la relación entre los discursos de odio y el malestar social. Las autoras apuntan a los orígenes de los discursos de odio en las

dinámicas coyunturales y problemáticas sociales que encuentran una forma de expresión a través de las plataformas de la comunicación digital.

En el capítulo 4, el Lic. Fernando José Martínez de Lemos analiza la problemática de la accesibilidad de contenidos de interés público como un obstáculo para el derecho a la información ciudadana. Para él, se han erigido nuevas barreras que llevan a la multiplicación de vulneraciones a los derechos de las personas con discapacidad. El capítulo estudia el cumplimiento de estándares internacionales, la legislación aplicable al país para su desarrollo, así como la vinculación que tiene esta problemática con la garantía del derecho a la libre expresión en Costa Rica.

En el capítulo 5, el M.Sc. Óscar Mario Jiménez Alvarado le pone la lupa al discurso estigmatizante del presidente Chaves en contra de la prensa, los medios y las personas periodistas emitidos en el marco de sus conferencias de prensa semanales en los primeros 20 meses de su gobierno. El autor parte de la premisa de que “la palabra de un presidente importa” y tiene no solo peso político y administrativo, sino también poder simbólico y comunicativo que no debe perderse de vista. El capítulo presenta el análisis de 291 menciones a la prensa en 64 conferencias de prensa semanales entre mayo 2022 y enero 2024 del presidente que llamó “sicarios políticos” y “prensa canalla” a los profesionales del periodismo en el país.

La Dra. Yanet Martínez Toledo y la Bach. María Laura Ulloa Martínez dedican el capítulo 6 al análisis de los impactos que la pandemia COVID-19 tuvo en la profundización de la brecha digital de género en la atención institucional de la violencia contra las mujeres en Costa Rica durante el año 2020. Las autoras estudian las capacidades institucionales del Instituto Nacional de las Mujeres (INAMU) en la atención virtual previas a la pandemia y durante la pandemia; además analizan las estrategias que se generaron para la atención en virtualidad a víctimas de violencia. El texto permite realizar un acercamiento al papel que jugó el uso de TIC en la atención de la violencia contra las mujeres y cómo la brecha digital impacta en el acceso de las mujeres a la atención en situaciones de violencia.

El capítulo 7 se enfoca en los medios comunitarios costarricenses. La M.Sc. Giselle Boza Solano y la

M.Sc. Mónica Rojas Víquez reflexionan desde el reconocimiento que la existencia de medios comunitarios no está contemplada ni en la normativa ni en la política pública costarricense. Para la autoras, si bien existen iniciativas ciudadanas que se podrían enmarcar dentro de una noción amplia de comunicación comunitaria, el Estado costarricense nunca ha otorgado frecuencias a este tipo de medios. Por lo tanto, el capítulo hace un recorrido por aspectos generales del marco legal, la política pública y aspectos jurisprudenciales sobre los servicios de radiodifusión sonora y televisiva en Costa Rica que inciden en el quehacer de los medios comunitarios en el país. Las autoras también rescatan percepciones de gestores de medios de comunicación local y regional, iniciativas de comunicación ciudadana, emisoras culturales y personas expertas en el tema.

Como se puede concluir luego de la lectura de este IV Informe, el panorama actual de la libertad de expresión y el derecho a la información en Costa Rica está plagado de retos. Los hallazgos del informe revelan una serie de amenazas que ponen en riesgo el ejercicio pleno de estos derechos fundamentales. El auge de la desinformación, los discursos de odio, la polarización política y el uso abusivo del poder por parte de algunos actores son solo algunos de los desafíos que enfrenta Costa Rica en materia de libertad de expresión y derecho a la información.

La academia y la sociedad civil tienen un papel fundamental que cumplir en la búsqueda de soluciones. Las investigaciones y análisis críticos sobre la situación actual son esenciales para generar conciencia y movilizar a la acción. Asimismo, es necesario fortalecer los espacios de diálogo y participación ciudadana para construir propuestas conjuntas que permitan avanzar hacia una sociedad más informada y democrática.

El futuro de la libertad de expresión y el derecho a la información en Costa Rica no está escrito. Depende de la voluntad y el compromiso de todos los sectores de la sociedad para construir un país donde estos derechos fundamentales sean plenamente garantizados. Este IV Informe del Estado de la Libertad de Expresión en Costa Rica es una herramienta valiosa para orientar este esfuerzo hacia un futuro más democrático y justo para la ciudadanía costarricense.

CAPÍTULO 1

Tensiones sobre la libertad de expresión en Costa Rica: entre garantías y amenazas del Estado

Giselle Boza Solano*



1.1 Introducción

Si bien Costa Rica no tiene las mismas condiciones alarmantes para el ejercicio de la libertad de prensa que otros países de la región, presenta, en los últimos dos años, algunos indicios de un debilitamiento de las garantías para el trabajo periodístico; aunque mantiene una institucionalidad democrática funcional como garante de esas libertades constitucionales.

En 2023, según la clasificación mundial de la organización Reporteros Sin Fronteras, el país bajó 15 puestos con respecto al año 2022, debido a un marcado retroceso en las condiciones políticas para el ejercicio de la libertad de prensa, producto de los ataques verbales del Gobierno hacia determinados medios y periodistas así como a los problemas para el acceso a la información de interés público. En esa oportunidad, se ubicó en el puesto 23 del ranking, luego de haber ocupado el primer lugar en la región. En el informe correspondiente al 2024, Costa Rica desciende tres puestos más para ubicarse en la posición 26 con una puntuación de 76,13 en libertad de prensa: “Antaño el mejor clasificado de la región, Costa Rica sigue cayendo, debido a las tensiones entre el gobierno y los medios de comunicación”.

Mientras tanto, el informe anual de la Relatoría Especial para la Libertad de Expresión de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos (2022) consigna que recibió numerosos reportes desde Costa Rica, que indican señalamientos estigmatizantes contra la prensa por parte del presidente y de su funcionariado.

En ese mismo reporte, la Relatoría celebra la resolución de la Sala Constitucional que condena a las autoridades de gobierno por el cierre del Parque Viva del Grupo Nación y recuerda que las presiones direc-

tas o indirectas, desde el Estado, dirigidas a silenciar la labor informativa de la prensa son incompatibles con la libertad de expresión. Para la RELE (2022) “estas resoluciones indican que los pesos y contrapesos en la democracia costarricense se encuentran actuando y las instituciones han funcionado en defensa de los derechos humanos y las decisiones de los altos tribunales han sido acatadas, lo que implica un compromiso de las autoridades con el respeto al Estado de derecho” (párr. 430).

Para 2023, la Relatoría indica en su informe anual, que observó la continuidad de discursos que estigmatizan y desacreditan el trabajo de los medios de comunicación, agresiones y amenazas contra periodistas y la activación de mecanismos institucionales y judiciales con presuntos fines de intimidación a la prensa. Uno de los casos citados es la amenaza de muerte proferida por un seguidor del presidente Chaves contra la periodista Vilma Ibarra y que generó la reacción de la Asamblea Legislativa¹. En ese sentido, la RELE recuerda que “las agresiones cometidas en contra de los periodistas tienen el objetivo de silenciarlos, por lo que constituyen igualmente violaciones al derecho que tiene una sociedad a acceder libremente a la información. Una prensa independiente y crítica constituye un elemento fundamental para la vigencia de las demás libertades que integran el sistema democrático y el estado de derecho” (Rele, 2023, párr. 489).

Asimismo, el organismo califica de preocupante la resolución del Tribunal Penal de Goicoechea del II Circuito Judicial de San José que condenó al periodista Marlon Mora, ex director de Canal 15 de la Universi-

¹ Semanario Universidad, 7 de noviembre de 2023. Diputados condenan amenaza de muerte lanzada por seguidor del presidente Chaves contra periodista Vilma Ibarra. v

Periodista y abogada. Cuenta con una Maestría en Ciencias Penales de la Universidad de Costa Rica (UCR) y es egresada del Doctorado en Derecho de la misma Universidad. Es investigadora del Centro de Investigación en Comunicación (CICOM), docente de la Escuela de Ciencias de la Comunicación Colectiva (ECCC) y coordinadora del Programa de Libertad de Expresión y Derecho a la Información (PROLEDI) de la UCR.

dad de Costa Rica por difamación; querrela interpuesta por el ex candidato presidencial, Juan Diego Castro. La Relatoría destaca que el tipo de debate político a que da lugar el derecho a la libertad de expresión genera indudablemente ciertos discursos críticos o incluso ofensivos para quienes ocupan cargos públicos o están íntimamente vinculados a la formulación de la política pública. El organismo hace una instancia al estado costarricense para que considere los estándares sobre libertad de expresión del sistema interamericano de derechos humanos en las siguientes etapas de este proceso penal.

Durante el 2023, el país perdió también tres puntos en su calificación sobre libertad en Internet. Conforme con la organización Freedom House, en su Informe Libertad en la Red, 2023; el país obtuvo una calificación de 85, que lo ubica en el cuarto lugar de los 70 países incluidos en el índice. A pesar de que Costa Rica mantiene uno de los entornos en línea más abiertos, la hostilidad del Gobierno hacia algunos sectores de la prensa y el aumento de la autocensura, entre otros aspectos, debilitaron la posición del país en los últimos 2 años. “En términos generales, los resultados muestran un deterioro de la libertad en la red debido a una serie de acciones y desafíos en materia de libertad de expresión que han surgido en el gobierno del presidente Rodrigo Chaves Robles. Su turbulenta y tensa relación con los principales grupos mediáticos del país, así como su insistencia en atacar a periodistas y medios de comunicación específicos han afectado la calificación global de Costa Rica” (Jiménez, Rodríguez & Martínez, 2023, p. 5).

Eso sí, durante el periodo de análisis, el país avanzó en garantías de tutela para el derecho a la libertad de expresión mediante una sólida jurisprudencia constitucional sobre el derecho de acceso a la información pública y el rechazo a mecanismos de censura indirecta a la libertad de prensa.

De esta forma, en este capítulo se recoge, desde una metodología descriptiva, los principales indicadores, jurisprudencia y propuestas legislativas que se refieren al estado de la libertad de expresión en Costa Rica, durante los dos últimos años.

1.2 Percepciones sobre libertad de expresión y confianza en medios de comunicación

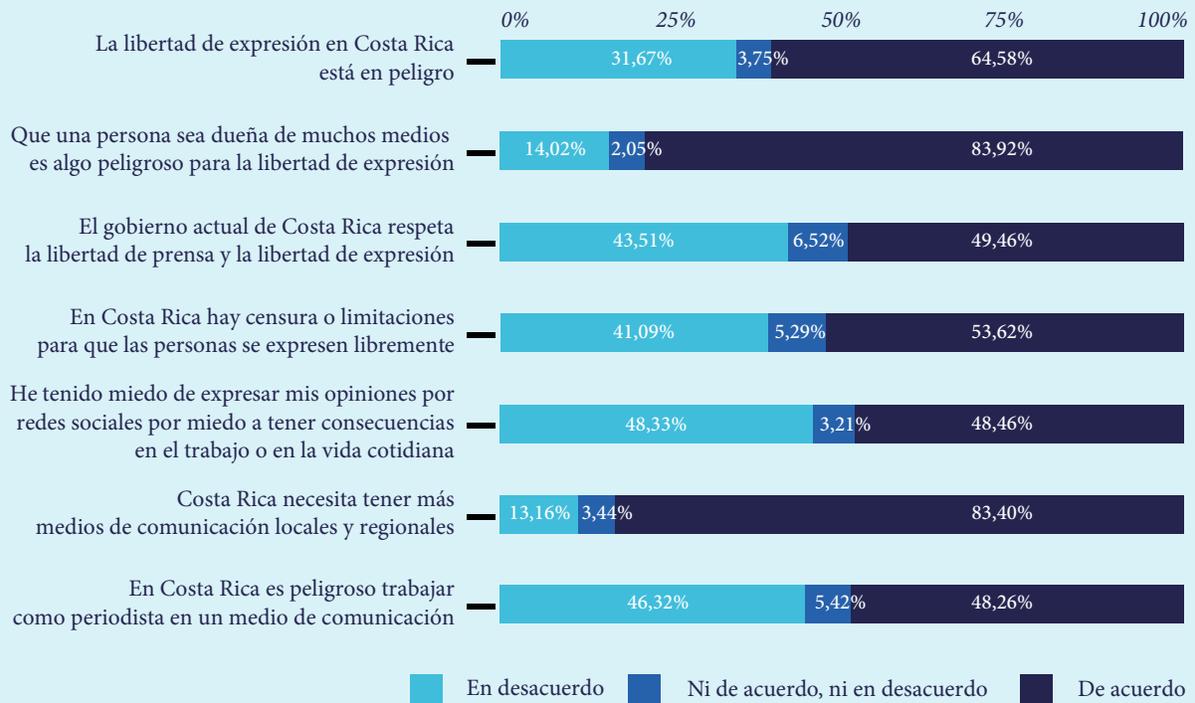
Los datos de la primera encuesta sobre libertad de expresión y confianza en medios de comunicación realizada por el Programa de Libertad de Expresión y Derecho a la Información (PROLEDI) de la Universidad de Costa Rica, con el apoyo del Centro de Investigación y Estudios Políticos (CIEP), en agosto de 2023, muestran una percepción negativa acerca de las garantías para el ejercicio del derecho a la libertad de expresión en el país².

Aunque el 96% de quienes participaron en la encuesta reconocen que la libertad de expresión es un derecho, un 65,58% señaló estar de acuerdo con la afirmación de que está actualmente en peligro y un 53% indicó que hay censura o limitaciones para expresarse libremente en Costa Rica. Las personas perciben, además, que el entorno digital es inseguro para expresar ideas u opiniones, lo que genera actitudes de autocensura. Al respecto, un 48,46% de quienes respondieron la encuesta indican que han tenido miedo de expresarse en redes sociales por eventuales consecuencias en su trabajo o en su vida cotidiana, un 43% está en desacuerdo con la frase de que el gobierno actual respeta la libertad de expresión, un 83% aboga por más medios de comunicación locales y regionales y un 48% considera que es peligroso trabajar en un medio de comunicación como periodistas (Figura 1.1).

Un contundente porcentaje del 90,8% está en desacuerdo con los ataques u ofensas a periodistas y medios (Figura 1.2), lo que hace suponer una conciencia ciudadana acerca de la importante labor del trabajo periodístico en una democracia. Aunque es clara la pérdida de confianza hacia los medios de comunicación como empresas (67,41% manifiesta un nivel de desconfianza), las personas continúan apoyando la labor de la prensa, pues el 61,41% dice confiar en el trabajo de las personas periodistas (Figura 1.3). Quienes muestran desconfianza hacia los medios consideran que no siempre dicen la verdad o que responden a los intereses de sus dueños.

² Esta encuesta se aplicó a personas mayores de 18 años que cuentan con una línea de teléfono celular. El equipo del Centro de Investigación y Estudios Políticos (CIEP) completó 1004 entrevistas telefónicas a personas mayores de 18 años, entre el lunes 28 de agosto y el viernes 1 de septiembre de 2023. Disponible en: <https://proledi.ucr.ac.cr/wp-content/uploads/2023/10/Informe-Encuesta-de-Libertad-de-Expresio%CC%81n-en-Costa-Rica-2023.pdf>

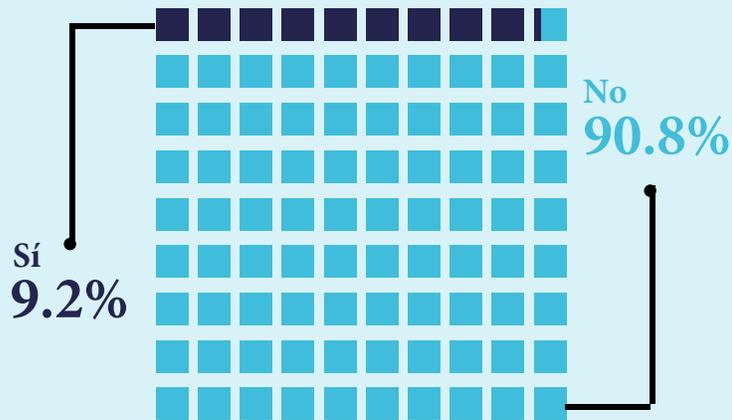
Figura 1.1 Percepciones sobre libertad de expresión en Costa Rica.



Fuente: PROLEDI-CIEP, 2023. Encuesta sobre libertad de expresión y confianza en medios.

Figura 1.2 Nivel de acuerdo o desacuerdo con ataques a periodistas y medios de comunicación.

¿Está de acuerdo con estos ataques u ofensas a medios y periodistas?



Fuente: PROLEDI-CIEP, 2023. Encuesta sobre libertad de expresión y confianza en medios.

Figura 1.3 Nivel de confianza en medios de comunicación y periodistas.



El país comparte con otras naciones centroamericanas, la percepción de que existen formas de censura y autocensura para el trabajo de la prensa. En el Informe del estado de la libertad de expresión y la seguridad del ejercicio periodístico en Centroamérica (2023), elaborado por el Programa de Libertad de Expresión y Derecho a la Información (PROLEDI) con el apoyo de la Fundación Heinrich Böll, se reporta cómo el 66% de las personas comunicadoras, que respondieron el cuestionario, afirma haber recibido acoso digital por su trabajo. En Costa Rica, Nicaragua, El Salvador y Guatemala las personas que respondieron afirmativamente superaron a las que contestaron que no. En general, se menciona la utilización de insultos, sobrenombres y mensajes ofensivos como la principal forma de acoso digital. También señalan la existencia de campañas de difamación diarias en redes sociales dirigidas hacia medios o periodistas, así como la recepción de mensajes en las cuentas de redes sociales y correos electrónicos con un carácter intimidatorio, agresivo o amenazante.

Mientras tanto, en el monitoreo sobre alertas de violación en perjuicio de la libertad de expresión contra periodistas y personas comunicadoras en Costa Rica (2023), elaborado por el Instituto de Prensa y Libertad de Expresión (Iplex), revela que en un año se cuadruplicaron la cantidad de alertas pasando de siete (en 2022) a 28. La metodología utilizada en la confección del informe, considera cinco posibles fuentes de agresión:

estatales, no estatales, paraestatales, grupos al margen de la ley y fuentes no identificadas. Los datos revelaron que, de los 38 casos registrados, 28 fueron atribuidos a fuentes estatales, nueve a fuentes no estatales y una sin ningún tipo de fuente de agresión identificada. También se identificaron cinco de las 13 clasificaciones que la metodología contempla respecto al tipo de vulneración. Estas fueron: discurso estigmatizante, restricción al acceso a la información, violación del libre acceso a la información, agresión y condena.

En el mismo sentido, se suma el informe sobre el ejercicio de los derechos humanos en Costa Rica del secretario de Estado de los Estados Unidos, Antony Blinken, que advierte sobre los ataques del presidente Chaves a la prensa. El reporte llama la atención sobre el incremento en los ataques verbales y la intimidación de funcionarios públicos, entre ellos el mandatario, contra la prensa crítica hacia su gestión³.

1.3 Publicidad oficial y libertad de expresión

La tesis del gobierno del presidente Chaves de “democratizar la pauta” generó un debate acerca de los riesgos que comporta el uso de la publicidad estatal para premiar o sancionar líneas editoriales. La de-

³ La Nación, 22 de abril de 2024. Estados Unidos alerta sobre ataques de Rodrigo Chaves a la prensa. <https://www.nacion.com/el-pais/politica/estados-unidos-alerta-sobre-ataques-de-rodrico/QJNYRSW4WJFURFXQJOV6N45HMI/story/>

cisión del Ejecutivo de concentrar recursos destinados a la publicidad, de distintas instituciones del Estado, en la agencia del Sinart fue cuestionada por la Contraloría General de la República, la Asamblea Legislativa y distintos sectores sociales.

En agosto del 2022, la periodista Vilma Ibarra del programa de opinión independiente *Hablando Claro*, que se transmite por Radio Columbia, denunció la existencia de un mensaje de *WhatsApp* enviado por la entonces ministra de Comunicación, Patricia Navarro, a los jerarcas de instituciones del Estado, con la directriz de negarle entrevistas y publicidad estatal a 4 medios de comunicación críticos al Gobierno: *La Nación*, Canal 7, *CRHoy.com* y el programa a cargo de Ibarra⁴. Este caso lo conoció la Sala Constitucional la que, si bien no tuvo por probada la existencia del mensaje, acogió parcialmente el recurso de amparo interpuesto por la periodista, con advertencias al gobierno del presidente Chaves sobre los riesgos de este tipo de prácticas. En noviembre de 2023, la entonces exministra confirmó la veracidad de la directriz⁵.

Para junio de 2023, 14 instituciones públicas habían redireccionado cerca de 8 mil millones de colones para colocar y distribuir pauta del Estado, manejar redes sociales, realizar campañas publicitarias, producir videos y cuñas de radio a la agencia de publicidad del Sinart⁶. El cuestionamiento más recurrente, por parte de los sectores políticos y periodísticos, es que la política del gobierno es asignar más recursos publicitarios a medios de comunicación afines, es decir, la utilización de los recursos públicos para premiar o castigar líneas editoriales; práctica contraria a los estándares interamericanos sobre libertad de expresión⁷. Según la exminis-

4 Periodista Vilma Ibarra denuncia, en Sala IV, directriz de ministra para negarle entrevistas. *La Nación*, 5 de agosto de 2022. <https://www.nacion.com/el-pais/politica/periodista-vilma-ibarra-denuncia-en-sala-iv/OVE5L42WSFFV-5JWLAYIET24644/story/>

5 Exministra confirma veracidad de orden de suspender publicidad en 4 medios. *La Nación*, 1 de noviembre de 2023. <https://www.nacion.com/el-pais/politica/exministra-confirma-veracidad-de-orden-de/KX5HY3BW4NB5XAFEQ56S-Q3USGM/story/>

6 Sinart concentra contratos de publicidad estatal por € 8.000 millones. *La Nación*, 6 de junio de 2023. <https://www.nacion.com/el-pais/politica/sinart-concentra-contratos-de-publicidad-estatal/KXGE7MZFZJE37KXYWKQ-DXV42D4/story/>

7 Sinart invitó al líder antivacunas a ser proveedor único de publicidad del Gobierno. *CRHoy.com*, 26 de mayo 2023. <https://www.crhoy.com/nacionales/sinart-invito-a-lider-antivacunas-a-ser-proveedor-unico-de-publicidad-del-gobierno/>

Diputados ponen el ojo al manejo de publicidad estatal por parte del SINART. *CRHoy.com*, 30 de mayo de 2023. <https://www.crhoy.com/nacionales/videos-diputados-ponen-el-ojo-a-manejo-de-publicidad-estatal-por-parte-del-sinart/>

tra de Comunicación, Patricia Navarro, la democratización de la pauta del Gobierno “es pagar para que hablen bien de Rodrigo Chaves”⁸.

En septiembre de 2023, la Asamblea Legislativa acordó integrar una comisión investigadora de los contratos de distintas instituciones con esta agencia estatal y de las eventuales presiones para beneficiar a medios de comunicación favorables al Gobierno⁹. En el marco de la investigación, la presidenta ejecutiva de la Junta de Protección Social confirmó que el presidente Chaves giró la orden de sacar el programa *La Rueda de la Fortuna del Canal 7* de televisión y pautarlo en Canal 13¹⁰, mientras que la exdirectora comercial de Kolbi señaló presiones para contratar a la agencia de publicidad del Sinart y reducir pauta en algunos medios¹¹.

El dictamen de mayoría de la comisión legislativa tiene por demostrado que “la agencia de publicidad de Sinart fue utilizada con la finalidad de concentrar toda la pauta del estado y que fuese politizada con el fin de asignarla a medios afines al Gobierno de la República”.

Tanto el Programa de Libertad de Expresión y Derecho a la Información de la Universidad de Costa Rica como el Colegio de Periodistas y Profesionales en Ciencias de la Comunicación Colectiva sostienen la necesidad de que el país cuente con un marco regulatorio que establezca criterios técnicos y de interés público en la asignación de la pauta publicitaria¹².

8 Democratización de pauta del Gobierno es pagar para que hablen bien de Rodrigo Chaves. *La Nación*, 23 de octubre de 2023. <https://www.nacion.com/el-pais/politica/la-democratizacion-de-pauta-del-gobierno-es-pagar/DUL5QPNI-WZCFZNNY322GLAL6RY/story/>

9 Expediente No. 23933. COMISIÓN ESPECIAL INVESTIGADORA DE LAS CONTRATACIONES RELACIONADAS CON PUBLICIDAD Y EMPRESAS DE MEDIOS ALTERNATIVOS Y MEDIOS TRADICIONALES, ASÍ COMO PERSONAS FÍSICAS, DONDE SE ENCUENTRA RELACIONADO EL BCIE, EL SINART, LA AGENCIA DE PUBLICIDAD DEL SINART Y LAS DIVERSAS INSTITUCIONES DEL ESTADO QUE HAN HECHO CONTRATACIÓN CON DICHA AGENCIA.

Diputados aprueban crear Comisión para investigar contratos de agencia de publicidad del SINART. *El Observador*, 13 de septiembre de 2023. <https://observador.cr/diputados-aprueban-crear-comision-para-investigar-contratos-de-agencia-de-publicidad-del-sinart/>

10 Esmeralda Britton confirma orden de Rodrigo Chaves: “Se salen de canal 7 y punto”. *La Nación*, 31 de octubre de 2023. <https://www.nacion.com/el-pais/politica/esmeralda-britton-confirma-orden-de-rodrigo-chaves/MXEGS-HTE7RHL5A3AZMVJ4346TA/story/?text=Por+Aarón+Sequeira+y+Natasha,y+trasladarlo+a+canal+13.>

11 Exdirectora comercial de Kolbi dice que hubo “muchas presiones” para contratar a la agencia de publicidad del SINART y reducir pauta en otros medios. *El Observador*, 13 de noviembre de 2023. <https://observador.cr/exdirectora-comercial-de-kolbi-dice-que-hubo-muchas-presiones-para-contratar-a-la-agencia-de-publicidad-de-sinart-y-reducir-pauta-en-otros-medios/>

12 Boza, Giselle. *La Nación*, 31 de octubre de 2023. Publicidad oficial

1.4 El vencimiento de las concesiones de los servicios de radio y televisión de señal abierta y gratuita

El vencimiento de las frecuencias de radio y televisión llegó sin que el Poder Ejecutivo definiera una posición clara en cuanto a la prórroga de los contratos de concesión o la convocatoria a un concurso público. Solo el filo del vencimiento, el gobierno anunció una ampliación del plazo de vigencia de las concesiones por 15 meses mientras se procede con la apertura del concurso público para la asignación de las frecuencias del espectro radioeléctrico¹³.

Según datos de Jiménez (2023) en el país existen aproximadamente 163 frecuencias del espectro radioeléctrico para servicios de radiodifusión sonora o televisiva, de las cuales 139 están concesionadas y 24 se encuentran libres. Estas concesiones vencieron en junio anterior, de acuerdo con los contratos suscritos con los concesionarios por un plazo de vigencia de 20 años, conforme con el Reglamento de Radiocomunicaciones (Decreto Ejecutivo N.º 31608, de 24 de junio de 2004)¹⁴. Este reglamento, ya derogado, establecía que, una vez vencidos los plazos, los concesionarios tendrían derecho a una prórroga automática si lo solicitaran con al menos 3 meses de antelación a su vencimiento.

El Poder Ejecutivo, frente a la presión que implica el vencimiento del plazo de las concesiones y sin tener clara una solución de política pública, atribuyó al órgano regulador los atrasos en la definición¹⁵. De acuerdo con el Ministerio de Ciencia, Innovación, Tecnología y Telecomunicaciones (Micitt), la decisión de promover un concurso público “marca un hito en la democratización del uso del espectro radioeléctrico y en el fortalecimiento de la libertad de pensamiento, de expresión y el acceso a la libre información. Actualmente, el Poder Ejecutivo estudia los dictámenes de la Superintendencia de Telecomunicaciones (Sutel) sobre las solicitudes de

requiere normas para evitar abusos. <https://www.nacion.com/etiqueta/publicidad-oficial/>. Colper defiende publicidad estatal con criterios técnicos y liderazgo de profesionales en comunicación. <https://colper.or.cr/colper-no-tiene-300-medios-de-comunicacion-registrados-copy/>

13 <https://www.micitt.go.cr/el-sector-informa/gobierno-de-la-republica-anuncia-historico-concurso-de-frecuencias-de-radio-y>

14 Este Reglamento fue derogado por el artículo 180 del Decreto Ejecutivo N.º 34765 del 22 de septiembre de 2008.

15 Semanario Universidad. Sutel responde al presidente y jerarca del MICITT ante críticas sobre frecuencias de radio y televisión. <https://semanariouniversidad.com/pais/sutel-responde-al-presidente-y-jerarca-del-micitt-ante-criticas-sobre-frecuencias-de-radio-y-television/>

prórroga planteadas por los concesionarios¹⁶.

Un informe dado a conocer por la Sutel indica que de las 98 solicitudes para ampliar el plazo de la concesión, 69 obtuvieron dictamen positivo, 7 incumplieron algunos requisitos y 22 concesionarios obtuvieron un dictamen negativo (13 en FM, 5 en AM y 4 en televisión)¹⁷.

Sobre la demanda de espectro para servicios de radiodifusión, en septiembre de 2022, el Micitt había solicitado a la Sutel la elaboración de un estudio de necesidad y factibilidad para un eventual proceso concursal. Como parte del procedimiento, el 2 de octubre de ese año se publicó en el diario oficial La Gaceta la consulta pública sobre interés y demanda en las bandas destinadas para este tipo de servicio¹⁸. Uno de los principales hallazgos de la consulta es que existe un exceso de demanda en las bandas de radio FM, ya que se identificaron 99 potenciales operadores interesados, mientras solo existe espacio para 45 emisoras. Además, se presentaron 44 interesados en un canal de televisión y 19 interesados en frecuencias AM.

Al respecto, la Defensoría de los Habitantes demandó al Poder Ejecutivo la ampliación de las concesiones por un plazo suficiente que le permita a la Asamblea Legislativa “discutir una nueva ley, que venga no solo a regular el otorgamiento de las frecuencias de radio y televisión con criterios actuales, razonables en materia técnica y legal; sino también todo lo vinculado a la valoración económica de los cánones”. De acuerdo con este órgano de control, no se cuenta con la claridad requerida acerca de cómo y durante cuánto tiempo se estarían prorrogando dichas concesiones¹⁹.

16 La Nación. Micitt prorrogará vía decreto concesiones de radio y televisión que expiran este mes. <https://www.nacion.com/el-pais/servicios/micitt-prorrogara-con-decreto-concesiones-de-radio/AVPIHIVZZ5E65NRF3ZF3OSUGGI/story/>

17 Semanario Universidad. Sutel remitió dictamen negativo para 22 solicitudes de prórroga por uso de frecuencias de radio y televisión. <https://semanariouniversidad.com/pais/sutel-remitio-dictamen-negativo-para-22-solicitudes-de-prorroga-por-uso-de-frecuencias-de-radio-y-television/>

18 Diario oficial La Gaceta No. 180, del 2 de octubre de 2023.

19 Prórroga de concesiones de radio y TV es un paso, pero urge una legislación moderna <https://www.dhr.go.cr/index.php/mas/comunicacion/comunicados-de-prensa/prorroga-de-concesiones-de-radio-y-tv-es-un-paso-pero-urge-una-legislacion-moderna>

1.5 Jurisprudencia de la Sala Constitucional confirma estándares interamericanos sobre libertad de expresión

La tensa relación prensa-gobierno motivó que la Sala Constitucional dictara una serie de resoluciones relevantes sobre el derecho a la libertad de expresión y el acceso a la información de interés público, en las que figuran como recurrentes periodistas de distintos medios de comunicación del país. El órgano jurisdiccional incorpora, en estas resoluciones, importantes estándares desarrollados por la Corte Interamericana de Derechos Humanos en su jurisprudencia, como la prohibición a los Estados de utilizar mecanismos de restricción indirecta de la libertad de expresión, los riesgos para el ejercicio periodístico de los ataques verbales de las autoridades públicas o la mayor tolerancia hacia la crítica que deben exhibir quienes ocupan puestos públicos.

1.5.1 Los mecanismos de censura velada son inadmisibles en un Estado de Derecho

Durante el periodo de análisis, la sentencia con mayor resonancia fue la que resolvió el asunto del cierre del Parque Viva del Grupo Nación por parte del Poder Ejecutivo. En esta resolución, el Tribunal Constitucional, al declarar con lugar el recurso de amparo interpuesto por periodistas del medio de comunicación, consideró que el cierre de este negocio comercial se utilizó, por parte del gobierno, como un mecanismo de restricción indirecta de la libertad de expresión (censura velada).

Para el órgano jurisdiccional, la orden sanitaria, calificada como arbitraria y desproporcionada, se dispuso en el contexto de una serie de ataques del presidente Chaves al periódico La Nación como consecuencia de la cobertura periodística del medio a temas como las acusaciones por acoso sexual en el Banco Mundial o las denuncias por una aparente estructura paralela de financiamiento de la campaña electoral del hoy mandatario.

...la restricción a la libertad de expresión en este tipo de situaciones no sólo afecta al medio de comunicación (persona jurídica), sino también a las personas naturales (desde accionistas hasta los periodistas que allí laboran). Concomitantemente, es claro que el cierre de Parque Viva,

según los términos acá expuestos, se traduce también en una especie de llamada de atención o de advertencia para el medio de comunicación Diario La Nación en virtud de su línea editorial, pretendiéndose con esto su giro a favor del gobierno o, simplemente, producir un efecto disuasivo o atemorizador y, con ello, callar o aplacar por completo las voces de su director y de los periodistas. Un claro e incuestionable aviso girado al Periódico La Nación para que se abstenga de incurrir en los hechos ya descritos, sea, la publicación de noticias que perjudiquen la imagen del mandatario o del gobierno en general. Se castiga, entonces, por lo ya publicado y dado a conocer respecto al mandatario, su partido político y su forma de pretender gobernar, pero, también, se gira una advertencia para que este tipo de noticias no se vuelvan a divulgar a la ciudadanía. Además, es importante hacer notar que este mensaje amenazante que atenta contra la libertad de expresión no sólo se envía al Diario La Nación, sino, también, peligrosamente, al resto de medios de comunicación del país que osen publicar alguna noticia en contra del Presidente y de su gobierno. (Sala Constitucional, Resolución No. 25167-2022).

La Sala sostiene que el cierre de Parque Viva se llevó a cabo con abuso de poder, a través de un mecanismo indirecto (disfrazado de acción legítima), con un propósito claramente distinto al que se señaló, tanto en la orden sanitaria como ante la Sala Constitucional. “...nos encontramos frente a lo que este Tribunal ya ha denominado (...) una forma perversa y antidemocrática de utilizar el poder del Estado para dirigir la opinión, según un sistema de “premio o castigo”, a quienes ejercen la libertad de prensa y libre expresión garantizada constitucional y convencionalmente” (Sala Constitucional, 2022).

1.5.2 La prohibición de dar declaraciones a la prensa es violatoria de la libertad de expresión

En otra de las sentencias relevantes, la Sala Constitucional declara parcialmente con lugar un recurso de amparo, interpuesto por un periodista contra la entonces ministra de Salud, por un oficio en el que se ordenaba que las personas funcionarias de la insti-

tución no brindaran declaraciones a la prensa sin antes contar con la autorización del despacho de la jerarca. La resolución indica que

...aunque es cierto que la política de comunicación define las vocerías, entendiéndolas como las personas o designadas para expresar pública y oficialmente la posición, criterio o reflexión de una institución, también es lo cierto que todo funcionario público tiene el derecho de compartir su visión particular y personal con respecto al funcionamiento de la institución, así como a suministrar información que considere relevante para prevenir, detectar o erradicar actos contrarios a los principios y normas éticas, de buen manejo de los fondos públicos y de buen funcionamiento del ejercicio de la función pública o la prestación de un servicio público...(Sala Constitucional, Resolución N.º.23075-2022, párr. VII).

La tesis de la Sala es que esta parte de la disposición administrativa de la ministra vulnera el derecho de acceso a la información pública y la libertad de prensa del periodista recurrente, así como la libertad de expresión de las personas funcionarias.

1.5.3. Los gobiernos deben abstenerse de prácticas que obstaculizan el acceso a la información pública

El Tribunal constitucional conoció también del amparo interpuesto por la periodista Vilma Ibarra del programa Hablando Claro de Radio Columbia por un comunicado emitido, vía WhatsApp, por la entonces ministra de Comunicación y dirigido a las personas jefes de Gobierno en el que se les instaba a suspender, con carácter de urgencia, todo tipo de publicidad estatal a los medios Amelia Rueda, La Nación, CRHoy y Canal 7. Asimismo, en ese comunicado se les instaba, con carácter de urgencia, a no participar en entrevistas en Hablando Claro y Amelia Rueda.

Si bien la Sala no tuvo por demostrada la existencia de la orden o directriz que cuestiona la recurrente²⁰, si recuerda al gobierno que:

...las prácticas que obstaculizan el acceso a la información, como lo es el impedir informar

20 La existencia de la directriz fue confirmada posteriormente por la exministra de Comunicación, Patricia Navarro. <https://www.nacion.com/el-pais/politica/exministra-confirma-veracidad-de-orden-de/KX5HY3BW4NB5XA-FEQ56SQ3USGM/story/>

sobre determinados eventos o decisiones, rehusarse a brindar entrevistas a diversos medios de comunicación, no invitarlos a formar parte de conferencias o ruedas de prensa, limitarles la publicidad, impedir el acceso a insumos necesarios para la divulgación, entre otras variables relacionadas con la censura directa o indirecta, no pueden ni deben ser avaladas por un Tribunal Constitucional, por la elemental razón de que su acceso y entrega oportuna tiene que hacerse a través de un proceso fácil, expedito y sin complicaciones, que garantice a la población y, en general a la opinión pública, el derecho a la información y a la libertad de expresión. (Sala Constitucional, Resolución N.º. 23107-2022)

1.5.4. Los ataques verbales del presidente Chaves a la prensa son contrarios a la obligación de garantía de los Estados

En otro de los votos relevantes, el Tribunal Constitucional condena los ataques verbales del presidente Chaves y la exministra de Salud, Joselyn Chacón contra periodistas de varios medios, entre ellos contra el comunicador recurrente del medio digital CRHoy. Al valorar la libertad de expresión de quien ejerce el poder público frente a la libertad de prensa, el órgano jurisdiccional sostiene que:

...la intervención del funcionario público contribuye a que la opinión pública se forme una idea aproximada sobre el tema en discusión, de manera tal que tiene la versión del medio o del periodista y la del funcionario público. Sin embargo, es claro que la intervención del funcionario público, y como mayor razón tratándose del presidente de la República o de un (a) ministro (a) de Estado, no debe utilizar ese derecho que le reconoce el derecho de la constitución y los instrumentos internacionales de derechos humanos para promover el hostigamiento hacia la prensa, así como acciones que puedan atentar contra la integridad física y la vida de los periodistas o los bienes del medio de comunicación. Mucho menos impedir que el medio o los periodistas puedan seguir informando sobre el tema u otros a través de acciones, tales como, pero no exclusivas: negarles un espacio en las conferen-

cias de prensa, impedir la acreditación en eventos de interés público, etc. (Sala Constitucional, Resolución No. 12085-2023).

La Sala considera que es desafortunado que tales funcionarios, quienes tienen el deber de ejercer su labor con los más altos estándares de respeto hacia la labor que realiza la prensa, utilicen tales palabras para referirse a periodistas de tres medios de prensa -en concreto a La Nación, CRHoy y Teletica-, incluido específicamente el amparado, como “*malditos*”, “*sicarios políticos*”, “*asesinos a sueldo*”, “*banda*”, o bien, “*montón de lobos*”.

Resulta claro que, con independencia de si consideran que en algún tema en particular la investigación realizada por los medios de prensa -a su juicio- es incompleta o imparcial, es absolutamente reprochable que utilicen ese tipo de frases, pues no contribuyen al fortalecimiento de la prensa en una Democracia o bien, a clarificar el contenido del hecho noticioso mediante el debate o expresión respetuosa de la postura del agente público, lo que resulta cardinal para el resguardo del interés público que subyace en la exposición de posturas en orden a que la colectividad pueda tener los puntos de vista que le permitan tener una opinión informada del tema objeto de debate (Sala Constitucional, Resolución N.º 12085-2023).

1.5.5. El deber de responder a los cuestionamientos de la prensa y entregar información de interés público

Periodistas de Doble Check, la plataforma de verificación de las radioemisoras de la Universidad de Costa Rica, plantearon un recurso de amparo contra el Ministro de Comunicación y el jefe de Prensa de Casa Presidencial por la reiterada omisión a consultas sobre declaraciones del presidente Chaves, planteadas por el medio de comunicación entre febrero y agosto de 2023. Las consultas estaban relacionadas con afirmaciones del mandatario sobre los precios del arroz, el porcentaje de población migrante, la posición del país en un informe internacional de lucha contra la corrupción y las cifras que el presidente ha mencionado para respaldar la exploración de posibles yacimientos de petróleo y gas natural.

En la resolución, que declara con lugar el recur-

so, la Sala Constitucional recuerda que:

...el artículo 30, de la Constitución Política recoge el derecho de las personas de acceder a la información de interés público en poder de las autoridades y -consecuentemente- el deber de estas de entregar dicha información de forma inmediata si lo pedido está disponible y todo lo anterior sin perjuicio la existencia de posibles excepciones en las que la información debe reservarse en atención a la protección de derechos e intereses relevantes, reconocidos formalmente. (Sala Constitucional, Resolución N.º 25999-2023)

La Casa Presidencial entregó la información al medio de comunicación durante el trámite del recurso de amparo.

Durante el periodo de análisis, se presentaron gran cantidad de asuntos sobre derecho de acceso a la información pública. Algunos, de los más relevantes, sobre los alcances de este derecho son:

Acceso a un diputado de la información sobre pauta publicitaria estatal. En esta resolución, el tribunal constitucional ordena al presidente de la República Rodrigo Chaves la entrega de la información sobre pauta publicitaria en medios de comunicación tanto de la administración central, como de Casa Presidencial al diputado del Frente Amplio, Ariel Robles (Sala Constitucional, Resolución N.º 5075-2023).

Transmisión en vivo de las sesiones municipales. La Sala Constitucional confirma en esta sentencia la obligatoriedad de que las sesiones de los concejos municipales sean transmitidas en vivo a la ciudadanía en aras de satisfacer el principio de publicidad, acceso a la información y transparencia de este tipo de actos (Sala Constitucional, Resolución N.º 3039-2023).

Acceso a las grabaciones de las sesiones municipales y órganos colegiados. En otra de las resoluciones, el órgano jurisdiccional da la razón a la persona recurrente ante la negativa de la Municipalidad de Jiménez de entregarle las grabaciones de las sesiones del Concejo Municipal. Según la Sala:

...en la era digital en la cual nos encontramos y en la que contamos con un sinnúmero de po-

sibilidades para recabar y respaldar información, es de especial importancia la existencia de mecanismos que brinden el resguardo correcto de esta información, dentro de la que, como se indicó de previo, se encuentran las grabaciones de las sesiones del Concejo, lo cual permite -no sólo a lo interno de la institución sino por parte de cualquier administrado -, la verificación y cotejo del contenido de las actas físicas y de cualquier otro documento emitido por dichos órganos, lo anterior como parte de la debida protección a los derecho de participación y libre acceso a la información...(Sala Constitucional, Resolución N° 4234-2023).

En el mismo sentido, la Sala Constitucional declara parcialmente con lugar un recurso de amparo interpuesto por un periodista contra la Rectoría, el Centro de Investigación en Comunicación (CICOM) y la Escuela de Ciencias de la Comunicación Colectiva (ECCC) de la Universidad de Costa Rica por la eliminación y no entrega al recurrente, de las grabaciones de las sesiones de un órgano colegiado (Sala Constitucional, Resolución N.º 4968-2023).

Prohibición de bloqueo a cuentas institucionales. La Sala Constitucional reitera su jurisprudencia acerca de los límites a los entes públicos para restringir el acceso de las personas a los perfiles institucionales en redes sociales. El órgano jurisdiccional estima que:

...el perfil de una institución pública necesariamente es público, y permite la transparencia y el control ciudadano respecto de la actuación municipal, por lo que toda limitación de acceso o cancelación de acceso a la página, debe fundarse en comprobadas razones que sean realmente graves, y de ahí que la legitimidad y proporcionalidad de medidas como el bloqueo del acceso de los usuarios al perfil de una institución pública en una red social, es de suma relevancia para evitar arbitrariedades. Distinto es el caso cuando las manifestaciones del usuario sí revistan una seria gravedad para los fines institucionales e incluso en materia de seguridad ciudadana y evidente afectación al orden público, en cuyo caso, la administración se encuentra en obligación de actuar (Sala Constitucional, Resolución

N.º 1782-2023).

Sobre el bloqueo, el Tribunal Constitucional sostiene que en la tutela de los fines públicos la tónica es que el perfil institucional en una red social sea abierto al público como medio no solo para divulgar actividades sino también para recibir comentarios, o para permitir interacción con la ciudadanía. Lo que significa, entre otros aspectos, que el acceso a un perfil en redes sociales de una institución pública no debería estar sujeto a suscripción.

Derecho de acceso a la información ambiental. La Sala Constitucional declaró con lugar un recurso de amparo interpuesto por la Fundación MarViva por la negativa de Incopeca a entregarle los resultados del estudio sobre la pesca de arrastre, denominado “Nuevas alternativas para la pesca responsable de camarón de profundidad en el Océano Pacífico costarricense”. Para la Sala,

la información se refiere a un proyecto de investigación sobre una materia, como se expuso, de interés público, lo que impone a la Administración el deber de realizar el proyecto de manera transparente. Existe, en tal supuesto, un derecho público de fiscalización de lo que la Administración realiza. El Presidente Ejecutivo explica que el proyecto de investigación no cuenta con resultados finales. Sin embargo, en la solicitud de información se hace clara referencia a un informe de avance de la investigación. Este informe, según se indica en la petición, ya está visible en el expediente administrativo. Por consiguiente, no hay razón para mantener reservados los datos y metodología que le sirven de insumo. (Sala Constitucional, Resolución N.º 1831-2024.)

La resolución agrega que el derecho a la información está asociado a otros valores fundamentales como la publicidad y la transparencia en el ejercicio de la función pública, el derecho a fiscalizar el manejo adecuado de los fondos públicos y, en este caso particular, el derecho a un ambiente sano y ecológicamente equilibrado, todos de claro interés colectivo.

1.6. Entorno regulatorio. Propuestas de ley

1.6.1. Acceso a la información pública: una ley pendiente

El país no ha logrado avanzar con un marco regulatorio sobre el derecho de acceso a la información pública. Actualmente se encuentran en corriente legislativa dos iniciativas de ley: el expediente N.º 23.113 Ley marco de acceso a la información pública (texto actualizado) y el expediente N.º 23.514 Ley general de acceso a la información pública y transparencia; además, una propuesta de reforma al artículo 30 de la Constitución Política (expediente N.º 23.420) para adicionar una serie de principios como los de publicidad y transparencia activa a la norma constitucional.

El derecho de acceso a la información pública resulta esencial para las democracias contemporáneas. La existencia de un sistema de amplias garantías para el ejercicio de este derecho por parte de la ciudadanía, sustenta el adecuado funcionamiento del sistema democrático porque posibilita la rendición de cuentas, la transparencia en la gestión pública, el control de las autoridades, la lucha contra la corrupción y el derecho a la libertad de expresión. En la región latinoamericana este derecho se ha visto fortalecido no solo mediante la existencia de marcos legales, sino también por políticas públicas en la promoción de los principios de un Estado abierto.

Costa Rica no cuenta con una ley marco de acceso a la información pública; lo que sí tenemos es una amplia y garantista jurisprudencia de la Sala Constitucional que ha venido dándole alcance y contenido al artículo 30 de nuestra Constitución Política, que establece el derecho de “acceso a los departamentos administrativos del Estado con propósitos de información sobre asuntos de interés público”.

Resulta necesario avanzar de manera urgente hacia una ley marco de acceso a la información, que recoja los principios desarrollados por la jurisdicción constitucional y que establezca además un régimen de procedimientos y sanciones. Una tesis de quienes se oponen a la existencia de instrumentos legales para garantizar el derecho de acceso a la información pública es que existe una vastísima y garantista jurisprudencia de la Sala Constitucional y que resulta riesgoso tutelarlos

por la vía de la ley ordinaria porque se debilitaría la tutela en la jurisdicción constitucional. La respuesta a esta inquietud es que depende de los contenidos del marco legal que se apruebe.

El Programa de Libertad de Expresión y Derecho a la Información de la Universidad de Costa Rica considera que los objetivos de una ley se deben fundamentar en:

- a) La necesidad de un desarrollo legal y reglamentario de este derecho para establecer mecanismos y procedimientos claros para facilitar el acceso de las personas a la información en poder de los entes públicos.
- b) La existencia de un régimen sancionatorio para imponer responsabilidades al funcionario público que obstaculice o violenta el acceso de las personas a la información pública.
- c) El avance en políticas afirmativas que garanticen el acceso de las personas en condición de vulnerabilidad a la información pública y el principio de igualdad y no discriminación.
- d) La garantía del acceso a información de interés público que se encuentra no solo en entes de carácter público sino también en otros actores sociales o empresariales (por ejemplo la información ambiental).
- e) El fortalecimiento del ejercicio de la libertad de prensa.
- d) El impulso a una cultura institucional de buenas prácticas sobre la información pública.

1.6.2 Expediente N.º 23.113, Ley marco de acceso a la información pública (texto actualizado)

El texto tiene algunos aspectos positivos para un marco regulatorio sobre acceso a la información pública.

- a) No establece un régimen de excepciones al derecho, como se establecía en iniciativas anteriores, sino que remite a los límites derivados de la Constitución Política, instrumentos internacionales o la ley además establece el principio de interpretación restrictiva de los límites (artículo 6).

b) Amplía los sujetos obligados a personas jurídicas de derecho privado que custodien, administren o exploten fondos, bienes o servicios de la Administración pública, e incluye, a los partidos políticos (artículo 5). Esta obligación de sujetos privados podría extenderse aún más para aquellos casos de información de interés público en manos de particulares, por ejemplo, la información ambiental.

c) Crea un procedimiento claro y expedito para acceder a la información (artículos 9 al 13). Sin embargo, amplió el plazo de la versión original de 5 a 10 días. Si bien, este es el plazo que deriva de la regulación del derecho de petición y del artículo 32 de la Ley de la Jurisdicción Constitucional, sería un avance importante disminuir ese plazo.

d) Se incluye la obligación de la administración pública de promover la igualdad de oportunidades en el acceso a la información para todos los sectores de la población y la inclusión de información oficiosa útil y relevante para sectores en condiciones de vulnerabilidad.

e) Establece que la omisión del sujeto obligado de suministrar la información en el plazo establecido o las acciones contrarias al derecho, por parte de la administración, abre la vía a la tutela en la jurisdicción constitucional, por vía del recurso de amparo (artículo 14). Este tema es muy relevante para no debilitar la tutela constitucional.

f) En el artículo 17 incluye la obligación de los entes públicos de informar sobre las medidas afirmativas implementadas para garantizar que los grupos en situación de vulnerabilidad pueden ejercer, en igualdad de condiciones y no discriminación, el derecho de acceso a la información pública.

g) Este texto actualizado avanza en clarificar el régimen sancionatorio aplicable.

h) El texto incorpora, en el artículo 2, el principio de inclusión, para que se considere la diversidad étnica y el derecho al uso y reconocimiento de las lenguas originarias en el caso de

los pueblos indígenas.

i) El nuevo texto opta por dejar a criterio de los entes públicos la creación o no de oficinas responsables, lo que parece un desacierto porque diluye la responsabilidad al interior de las administraciones públicas, lo mismo que la articulación de las políticas institucionales. Asimismo, elimina la existencia de un órgano garante, lo que debilita la rendición de cuentas en esta materia.

j) El proyecto en su texto sustitutivo omite toda la referencia a la protección del ejercicio de la libertad de prensa, como la versión original, lo que debilita las acciones para reconocer la importancia de acceder a la información en poder del Estado por parte de los medios de comunicación y periodistas.

1.6.3 Expediente N.º 23.514, Ley general de acceso a la información pública y transparencia

La iniciativa retoma algunos de los aspectos propuestos en el expediente 23.113, que resultan relevantes para una ley en la materia:

a) Amplía también los sujetos obligados a personas jurídicas de derecho privado que custodien, administren o exploten fondos, bienes o servicios públicos. Omite ampliar la obligación a aquellos sujetos que, si bien no manejan fondos públicos, guardan información de relevancia pública. (por ejemplo la información ambiental para las comunidades) o los partidos políticos.

b) El régimen de excepciones (artículo 9) es muy amplio, lo que podría dar lugar a interpretaciones restrictivas del derecho de acceso: la información declarada como secreto de estado, los datos personales y las comunicaciones privadas que no configuren interés público, información cuya divulgación ponga en riesgo la vida, la seguridad o la salud de cualquier persona, la información no divulgada referente a los secretos comerciales e industriales, información privada cuyo acceso público se prohíbe por mandato constitucional o legal, las auditorías en proceso de elaboración.

c) El artículo 10 establece expresamente la prohibición de discriminación en el acceso a la información, sin embargo, no establece obligaciones positivas a cargo del Estado.

d) La obligación de crear oficinas encargadas de garantizar este derecho es un aspecto positivo. Según el artículo 14, los sujetos obligados deberán crear órganos competentes que aseguren el acceso a la información pública y transparencia, según corresponda, de acuerdo con sus capacidades administrativas y financieras.

e) El plazo de entrega en 5 días garantiza un acceso más expedito a la información, lo que mejora el tiempo que establece la ley que regula el derecho de petición y la Ley de la Jurisdicción Constitucional.

f) La existencia de un régimen sancionatorio en la ley garantiza un mayor nivel de exigibilidad del derecho.

g) Las funciones de garantía del derecho a cargo de la Defensoría de los Habitantes es un aspecto de control que fortalece el seguimiento institucional.

1.6.4 Expediente N.º 23.420, reforma al artículo 30 de la Constitución Política

La iniciativa pretende ampliar el contenido del artículo 30 constitucional para incluir una serie de principios que dan sustento al desarrollo y ejecución del derecho de acceso a la información pública, entre ellos los principios de publicidad y transparencia activa, la garantía de acceso sin necesidad de acreditar interés alguno, la obligación de establecer por ley los mecanismos y procedimientos administrativos, la modernización de la plataforma tecnológica del Estado, el ejercicio pleno de la libertad de expresión y prensa, y el acceso de los medios de comunicación a la información en poder del Estado. La especificidad de la reforma parece ser propia de una ley, más que de una reforma constitucional.

Ese artículo 30 constitucional con la redacción actual le ha permitido a la Sala Constitucional un amplio y garantista desarrollo de la jurisprudencia sobre los alcances del derecho de acceso a la información pública.

1.6.5 Expediente No.23.673. Reforma de los artículos 11, 17,18, 21,22, 23 y adición de los artículos 23 bis, 28 y 29 a la Ley No. 1758, Ley de Radio, de 19 de junio de 1954

1.6.5.1. El contexto de la radiodifusión en Costa Rica

Es claro que el país no cuenta con un régimen jurídico específico para los servicios de radiodifusión sonora y televisiva. Lo que existe es un marco regulador confuso y omiso: una obsoleta Ley de Radio de 1954 que se integra en algunos aspectos con la Ley General de Telecomunicaciones del 2008; ambos marcos normativos conforman un régimen mixto de regulación que no resuelve la ausencia de claridad y especificidad en temas como las normas especiales para los concursos, el régimen sancionatorio y tributario, los mecanismos para evitar la concentración de frecuencias en pocas manos, las restricciones para la cesión de frecuencias entre particulares o los mecanismos para promover el pluralismo y la diversidad en los servicios.

La Procuraduría General de la República, en el dictamen C-110-2016, sostiene que si bien la Ley General de Telecomunicaciones impone el concurso como medio para otorgar la concesión para servicios de radiodifusión sonora y televisiva, no fija las reglas especiales como sí lo hace para las redes públicas de telecomunicaciones. En ese mismo dictamen, la Procuraduría considera que la Ley General de Telecomunicaciones no alcanza para la regulación del servicio y considera excluidos el régimen sancionatorio y el tributario.

Adicionalmente, el sistema normativo no cuenta con garantías necesarias para el reconocimiento de la diversidad y pluralidad en los servicios. Costa Rica no reconoce en su legislación la existencia de medios de uso social, entre ellos los comunitarios. Estos aspectos tienen un impacto definitivo en el tipo de servicios y en el ecosistema mediático y consecuentemente, en las posibilidades de acceso a los medios de comunicación.

El sistema interamericano de derechos humanos ha desarrollado, en los últimos años una vastísima doctrina sobre los alcances del derecho a la libertad de expresión en los servicios de radiodifusión y ha señalado las obligaciones de los Estados con el pluralismo y la diversidad:

Para conseguir dicha finalidad, es preciso que

el Estado democratice su acceso de manera tal que reconozca, fomente o incentive las formas y usos diversos que cada sector puede adoptar para acceder y operar estos medios y, por consiguiente, cree espacios para formas diferenciadas de medios de comunicación y los correspondientes instrumentos legales para conferirles seguridad jurídica (Sentencia Corte Interamericana de Derechos Humanos Caso Pueblos Indígenas Maya Kaqchikel de Sumpango y otros vs. Guatemala, sentencia del 6 de octubre de 2022).

Con el vencimiento de las concesiones de radio y televisión y un eventual concurso público para la asignación de frecuencias, Costa Rica tiene la oportunidad de plantearse un avance normativo para un mejor aprovechamiento de los servicios de radiodifusión sonora y televisiva.

1.6.5.2. Sobre el proyecto de ley de reforma a la Ley de Radio

La reforma de los artículos 11, 17,18, 21,22, 23 y adición de los artículos 23 bis, 28 y 29 a la Ley No. 1758, Ley de Radio, de 19 de junio de 1954, que se encuentra en corriente legislativa, resulta no solo insuficiente para atender los desafíos regulatorios de los servicios de radiodifusión sonora y televisiva en el país, sino que evidentemente lo que busca es garantizar la seguridad jurídica de los actuales concesionarios, sin reformas de fondo.

- a) La propuesta establece un régimen sancionatorio y actualiza los montos del impuesto anual a la radiodifusión. Sin embargo, omite aspectos tan importantes como establecer un mecanismo o procedimiento específico para asignar las concesiones de frecuencias para radio y televisión abiertas, distinto al que establece la Ley General de Telecomunicaciones para servicios disponibles al público.
- b) Otro aspecto negativo es que elimina la prohibición de traspasar o enajenar una frecuencia, conforme con el inc.f. artículo 17 de la Ley actualmente, mientras que autoriza la cesión a un tercero sujeta sólo al control posterior del Micit. (artículo 28 de la propuesta).
- c) No establece criterios sobre qué significan

prácticas monopolísticas en el uso de espectro, ni se asignan competencias claras a los órganos públicos para determinar qué es concentración indebida de espectro en servicios de radiodifusión.

d) Autoriza (artículo 29) la fusión, la adquisición de control accionario, las alianzas o cualquier otro acto por el que se concentren sociedades, acciones, capital social, etc., entre operadores, incluso sin el control previo del Estado, lo que vendría a consolidar las prácticas actuales de concentración.

1.6.6 Expediente 23.885, Ley para regular las nuevas formas de propaganda

1.6.6.1. Sobre el contexto de la propuesta

Las democracias actuales claman por garantías amplias para el ejercicio de la libertad de expresión frente a los nuevos desafíos que plantea el entorno digital. Sin embargo, las oleadas de información errónea o desinformación deliberada acompañadas, con frecuencia, de la proliferación de discursos de odio provocan un deterioro de la calidad de la deliberación pública. Según la Comisión Interamericana de Derechos Humanos (CIDH) , en su guía para garantizar la libertad de expresión frente a la desinformación deliberada en contextos electorales (2019) “el fenómeno resulta especialmente preocupante en contextos electorales, ya que, de ser efectivo, podría afectar la legitimidad de un proceso que es fundamental para el funcionamiento y la existencia misma de una sociedad democrática” (p.13).

Esta situación ha generado, en muchos Estados, el surgimiento de iniciativas regulatorias que deben verse con recelo ante la posibilidad de que, antes de fortalecer el debate democrático resulten restrictivas a la libertad de expresión.

La doctrina del sistema interamericano de derechos humanos sobre libertad de expresión es clara en destacar la importancia del ejercicio de este derecho en el contexto de los procesos electorales. La CIDH sostiene que “en el marco de una campaña electoral, la libertad de pensamiento y de expresión en sus dos dimensiones constituye un bastión fundamental para el debate durante el proceso electoral, debido a que se transforma en una herramienta esencial para la formación de la

opinión pública de los electores, fortalece la contienda política entre los distintos candidatos y partidos que participan en los comicios y se transforma en un auténtico instrumento de análisis de las plataformas políticas planteadas por los distintos candidatos, lo cual permite una mayor transparencia y fiscalización de las futuras autoridades y de su gestión” (Caso Ricardo Canese Vs. Paraguay, Sentencia de 31 de agosto de 2004 (Fondo, Reparaciones y Costas, párr. 88).

En ese sentido, la doctrina del sistema regional opta por una especial protección de la libertad de expresión en el debate político en el marco de las elecciones, considerando que es a partir de la diversidad de puntos de vista que se nutre la formación de la voluntad colectiva mediante el sufragio. Ese derecho incluye la protección a la propaganda electoral.

La CIDH incluye como una de las recomendaciones para los poderes legislativos de la región fortalecer los marcos legales en materia de transparencia de la publicidad electoral. “Una de las condiciones esenciales para combatir el fenómeno de la desinformación implica transparentar y dar mayor publicidad a todo el proceso electoral. La mayoría de los regímenes electorales de la región ya incluyen obligaciones de transparencia, especialmente en cabeza de partidos políticos. Asimismo, muchos también incluyen obligaciones especiales como, por ejemplo, señalar que ciertos mensajes o avisos son emitidos en el marco de campañas electorales, contratados por cierto partido político o alianza electoral o terceros, etcétera” (p.36).

Se mencionan obligaciones como referirse al origen del aviso, la entidad o partido político contratante, los montos invertidos, los criterios que se utilizan para el direccionamiento de los mensajes, entre otros, sin que esto afecte el derecho de las personas ciudadanas a expresarse, aun de forma anónima en el entorno digital.

Es importante que cualquier regulación a la propaganda electoral en línea, también protegida por el derecho a la libertad de expresión, cumpla con el test de proporcionalidad, es decir, que la ley sea clara, precisa y determinada, que responda a intereses legítimos y que sea proporcional. Ninguna regulación debe suponer una restricción al ejercicio legítimo de la libertad de expresión en el contexto electoral. Es decir, cualquier

propuesta debe ser revisada para no restringir en forma indebida el derecho a la libertad de expresión en el entorno digital.

1.6.6.2 Sobre el contenido de la propuesta

El expediente 23.885, ley para regular las nuevas formas de propaganda es una propuesta que surge del seno del Tribunal Supremo de Elecciones (TSE). Los aspectos más relevantes de la propuesta pretenden:

a) La reforma al artículo 136 del Código Electoral para incorporar tres aspectos relevantes: la noción de propaganda electoral, los titulares del derecho a difundirla y la prohibición de difundirla, también en plataformas y medios digitales, en periodos de veda. Son cambios importantes que ya han sido motivo de un desarrollo jurisprudencial por parte del Tribunal Supremo de Elecciones.

b) En este mismo artículo se incorporan las prohibiciones de usar cuentas, perfiles, sitios, canales, páginas u otros medios digitales para difundir propaganda, ya sean falsos o en los que los responsables no utilicen su verdadera identidad; lo mismo que la potestad del Tribunal Supremo de Elecciones de suspender o retirar la propaganda contraria al inciso 5 del artículo 13 de la Convención Americana sobre Derechos Humanos. Esta innovación normativa es relevante y se ajusta plenamente al test de proporcionalidad que exigen los estándares interamericanos de derechos humanos. **Legalidad:** la norma establece una prohibición expresamente limitada a la propaganda electoral (mensajes pagados con un contenido persuasivo dirigido a incidir en el comportamiento electoral), la norma no se refiere al ejercicio legítimo de la crítica política o de información de interés público. **Legitimidad:** la restricción busca la tutela de un bien jurídico esencial de los procesos electorales como es el principio de transparencia de la publicidad electoral. **Proporcionalidad y necesidad:** la prohibición limita lo estrictamente necesario de la libertad de publicar propaganda electoral, sin limitar el ejercicio amplio y democrático de la libertad de expresión en las plataformas digitales y además es una reforma que resulta necesaria

en una sociedad democrática.

Adicionalmente, la iniciativa incorpora de manera expresa a nuestro ordenamiento jurídico la autorización que da la Convención Americana sobre Derechos Humanos, en su artículo 13, inc. 5, para que los Estados prohíban por ley: “...*toda propaganda en favor de la guerra y toda apología del odio nacional, racial o religioso que constituyan incitaciones a la violencia o cualquier otra acción ilegal similar contra cualquier persona o grupo de personas, por ningún motivo, inclusive los de raza, color, religión, idioma u origen nacional.*” Este aspecto es de la mayor relevancia, en especial porque el ordenamiento interno carece de una norma que sancione expresamente discursos de odio, bajo estándares del sistema interamericano de derechos humanos.

c) La reforma al artículo 138 del Código Electoral cambia la obligación del Tribunal Supremo de Elecciones de publicar los nombres de las empresas, las universidades, etc. que realicen encuestas en un medio de comunicación escrito y de circulación nacional a una publicación en su sitio web institucional. Este cambio de forma no requiere mayor valoración, igual se cumple con el principio de publicidad.

d) La reforma al artículo 139 del Código Electoral, en las disposiciones para los servicios de propaganda electoral, incorpora la obligación de las plataformas digitales de señalar un representante legal en el país para oír notificaciones, un medio para ese fin y la obligación de brindar al TSE la información que este les requiera sobre la pauta que les haya sido contratada. Esta reforma es, sin duda, necesaria frente al gran protagonismo de las plataformas en Internet y su control de los espacios de deliberación pública. De nuevo abona a la transparencia de la publicidad electoral.

e) Finalmente, el proyecto incorpora reformas al régimen sancionatorio que parece cumplen con el principio de proporcionalidad (reformas artículos 286 y 289 del Código Electoral).

1.6.7 Expediente 23.988. Ley para fortalecer la independencia del Sistema Nacional de Radio y Televisión (Sinart)

Las personas legisladoras proponentes parten de que esta empresa pública se ha convertido en un medio para la realización de los fines políticos y propagandísticos de los gobiernos de turno, por lo que resulta necesario cambiar la forma de elección de la Presidencia Ejecutiva de la entidad, así como sumar la participación, en el Consejo Ejecutivo, a las personas trabajadoras de la institución.

La iniciativa propone adicionar a la conformación actual del Consejo Ejecutivo a un (a) representante de los trabajadores del Sinart, S.A., electo por su propia asamblea y que sea este órgano colegiado el que elija o remueva a quien ocupe la presidencia ejecutiva y la secretaría general de la entidad. Con esta integración, el Poder Ejecutivo tendría 3 representantes, sumados a los delegados de la Federación de Colegios Profesionales, el Consejo Nacional de Rectores, la Unión de Rectores de las Universidades Privadas y las personas trabajadoras.

1.6.8 Expediente N.º 24.010. Derogatoria del inciso c) del artículo 19 de la Ley No. 8346, Ley Orgánica del Sistema Nacional de Radio y Televisión Cultural (Sinart), para el cierre de la Agencia RTN Publicidad, y Reforma de la Ley No. 10235 para prevenir, atender, sancionar y erradicar la violencia contra las mujeres en la política

Esta iniciativa de ley pretende dos cambios importantes a) el cierre de la agencia de publicidad del Sinart, mediante una reforma al artículo 3, para que la conformación de esta empresa pública se limite a la Red de TV, Radio Nacional y la revista Contrapunto y b) la derogatoria de inciso c) del artículo 19 que garantiza al Sinart el 10% de la publicidad de las instituciones públicas, pauta que se realiza a través de la Agencia del Sinart. La propuesta envía, además, a Ley para Prevenir, Atender, Sancionar y Erradicar la Violencia contra las Mujeres en la Política, la previsión legal incorporada en el 2022, para destinar el 3% de los recursos de publicidad e información de los entes públicos a la realización de los fines de esta Ley (se agrega un nuevo artículo 12 bis a ese cuerpo normativo).

La reforma planteada resulta contraproducente y contraria a las obligaciones de los Estados de fortalecer

los medios de servicio público dentro de los ecosistemas mediáticos. En las sociedades democráticas, resulta esencial la existencia de distintos tipos de medios de comunicación (públicos, comerciales, comunitarios). Los públicos, independientes del Poder Ejecutivo, cumplen una función importante para garantizar el pluralismo y la diversidad de ideas, opiniones e informaciones. Para la Relatoría Especial sobre Libertad de Expresión de la CIDH (2010) “los medios públicos de comunicación pueden (y deberían) desempeñar una función esencial para asegurar la pluralidad y diversidad de voces necesarias en una sociedad democrática. Su papel es fundamental a la hora de proveer contenidos no necesariamente comerciales, de alta calidad, articulados con las necesidades informativas, educativas y culturales de la población”. Para que puedan cumplir esa función, los medios del Estado deben tener un financiamiento adecuado previsto en la Ley, así como ser realmente pluralistas e independientes del Gobierno de turno.

En esta iniciativa de ley, la eliminación de la agencia del Sinart no es el mayor problema, sino la supresión de la fuente de financiamiento legal previsto a partir del 10% de la pauta publicitaria de los entes públicos. La agencia no es otro medio de comunicación, como erróneamente los consigna la Ley Orgánica en su artículo 3, sino un mecanismo para implementar el uso de los recursos de publicidad que pautarán las instituciones públicas. Este órgano no se crea, en primer término, para canalizar recursos hacia otras agencias de publicidad o medios de comunicación, sino para el fortalecimiento de los propios (la radio, la TV y la revista Contrapunto).

Lo que busca el proyecto es la derogatoria del inciso c) del artículo 19 que se lee actualmente: Artículo 19. -Financiamiento. El SINART, S. A., se financiará de la siguiente manera: c) La Asamblea Legislativa, la Defensoría de los Habitantes de la República, la Contraloría General de la República, las instituciones autónomas y semiautónomas, las empresas públicas y demás entes menores, así como todas las instituciones y dependencias del Poder Ejecutivo, pautarán en el Sinart S.A. mediante la agencia de publicidad del Sinart S.A., creada en esta ley, por lo menos el diez por ciento (10%) de los dineros que destinen a publicidad e información en radio, televisión u otros medios de comunicación, y de los cuales deberá destinar al menos un tres por ciento

(3%) a la difusión de materiales y contenidos escritos, audiovisuales y digitales que contribuyan al cumplimiento de los fines y las obligaciones establecidos a las instituciones públicas en la Ley para Prevenir, Atender, Sancionar y Erradicar la Violencia contra las Mujeres en la Política.

Una reforma de este tipo, es decir, que elimina la existencia de la agencia y de la obligación legal de los entes públicos de pautar en el Sinart, acabaría en el cierre seguro del sistema nacional de radio y televisión del Estado, ya que las partidas presupuestarias del Gobierno central son cada día menores y el mercado publicitario mucho más segmentado. Consecuentemente, pondría en riesgo la posibilidad de la ciudadanía de seguir contando con medios de comunicación de servicio público.

En su Declaración Conjunta de 2007, los relatores especiales para la libertad de expresión de la ONU, la OEA, la OSCE y la Comisión Africana sostuvieron que se requieren medidas especiales para proteger y preservar los medios públicos. “El mandato de los medios públicos debe estar claramente establecido por ley y debe incluir, entre otros, el contribuir a la diversidad, la cual debe ir más allá de ofrecer diferentes tipos de programación, dar voz a y satisfacer las necesidades de información e intereses de todos los sectores de la sociedad”. Para el cumplimiento de estos fines, los Estados están en la obligación de asegurarles fuentes de financiamiento.

La reforma más urgente para el Sinart es garantizarle independencia de los gobiernos de turno, fortalecer su financiamiento con opciones innovadoras y garantizar mayor participación de la ciudadanía en sus contenidos.

1.6.9 Expediente 24.032. Reforma de los artículos 7 inciso g), y 19 inciso c), y adición de un artículo 19 bis, todos de la Ley Orgánica del Sistema de Radio y Televisión Cultural, Ley N.º 8346 de 12 de febrero de 2003, para brindar herramientas de actualización tecnológica y sostenibilidad financiera

La propuesta pretende 3 cambios importantes: ubicar al Sinart bajo la rectoría del Ministerio de Ciencia, Tecnología y Telecomunicaciones, aumentar la pauta publicitaria obligatoria de los entes públicos en esta

empresa y fortalecer el vínculo con el Micitt para la actualización tecnológica.

La iniciativa, si bien pretende fortalecer el financiamiento a cargo del Estado, es insuficiente para atender las reformas urgentes que se requieren desde un sistema de medios de servicio público. El proyecto busca fortalecer los presupuestos publicitarios dirigidos al Sinart, pero carece de mecanismos para garantizar la independencia frente a los gobiernos de turno y la mayor participación y control de la ciudadanía. Los medios del Estado deben de tener no solo un financiamiento adecuado, previsto en la Ley, sino ser realmente pluralistas e independientes del Poder Ejecutivo y garantizar la participación ciudadana.

Desde esa perspectiva, fortalecer la representación del Poder Ejecutivo en su Consejo afianza la existencia de un modelo de medio de comunicación de carácter gubernamental más que un verdadero sistema de medios de servicio público.

1.7 A modo de consideraciones finales

Los indicadores muestran un debilitamiento de las condiciones políticas y sociales para el ejercicio de la libertad de expresión en general, y de la actividad periodística en particular. Las garantías para la libertad de prensa en el país se han visto erosionadas, en los últimos dos años, producto de los ataques sistemáticos del presidente Chaves a periodistas y medios de comunicación, a la pérdida de confianza de la ciudadanía en los medios de comunicación y a los altos niveles de violencia en línea.

Los informes de la organización internacional Reporteros sin Fronteras, los de la Relatoría especial sobre libertad de expresión de la CIDH, los reportes sobre Libertad en Red de Freedom House, así como los estudios centroamericanos sobre libertad de expresión y seguridad de periodistas, elaborados por el PROLEDI, muestran claramente las presiones del gobierno hacia periodistas y medios de comunicación, la creciente autocensura y violencia digital, así como las dificultades para el acceso a la información de interés público. A esto se suma el manejo arbitrario de la publicidad estatal por parte del gobierno y la incertidumbre generada

por el Poder Ejecutivo sobre el vencimiento de las concesiones de radiodifusión sonora y televisiva.

La necesidad de confiar en la información periodística es un desafío para las sociedades democráticas, afectadas por crecientes niveles de contaminación informativa que producen un deterioro del debate público. Los medios de comunicación y la prensa, como institución, son vitales para la viabilidad democrática. La existencia de medios de comunicación libres e independientes garantizan el control democrático del poder público y político, el acceso a la información de interés colectivo, previenen el abuso del poder o la corrupción y permiten a la ciudadanía un ejercicio robusto del derecho a la información y la libertad de expresión.

La ausencia de un pluralismo informativo, producto de un modelo altamente concentrado en medios comerciales, es quizá una de las causas de esta pérdida de credibilidad. El estado costarricense todavía no desarrolla un entorno regulatorio y de política pública que promueva mayor diversidad en el ecosistema de medios.

No obstante, la tutela de las libertades constitucionales se afianza mediante el desarrollo de una sólida jurisprudencia de la Sala Constitucional, en la que se recoge muy claramente los estándares del sistema interamericano de derechos humanos sobre libertad de expresión y el papel de los Estados como garantes de estos derechos.

CAPÍTULO 2

Publicidad oficial y electoral en Costa Rica: de la concentración a la ¿democratización de la pauta?

Johanna Rodríguez López*

2.1 Introducción

De acuerdo con la Relatoría Especial para la Libertad de Expresión de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos (2012), la publicidad estatal puede establecerse desde dos ópticas: la primera, es la publicidad no paga que incluye, por ejemplo, los comunicados de prensa, los textos sobre leyes, entre otras. La segunda, es la publicidad paga, la cual contempla anuncios pagados a los medios de comunicación. Precisamente, para la Relatoría esta publicidad pagada debe ser utilizada por los gobiernos para informar a la opinión pública sobre asuntos importantes o incidir en el comportamiento social de las personas, de las empresas y de la sociedad en general.

Así, la publicidad oficial no debe verse como una forma de premiar o castigar a los medios de comunicación por su línea editorial, sino como un elemento esencial en la relación entre las diferentes instituciones del Estado y sectores de la sociedad; pues a través de la pauta, los distintos entes públicos pueden mostrar todas las acciones que realizan. Es decir, la publicidad oficial puede ser vista como una vía para la rendición de cuentas, así como un canal de comunicación entre el Estado (y sus distintas instancias y dependencias) y la población. Su propósito se centra en la difusión de políticas, programas, servicios e iniciativas institucionales; por lo tanto, su producción y asignación debe regirse por principios como la transparencia, la eficiencia y el buen

uso de los fondos públicos (Asociación por los derechos civiles, 2006).

En el primer y segundo Informe del Estado de la Libertad de Expresión en Costa Rica (2018, 2020), se presentaron los resultados de investigaciones sobre el uso de los recursos destinados a la publicidad oficial por parte de los diferentes entes del Estado costarricense. Estas investigaciones surgieron a partir de algunos acontecimientos ocurridos durante los años 2015 y 2016, relacionados con la disminución o cancelación de la asignación de la pauta de algunas instituciones a dos de los principales medios de comunicación del país: La Nación y Grupo Extra.

En el caso del periódico La Nación, pasó de recibir en febrero de 2016 \$52.000.000 a \$951.000 en julio de ese mismo año, por pagos de pauta (Comisión Permanente Especial de Control del Ingreso y Gasto Públicos, 2017, p. 7); esto como resultado de la publicación de noticias relacionadas con el acaparamiento de los nombramientos y las dietas de los integrantes de las juntas directivas de las subsidiarias del Banco Nacional de Costa Rica (BNCR).

En el caso del Diario Extra, a finales del año 2015 personas encargadas del Banco de Costa Rica (BCR) suspendieron toda la publicidad, como resultado de la publicación de noticias relacionadas con: la venta de dicho banco debido a su situación financiera, la presunta dádiva que realizó un acusado de lavado de dinero a fa-

* Candidata a Doctora del Programa de Doctorado en Educación, Universidad de Costa Rica. Magister en Administración de Medios de Comunicación con énfasis en Tecnologías de la Información y de la Comunicación por la Universidad Estatal a Distancia (UNED). Licenciada en Sociología por la Universidad de Costa Rica (UCR).

Investigadora y encargada de proyectos en el Programa de Libertad de Expresión y Derecho a la Información (PROLEDI, coordinadora del Proyecto de Extensión Docente: Promoción de los Derechos Comunicativos en la Escuela de Ciencias de la Comunicación Colectiva e investigadora del Centro de Investigación en Comunicación (CICOM) de la UCR. Profesora en la Escuela de Sociología de la UCR y analista del Informe Freedom on the Net (Capítulo Costa Rica), Freedom House. Entre las áreas de investigación se encuentran: Ciudadanía comunicativas, movimientos sociales feministas en medios digitales, publicidad oficial, libertad de expresión y seguridad periodística.

vor de una abogada del BCR y el allanamiento de sus oficinas por lavado de dinero (Comisión Permanente Especial de Control del Ingreso y Gasto Públicos, 2017, p. 10-11). Al respecto, la misma Comisión (2017), manifestó que sí existió presión contra ambos medios al suspender la pauta publicitaria como represalia por las informaciones publicadas (p.12). Estos hechos muestran, que, muchas veces, la asignación de los recursos públicos puede ser vista y utilizada como una forma de premiar o castigar a los medios de comunicación en función de las noticias que publican de la institución. En este sentido, Ramírez (2010) plantea que la asignación o el retiro de la publicidad oficial a los medios de comunicación tiene implicaciones que van más allá de la administración de los recursos públicos. Por tanto, es un asunto central en la compleja relación entre el Estado y estos medios, lo cual se vuelve crucial en el flujo de información e ideas al que tiene acceso la sociedad (p. 12).

Con el fin de continuar con el análisis de la asignación de la publicidad oficial, en este capítulo se presenta la distribución del presupuesto que fue asignado durante el periodo 2019-2023 a los principales medios de comunicación, específicamente radio, televisión, prensa y medios digitales. Además, se analizará la asignación de la pauta de los entes públicos con mayor gasto, de acuerdo con las subpartidas de información y de publicidad y propaganda, así como las instituciones que más pautaron durante estos años.

Asimismo, y continuando con el análisis presentado en 2020, se presenta el comportamiento en el pago a los medios de comunicación (proveedores) realizados por los partidos políticos como parte de la deuda política durante la campaña electoral 2022.

2.2 Consideraciones teóricas y metodológicas de la investigación

2.2.1 La comunicación política y la economía política de los medios de comunicación

Actualmente, los medios de comunicación tienen un papel importante como figuras trascendentales de los procesos políticos, sociales y económicos, tanto en el ámbito internacional como en el nacional; debido

a sus funciones de generadores de información, opinión pública y mediación política. Es así como esta investigación se enmarca desde los fundamentos teóricos de la comunicación política y de la economía política de los medios de comunicación. En el caso de la comunicación política por su relación con los diferentes fenómenos comunicativos como la propaganda, el marketing electoral, el marketing político, las relaciones públicas, las relaciones políticas y la comunicación institucional política (Canel, 2006, p. 17); y, por tanto, con la publicidad oficial y electoral. Mientras que la economía política de los medios nos permite acercarnos a la relación entre los medios, los sistemas de comunicación, la estructura social y los gobiernos, y cómo se influyen mutuamente (McChesney, 2000, p. 110).

La comunicación política desde sus inicios estuvo ligada al desarrollo de los medios de comunicación (Canel, 2006), los cuales son fundamentalmente un negocio compuesto de entretenimiento y noticias, pero que también tienen intereses políticos más amplios, ya que se encuentran directamente implicados en la dinámica del Estado y sus instituciones, y, por lo tanto, en su actividad política como parte importante de su entorno empresarial (Castells, 2011, p. 263).

Precisamente, los medios de comunicación se convierten en espacios públicos esenciales en donde se establecen estas relaciones de poder entre los diferentes actores. Al respecto, Arendt (1997) plantea que lo público indica un mundo común, entendido como una comunidad de cosas que une, agrupa y también separa los movimientos sociales. Esto implica, que toda acción se realiza en una red de relaciones y referencias ya existentes, de modo que siempre alcanza más lejos y pone en relación y movimiento más de lo que el agente podía prever. Así, la acción se caracteriza por ser impredecible en sus consecuencias, ilimitada en sus resultados y, también a diferencia de los productos del trabajo, irreversible. La acción no puede tener lugar, en el aislamiento, ya que quien empieza algo sólo puede acabarlo cuando consigue que otros “le ayuden” (Arendt, 1997, p. 126).

En los últimos años, los medios de comunicación como espacios públicos han experimentado grandes transformaciones, principalmente con el surgimiento de las tecnologías digitales, es así como Castells (2011) estableció el concepto de política mediática para

referirse a hacer política en y a través de los medios de comunicación. El papel fundamental de la política mediática en las estrategias políticas se observa en todos los países del mundo e implica la realización de varias tareas clave tales como asegurar el acceso a los medios de comunicación de los actores sociales y políticos implicados en las estrategias de creación de poder, y elaborar los mensajes y producir las imágenes que mejor sirvan a los intereses de quienes gobiernan, de los partidos políticos y de los actores sociales (Castells, 2011, 265). De esta forma, pensar en la comunicación política nos ubica en el desarrollo de los medios de comunicación, en los cuales se da la transmisión de mensajes por parte de los partidos políticos y la ciudadanía, o bien entre quienes gobiernan y quienes son gobernados (Reyes, O' Quínn, Morales & Rodríguez, 2011, p. 92).

Así, y de acuerdo con Wolton (1998) la comunicación política, es un espacio en el cual se intercambian los discursos contradictorios de los tres actores que tienen legitimidad para expresarse públicamente sobre política: los políticos, las personas periodistas y comunicadoras, y la opinión pública (p. 131). Para el autor, la comunicación política permite la realización de procesos comunicativos en los que estos tres actores tienen la misma posibilidad de transmitir y dialogar sobre sus puntos de vista, a través de mensajes e información. Por tanto, la comunicación política puede ser vista como un proceso abierto y dinámico para transmitir mensajes, en el que los actores sociales implicados tienen la posibilidad de discutir los asuntos políticos que surgen en el acontecer y que, por ende, son de interés para ellos; y en que la interacción entre los actores goza de equilibrio en la toma de decisiones sobre los asuntos que se discuten y se fortalece la relación existente entre ellos (Reyes, O' Quinn, Morales & Rodríguez, et al. 2011, p. 95).

Al respecto, Canel (2006) coincide con Wolton en el sentido de que la comunicación política opera en el encuentro de tres actores fundamentales: los partidos políticos, los medios de comunicación y los ciudadanos (p. 573), a partir de las diferentes acciones comunicativas que realizan como los debates políticos y electorales, la publicidad política, incluyendo la publicidad oficial o los mensajes informativos.

Una de las características de la comunicación política en la actualidad, es que estas acciones comunicativas

tienen una gran cobertura mediática. En este sentido, Reyes, O' Quinn, Morales & Rodríguez (2011) plantean que los políticos y los gobernantes ya no tienen que desplazarse miles de kilómetros para comunicar e informar sus propuestas, obras y toma de decisiones a sus representados, pues con el uso de los medios de comunicación pueden hacerse presente inmediatamente en todo el territorio al que quiere hacer llegar su mensaje (p. 90). Estos mismos autores consideran que:

dichos medios se han posicionado como un elemento fundamental para establecer un vínculo de comunicación entre gobernantes y gobernados. El desarrollo de la comunicación política ha tenido un gran impulso y penetración en las relaciones del poder público con la sociedad; esto se ha incrementado de manera exponencial a partir de los años noventa, cubriendo una gran diversidad temática que incluye la propaganda política, los debates políticos, las relaciones entre medios y estructuras gubernamentales (principalmente desde el punto de vista de la formulación de políticas públicas) (p. 90).

De esta forma, la comunicación política permite visualizar a los medios de comunicación como espacios públicos para el desarrollo de las relaciones entre los partidos políticos y las personas, así como entre las diferentes instancias gubernamentales y la sociedad. Es así como podemos establecer dos tipos de comunicación política pertinentes para este estudio: la comunicación electoral y la comunicación institucional. En el caso de la primera, se realiza con el fin de llegar a puestos políticos, de autoridad o cargos públicos; tal y como lo menciona Castells (2011) las campañas electorales son los momentos clave que dan acceso a los cargos de poder institucional pidiendo a la ciudadanía que deleguen formalmente el poder mediante su voto (p. 304). Mientras que la comunicación institucional busca realizar acciones de información y comunicación desde las instituciones públicas, con el fin de mantener a la población informada sobre las diferentes acciones que realizan. Sobre esto, Feliu (2015) establece que las personas públicas realizan campañas que pueden adscribirse a los diferentes ámbitos publicitarios como el comercial -turismo-, el corporativo -imagen de la institución-, el político -información electoral- y el social -campañas preventivas, por ejemplo-; y también el ámbito relacio-

nado con la información de sus actuaciones -logros de gestión- (p. 89).

Relacionada con la comunicación política, se encuentra la economía política de los medios de comunicación, la cual tiene como una de sus características principales el establecer la relación existente entre los medios, los sistemas de comunicación, la estructura social y los gobiernos, y cómo tienen influencia de manera mutua. Siguiendo a McChesney (2000):

El estudio académico de la economía política de la comunicación conlleva dos dimensiones principales. Primero, aborda la naturaleza de la relación entre los medios y el sistema de comunicación, y la estructura social más amplia de la sociedad. En otras palabras, examina cómo los medios y el sistema de comunicación y el contenido refuerzan el desafío de influir en las relaciones sociales y de clase existentes. Segundo, la economía política de la comunicación observa específicamente cómo influyen los mecanismos de apoyo a la propiedad (por ejemplo, publicidad), las políticas gubernamentales, el comportamiento y el contenido de los medios (p. 110).

Por tanto, estudiar la asignación de la pauta oficial y electoral desde la economía política de los medios de comunicación, permite establecer la relación existente entre los medios de comunicación y las diferentes entidades gubernamentales, y la relación que se establece entre el Estado y la sociedad en general a partir de la mediación que generan los medios de comunicación. En este sentido, Bolaño (2012) plantea que los medios de comunicación de masas son elementos de mediación entre los poderes del Estado y del capital y las personas ciudadanas y consumidoras (p.117).

Así, la economía política de la comunicación se ha destacado por su énfasis en describir y examinar el significado de las instituciones, especialmente empresas y gobiernos, responsables por la producción, distribución e intercambio de las mercancías de comunicación y por la regulación del mercado de comunicación. Aunque no ha rechazado la mercancía en sí misma y el proceso de mercantilización, la tendencia ha sido a poner en primer plano las instituciones corporativas y gubernamentales (Mosco, 2006, p.67). Y es a partir de dicho énfasis que entra en juego el papel de la publi-

dad oficial y electoral.

2.2.2 Abordaje metodológico

Para el análisis de los montos asignados por concepto de publicidad oficial se consideraron los rubros correspondientes a la clasificación por objeto de gasto, según las subpartidas información y publicidad y propaganda. La primera hace referencia a

Los gastos por servicios de publicación e información que utilizan las instituciones públicas para efecto de dar a conocer asuntos de carácter oficial, de tipo administrativo, cultural, educativo, científico o técnico. Incluye la publicación de avisos, edictos, acuerdos, reglamentos, decretos, leyes, la preparación de guiones, documentales y similares, transmitidos a través de medios de comunicación masiva, escritos, radiales, audiovisuales o cualquier otro medio. La característica del gasto incluido en esta subpartida es la de mantener informada a la ciudadanía en general, y no la de resaltar aspectos de imagen de las instituciones públicas (Ministerio de Hacienda, 2008, p. 28).

Mientras que la subpartida publicidad y propaganda tiene relación con

Los gastos por servicios de publicidad y propaganda que utilizan las instituciones públicas, tales como anuncios, cuñas, avisos, patrocinios, preparación de guiones y documentales de carácter comercial, y otros, los cuales llegan a la ciudadanía a través de los medios de comunicación masiva, escritos, radiales, audiovisuales o cualquier otro medio, que tienen como fin atraer a posibles compradores, espectadores y usuarios o bien resaltar la imagen institucional. Incluye los contratos para servicios de impresión, relacionados con la publicidad y propaganda institucional tales como: revistas, periódicos, libretas, agendas y similares, así como impresión de artículos como llaveros y lapiceros (Ministerio de Hacienda, 2008, p. 29).

Así, el análisis de la información sobre publicidad oficial se realizó con base en la información de ambas subpartidas, disponible en el Sitio Web de la Contraloría General de la República. Es importante

mencionar que los montos analizados en este estudio, son los que pagan en las contrataciones de forma directa las diferentes instituciones públicas; por tanto, no se analiza los pagos realizados por medio de la Agencia RTN Publicidad del Sistema Nacional de Radio y Televisión (SINART) o a través de las agencias subcontratadas por dicha Agencia.

Con respecto a la publicidad electoral, el financiamiento estatal de los partidos políticos opera principalmente bajo un modelo de reintegro postelectoral, esto implica que las organizaciones políticas buscan su propio financiamiento ya sea por donaciones, créditos o actividades lícitas. Posteriormente someten sus gastos a un esquema de revisión ante el Tribunal Supremo de Elecciones (TSE) para optar por su reembolso (Tribunal Supremo de Elecciones, 2009).

Dicho reembolso se realiza, siempre y cuando los partidos políticos alcancen al menos un 4% de los votos válidamente emitidos a escala nacional o los inscritos a escala provincial: los partidos deben obtener dicho porcentaje como mínimo en la escala provincial o por lo menos elegir un diputado-; y comprobar sus gastos ante el TSE, tanto en tiempo como en forma (Artículo 96, Constitución Política de Costa Rica).

Para el análisis de los datos relacionados con la publicidad electoral, se tomó como referencia la información suministrada por el Departamento de Financiamiento de Partidos Políticos del Tribunal Supremo de Elecciones.

2.3 Asignación de la publicidad oficial: periodo 2019-2023

2.3.1 Aspectos normativos sobre la publicidad oficial

Como se ha mencionado en anteriores Informes sobre el Estado de la Libertad de Expresión en Costa Rica, en el país no hay un marco normativo que regule la asignación de la pauta oficial a los medios de comunicación. Sin embargo, la Relatoría Especial para la Libertad de Expresión (2012) en el documento *Principios sobre regulación de la publicidad oficial y libertad de expresión*, establece ciertos principios relacionados con la regulación de la publicidad oficial y la libertad de expresión, entre los que sobresalen los siguientes:

2.3.1.1 Establecimiento de leyes especiales, claras y precisas

La Relatoría plantea la necesidad de que los Estados adopten reglas relacionadas con la publicidad oficial, ya que la ausencia de un marco legal que regule la asignación, contratación y control de la pauta estatal permite el uso arbitrario de los recursos. Asimismo, es su deber adoptar lineamientos legales claros y concretos que garanticen el ejercicio de la libertad de expresión a través de una adecuada regulación de los mecanismos de producción, contratación, distribución, asignación y control de la pauta (artículos 34, 36 y 38). La normativa sobre la publicidad oficial debe contemplar, además, los principios relacionados con el interés público, la transparencia, la rendición de cuentas, la no discriminación, la eficiencia y el buen uso de los fondos públicos; aplicados a todos los órganos públicos del Estado (artículos 39 y 40).

2.3.1.2 Objetivos legítimos de la publicidad oficial

En el artículo 42 se establece que los Estados deben utilizar la publicidad oficial para comunicar e informar a la población a través de los medios de comunicación, acerca de las acciones que desarrolla, garantizando así el derecho a la información y el ejercicio de los derechos de las personas. Debido a que la información presentada es de interés público no debe utilizarse con fines discriminatorios, violentar los derechos humanos o tener fines electorales o partidarios, acorde con el propósito de utilidad pública que debe tener la publicidad oficial (artículo 44); por lo que la información presentada debe ser clara, no engañosa y no debe inducir a error a quienes la reciben, tampoco debe encubrir intereses del gobierno, ni ser utilizada para estigmatizar sectores opositores o críticos al gobierno (artículo 45).

2.3.1.3 Criterios de distribución de la pauta estatal

Para la distribución de la pauta estatal, la Relatoría plantea en los artículos 46 y 47 que los Estados deben establecer procedimientos para la contratación y distribución de la publicidad oficial, con el fin de que no sea un medio para premiar o castigar los contenidos editoriales e informativos de los medios, lo que implica, que los recursos publicitarios nunca deben ser distribuidos, de manera positiva o negativa, según la línea editorial del medio.

2.3.1.4 Mecanismos de contratación

Según el artículo 59 los procedimientos para la contratación de la publicidad oficial deben ser abiertos, transparentes y no discriminatorios. Solo de forma excepcional y en casos de emergencias o imprevistos justificados se puede recurrir a sistemas de contratación cerrados o directos. Es decir, la contratación directa de proveedores únicos solo debe ser utilizada en casos de emergencia y extrema urgencia, supuestos que deberían encontrarse delimitados en la norma de aplicación para evitar su utilización abusiva (artículo 62).

Por tanto, las etapas del proceso de contratación deben ser públicas, permitiendo el control por parte de los oferentes, de la comunidad, de los órganos de control y de la propia administración pública, siguiendo el principio de transparencia (artículo 60).

2.3.1.5 Transparencia y acceso a la información

Toda la información sobre publicidad oficial en manos del Estado es información pública, por lo que los Estados deben promover la transparencia de los datos relacionados con la pauta oficial a través de la publicación periódica y de fácil acceso de toda la información relacionada con la contratación, los motivos de asignación, los presupuestos, los gastos y los contratos publicitarios, incluyendo los montos de publicidad distribuidos por medios, campañas publicitarias y organismos contratantes (artículos 65 y 66).

Un aspecto importante que se menciona en el artículo 69, es el hecho de que las entidades privadas deben tener en cuenta que, al participar de la contratación de publicidad oficial, cierta información estrictamente relacionada con el proceso que, de otra manera podría ser considerada privada, adquiere carácter público. Toda la información relativa a la cuestión de la publicidad oficial debe ser pública.

2.3.1.4 Pluralismo informativo y publicidad oficial

En el artículo 77 se establece que los Estados deben establecer políticas y destinar recursos para promover la diversidad y el pluralismo de los medios a través de mecanismos de ayuda indirectos o subsidios explícitos y neutros, diferenciados de los gastos de la publicidad oficial. Por lo tanto, la pauta estatal no debe ser considerada como un mecanismo de sostenimiento

de los medios de comunicación; ni como una forma de subsidio (artículo 80) (pp. 18-36).

2.3.2 Instituciones con mayor pago de publicidad oficial

La asignación de la publicidad oficial se realiza, principalmente, por medio de la contratación directa de personas físicas, sociedades anónimas o asociaciones, que representan a los medios de comunicación o que desarrollan programas televisivos y radiales, o publicaciones en prensa escrita o digital. A continuación, se presenta la distribución del gasto en publicidad según las diferentes subpartidas y el año de realización.

2.3.2.1 Subpartida publicidad y propaganda

En el año 2019 las instituciones que más pautaaron en la subpartida de publicidad y propaganda fueron la Junta de Protección Social (JPS) y la Caja Costarricense de Seguro Social (CCSS) (ver Tabla 2.1). En el caso de la JPS, el monto pagado supera los dos mil millones de colones, mientras que la CCSS el monto pagado está por encima de los mil millones de colones. Por su parte, el Patronato Nacional de la Infancia (PANI) y el Instituto Nacional de Aprendizaje (INA) pagaron montos superiores a los seiscientos millones de colones. Con menos gastos se encuentran el Instituto Costarricense de Electricidad (ICE), el Banco Nacional de Costa Rica, el Instituto Costarricense de Puertos del Pacífico (INCOP), el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), la Superintendencia de Telecomunicaciones (SUTEL) y el Instituto sobre Alcoholismo y Farmacodependencia (IAFA) con montos inferiores a los quinientos millones de colones.

Con respecto al año 2020 (Tabla 2.2), la institución que más gastos generó fue el PANI pues superó los cinco mil millones de colones por pagos en esta subpartida; seguido de la JPS con pagos que superaron los dos mil millones de colones y de la CCSS con gastos por encima de los mil millones de colones. En el caso del Banco Nacional de Costa Rica y el INA, los montos pagados son inferiores a los trescientos millones de colones, mientras que instituciones como el IAFA, el Consejo Rector Sistema de Banca para el Desarrollo, Radiográfica Costarricense S.A. (RACSA), el INCOP y la Corporación Ganadera registraron montos inferiores a los doscientos millones de colones.

Tabla 2.1 Distribución del gasto en publicidad oficial subpartida publicidad y propaganda, según institución con mayor gasto. Año 2019.

Institución	Monto (en colones)
Junta de Protección Social de San José	2.375.175.872
Caja Costarricense de Seguro Social	1.387.811.981
Patronato Nacional de la Infancia	714.228.716
Instituto Nacional de Aprendizaje	688.140.571
Instituto Costarricense de Electricidad	467.790.631
Banco Nacional de Costa Rica	467.428.106
Instituto Costarricense de Puertos del Pacífico	447.934.210
Instituto Nacional de Estadísticas y Censos	440.559.880
Superintendencia de Telecomunicaciones	429.954.958
Instituto sobre Alcoholismo y Farmacodependencia	250.647.416
TOTAL	7.669.672.341

Fuente: Contraloría General de la República. 2023.

Tabla 2.2 Distribución del gasto en publicidad oficial subpartida publicidad y propaganda, según institución con mayor gasto. Año 2020.

Institución	Monto (en colones)
Patronato Nacional de la Infancia	5.533.589.417
Junta de Protección Social de San José	2.423.816.210
Caja Costarricense de Seguro Social	1.333.405.054
Banco Nacional de Costa Rica	373.072.302
Instituto Nacional de Aprendizaje	344.853.220
Instituto sobre Alcoholismo y Farmacodependencia	174.053.753
Consejo Rector Sistema de Banca para el Desarrollo	163.336.286
Radiográfica Costarricense S.A.	161.941.014
Instituto Costarricense de Puertos del Pacífico	146.275.213
Corporación Ganadera	123.360.903
TOTAL	10.777.703.372

Fuente: Contraloría General de la República. 2023.

Tabla 2.3 Distribución del gasto en publicidad oficial subpartida publicidad y propaganda, según institución con mayor gasto. Año 2021.

Institución	Monto (en colones)
Caja Costarricense de Seguro Social	19.953.177.890
Junta de Protección Social de San José	2.671.535.701
Banco Nacional de Costa Rica	841.849.731
Patronato Nacional de la Infancia	747.452.072
Instituto Nacional de Aprendizaje	350.389.890
Instituto Nacional de Seguros	251.519.558
Universidad Estatal a Distancia	173.061.184
Instituto Costarricense de Puertos del Pacífico	132.289.908
BN-Vital Operadora de Pensiones Complementarias S.A.	116.385.588
Empresa de Servicios Públicos de Heredia Sociedad Anónima	76.664.520
TOTAL	25.314.326.042

Fuente: Contraloría General de la República. 2023.

Para el 2021 (tabla 2.3), precisamente en el segundo año de la pandemia de Covid 19, la institución que más pagó en los medios de comunicación fue la CCSS, generando pagos por más de diecinueve mil millones de colones; mientras que la JPS gastó en esta subpartida más de dos mil millones de colones. Por su parte, el Banco Nacional de Costa Rica y el PANI realizaron un gasto de ₡841.849.731 y ₡747.452.072 respectivamente; ocupando el tercero y cuarto lugar de las instituciones que más gastos realizaron por publicidad. Otras instituciones como el INA, el Instituto Nacional de Seguros (INS), la Universidad Estatal a Distancia (UNED), el INCOP, BN-Vital Operadora de Pensiones Complementarias S.A. y la Empresa de Servicios Públicos de Heredia Sociedad Anónima (ESPH) realizaron pagos inferiores a los cuatrocientos millones de colones.

En el año 2022 (tabla 2.4) la institución que más pagos realizó por publicidad fue la JPS, superando los dos mil millones de colones (₡2.982.037.550); le

sigue la CCSS, la cual superó los mil millones de colones (₡1.093.533.149). Seguidamente, se encuentran el PANI, la SUTEL, el INA y el Banco Nacional de Costa Rica con gastos inferiores a ochocientos millones de colones y que oscilan entre los doscientos millones y los ochocientos millones de colones. Con gastos menores a los doscientos millones se encuentran el INCOP, la UNED, RACSA y la Promotora de Comercio Exterior de Costa Rica.

Para el año 2023 (tabla 2.5), el INS y la CCSS son las instituciones que más gastos realizaron en publicidad, con montos superiores a mil millones de colones y a novecientos millones de colones respectivamente; seguidas de la JPS con un monto por encima de los ochocientos millones de colones. Otras instituciones como el INA, RACSA, la Refinadora Costarricense de Petróleo Sociedad Anónima (RECOPE), el INCOP, el Banco de Costa Rica, el Banco Nacional de Costa Rica y el ICE gastaron en publicidad montos inferiores a los doscientos millones de colones.

Tabla 2.4 Distribución del gasto en publicidad oficial subpartida publicidad y propaganda, según institución con mayor gasto. Año 2022.

Institución	Monto (en colones)
Junta de Protección Social de San José	2.982.037.550
Caja Costarricense de Seguro Social	1.093.533.149
Patronato Nacional de la Infancia	796.471.175
Superintendencia de Telecomunicaciones	599.997.245
Instituto Nacional de Aprendizaje	462.705.795
Banco Nacional de Costa Rica	252.201.945
Instituto Costarricense de Puertos del Pacífico	166.334.654
Universidad Estatal a Distancia	165.019.834
Radiográfica Costarricense S.A.	134.326.851
Promotora de Comercio Exterior de Costa Rica	126.459.876
TOTAL	6.779.088.074

Fuente: Contraloría General de la República. 2023.

Tabla 2.5 Distribución del gasto en publicidad oficial subpartida publicidad y propaganda, según institución con mayor gasto. Año 2023.

Institución	Monto (en colones)
Instituto Nacional de Seguros	1.033.968.699
Caja Costarricense de Seguro Social	927.818.243
Junta de Protección Social de San José	865.069.122
Instituto Nacional de Aprendizaje	220.416.855
Radiográfica Costarricense S.A.	170.655.992
Refinadora Costarricense de Petróleo Sociedad Anónima	170.000.000
Instituto Costarricense de Puertos del Pacífico	151.844.232
Banco de Costa Rica	147.344.148
Banco Nacional de Costa Rica	138.480.500
Instituto Costarricense de Electricidad	109.316.754
TOTAL	3.934.914.545

Fuente: Contraloría General de la República. 2023.

En la subpartida de publicidad y propaganda, la Caja Costarricense de Seguro Social se mantiene, al igual que años anteriores, entre las principales instituciones en pautar, con un gasto de más de veinticuatro mil millones de colones; siendo el año 2021 en el que más pagó por pauta (¢19.953.177.890) y en que todavía el país se encontraba en alerta por la pandemia de Covid 19. La segunda institución que más pauta pagó durante el periodo de estudio fue la Junta de Protección Social con gastos por encima de los once mil millones de colones.

Con respecto al Poder Ejecutivo, es importante hacer notar que en los 5 años de estudio, no hay ministerios en los primeros lugares por pago de pauta. Igual sucede con los gobiernos locales, pues no se registran entre las 10 instituciones que más pagos realizaron por pauta de 2019 a 2023.

En cuanto a los bancos estatales el Banco Nacional de Costa Rica fue el que más pautó durante los 5 años, con montos que van desde los ciento treinta y ocho millones hasta los cuatrocientos sesenta y siete mi-

llones de colones. En el caso del Banco de Costa Rica, únicamente aparece entre las 10 instancias que más pagos realizaron por pauta en el año 2023, con un monto inferior a los ciento cincuenta millones de colones.

Asimismo, se evidencia una disminución importante en el pago por publicidad en 2023 con respecto a los años anteriores. Por ejemplo, la CCSS pasó de pagar montos superiores a mil millones de colones, con excepción de 2021, a pagar en 2023 alrededor de novecientos millones de colones. Igual sucede con la Junta de Protección Social, institución que ha pagado durante el periodo 2019-2022 montos superiores a dos mil millones de colones por año, y que en 2023 pagó únicamente alrededor de ochocientos millones de colones.

2.3.2.2 Subpartida información

Con respecto a la subpartida de información, para 2019 (Tabla 2.6), la institución que más gastos realizó fue la Municipalidad de Cartago, superando los tres mil millones de colones; seguida del Consejo de Seguridad Vial con pagos por más de mil millones de colones, y del Instituto Costarricense de Acueductos y Alcanta-

Tabla 2.6 Distribución del gasto en publicidad oficial subpartida información, según institución con mayor gasto. Año 2019.

Institución	Monto (en colones)
Municipalidad de Cartago	3.126.474.358
Consejo de Seguridad Vial	1.214.966.528
Instituto Costarricense de Acueductos y Alcantarillados	830.237.307
Instituto Nacional de Aprendizaje	430.394.770
Banco Central de Costa Rica	265.205.641
Municipalidad de San José	168.301.812
Ministerio de Ciencia, Innovación, Tecnología y Telecomunicaciones	152.649.998
Tribunal Supremo de Elecciones	129.833.407
Ministerio de Educación Pública	122.806.153
Asamblea Legislativa	120.168.260
TOTAL	6.561.038.234

Fuente: Contraloría General de la República. 2023.

rillados (AyA) con pagos que rondan los ochocientos millones de colones. Con menos gastos en publicidad, se encuentran el INA y el Banco Central de Costa Rica (BCCR) por pagos por ₡430.394.770 y ₡265.205.641 respectivamente.

Con menores gastos, se encuentran la Municipalidad de San José, el Ministerio de Ciencia, Innovación, Tecnología y Telecomunicaciones (MICITT), el Tribunal Supremo de Elecciones (TSE), el Ministerio de Educación Pública (MEP) y la Asamblea Legislativa con montos inferiores a los ciento setenta millones de colones.

En el año 2020 las instituciones que más paularon en esta subpartida fueron el INA, el Consejo de Seguridad Vial, el BCCR y el AyA (tabla 2.7). Con respecto al INA, el monto pagado es superior a los mil seiscientos millones de colones, en el caso del Consejo de Seguridad Vial el pago liquidado fue superior a los setecientos millones de colones, en tanto el BCCR y el AyA pagaron montos superiores a los trescientos millones y doscientos millones de colones respectivamente. Además, la Corte Suprema de Justicia (Poder Judicial)

pagó más de cien millones de colones en pauta.

Con menos gasto se encuentran la Municipalidad de San José, la Dirección General de Aviación Civil, el ICE, el MEP y el Ministerio de Cultura y Juventud, con montos inferiores a los cien millones de colones.

Con respecto al año 2021 (Tabla 2.8), las instituciones que más gastos generaron fueron el BCCR y el AyA, superando los setecientos millones de colones. Con un menor gasto, en tercer lugar se encuentra el Consejo de Seguridad Vial, el cual en esta partida gastó menos de cuatrocientos millones de colones (₡398.305.423). Seguidamente, se encuentran el INA y el ICE con montos inferiores a los doscientos cincuenta millones de colones. Por último, instancias como el Instituto Nacional de las Mujeres (INAMU), la Municipalidad de San José, el TSE, el Ministerio de Trabajo y Seguridad Social (MTSS) y la Corte Suprema de Justicia fueron las instituciones que menos gastos hicieron en esta subpartida, al registrar montos inferiores a los cien millones de colones.

Tabla 2.7 Distribución del gasto en publicidad oficial subpartida información, según institución con mayor gasto. Año 2020.

Institución	Monto (en colones)
Instituto Nacional de Aprendizaje	1.616.396.190
Consejo de Seguridad Vial	709.253.027
Banco Central de Costa Rica	338.473.296
Instituto Costarricense de Acueductos y Alcantarillados	263.636.308
Corte Suprema de Justicia, Poder Judicial	137.827.334
Municipalidad de San José	95.836.108
Dirección General de Aviación Civil	68.850.000
Instituto Costarricense de Electricidad	58.000.000
Ministerio de Educación Pública	55.566.581
Ministerio de Cultura y Juventud	44.864.843
TOTAL	3.388.703.687

Fuente: Contraloría General de la República. 2023.

Tabla 2.8 Distribución del gasto en publicidad oficial subpartida información, según institución con mayor gasto. Año 2021.

Institución	Monto (en colones)
Banco Central de Costa Rica	786.935.016
Instituto Costarricense de Acueductos y Alcantarillados	735.768.294
Consejo de Seguridad Vial	398.305.423
Instituto Nacional de Aprendizaje	248.255.014
Instituto Costarricense de Electricidad	219.941.924
Instituto Nacional de las Mujeres	153.281.703
Municipalidad de San José	125.813.013
Tribunal Supremo de Elecciones	115.873.489
Ministerio de Trabajo y Seguridad Social	107.460.848
Corte Suprema de Justicia, Poder Judicial	105.890.620
TOTAL	2.997.525.344

Fuente: Contraloría General de la República. 2023.

Tabla 2.9 Distribución del gasto en publicidad oficial subpartida información, según institución con mayor gasto. Año 2022.

Institución	Monto (en colones)
Consejo de Seguridad Vial	262.543.856
Municipalidad de San José	134.099.277
Instituto Costarricense de Electricidad	129.072.586
Instituto Nacional de Aprendizaje	113.762.614
Junta de Protección Social de San José	85.428.000
Corte Suprema de Justicia, Poder Judicial	85.339.865
Compañía Nacional de Fuerza y Luz	49.330.507
Instituto de Desarrollo Rural	43.792.987
Municipalidad de Alajuela	43.366.862
Ministerio de Cultura y Juventud	40.704.923
TOTAL	987.441.477

Fuente: Contraloría General de la República. 2023.

Para el año 2022, en la subpartida información (Tabla 2.9) el Consejo de Seguridad Vial, la Municipalidad de San José y el ICE fueron las instituciones que más pautaron, generando un gasto que supera los cien y doscientos millones de colones. La primera, pagó ₡262.543.856, la segunda ₡134.099.277, mientras que la tercera ₡129.072.586. Por su parte, el INA realizó un gasto de ₡113.762.614; ocupando el cuarto lugar de las instituciones que más gasto realizaron en publicidad según esta partida. Otras instituciones como la JPS, la Corte Suprema de Justicia, la Compañía Nacional de Fuerza y Luz (CNFL), el Instituto de Desarrollo Rural (INDER), la Municipalidad de Alajuela y el Ministerio de Cultura y Juventud realizaron pagos inferiores a los cien millones de colones.

Con respecto al año 2023 (tabla 2.10), el Consejo de Seguridad Vial fue la institución que más gasto realizó en publicidad, con un monto que supera los setecientos cincuenta millones de colones; seguido de la Municipalidad de San José con un gasto de más de cien millones de colones. Otras instituciones como la

Corte Suprema de Justicia, el TSE, el BCCR, el INDER, el Ministerio de Cultura y Juventud, la CNFL, el MEP y el INA realizaron pagos por publicidad por montos inferiores a los setenta millones de colones.

En la subpartida de información, la Municipalidad de Cartago fue la instancia que más gastó en esta subpartida, con un monto superior a los tres mil millones de colones, solo en el año 2019. Por su parte, el Consejo de Seguridad Vial se mantiene para el periodo de estudio entre las principales instituciones en pagar por pauta, con un gasto de más de tres mil millones de colones; por ejemplo, solo en 2019 pagó más de mil millones de colones; al igual que el INA, pues solo para este periodo (2019-2023) desembolsó más de dos mil millones de colones por pauta. Mientras que el AyA gastó en publicidad para este mismo periodo más de mil ochocientos millones de colones.

Con respecto al Poder Ejecutivo, las instancias gubernamentales que más pautaron fueron el Ministerio de Educación Pública (años 2019, 2020 y 2023) y el Ministerio de Cultura y Juventud (años 2020, 2022 y

Tabla 2.10 Distribución del gasto en publicidad oficial subpartida información, según institución con mayor gasto. Año 2023.

Institución	Monto (en colones)
Consejo de Seguridad Vial	757.914.287
Municipalidad de San José	106.124.996
Corte Suprema de Justicia, Poder Judicial	62.686.908
Tribunal Supremo de Elecciones	56.656.358
Banco Central de Costa Rica	48.527.760
Instituto de Desarrollo Rural	46.042.736
Ministerio de Cultura y Juventud	45.704.304
Compañía Nacional de Fuerza y Luz	42.173.378
Ministerio de Educación Pública	39.593.809
Instituto Nacional de Aprendizaje	23.280.970
TOTAL	1.228.705.506

Fuente: Contraloría General de la República. 2023.

2023); siendo el MEP la institución que pagó el monto más alto en 2019 con más de cien millones de colones. En los otros años, ambos ministerios gastaron montos inferiores a los sesenta millones de colones.

En el caso de los bancos estatales, únicamente el BCCR aparece entre las 10 instancias que más pautaron, con pagos por más de mil millones de colones para el periodo de estudio.

En cuanto a los gobiernos locales, la Municipalidad de Cartago, la Municipalidad de San José y la Municipalidad de Alajuela, son las únicas municipalidades que se encuentran entre los principales entes públicos que pagaron por publicidad. En el caso de la primera, solo en el año 2019, pagó más de tres mil millones de colones, mientras que la segunda, pagó más de seiscientos millones de colones durante el periodo de estudio. Por su parte, la Municipalidad de Alajuela realizó un pago por pauta en 2022 por un monto inferior a los cuarenta y cinco millones de colones.

2.3.3 Adjudicatarios con mayor pago recibido: el acaparamiento de la publicidad oficial y la ¿democratización de la pauta?

Según Fournier, Jiménez y Ochoa (2018) existe una importante concentración del ecosistema mediático costarricense, es decir, hay un acaparamiento en pocas empresas de emisoras de radio, canales de televisión, medios escritos, medios multimedia y otras actividades del mercado de los medios; lo que conlleva al aumento del poder de ciertas empresas de comunicación.

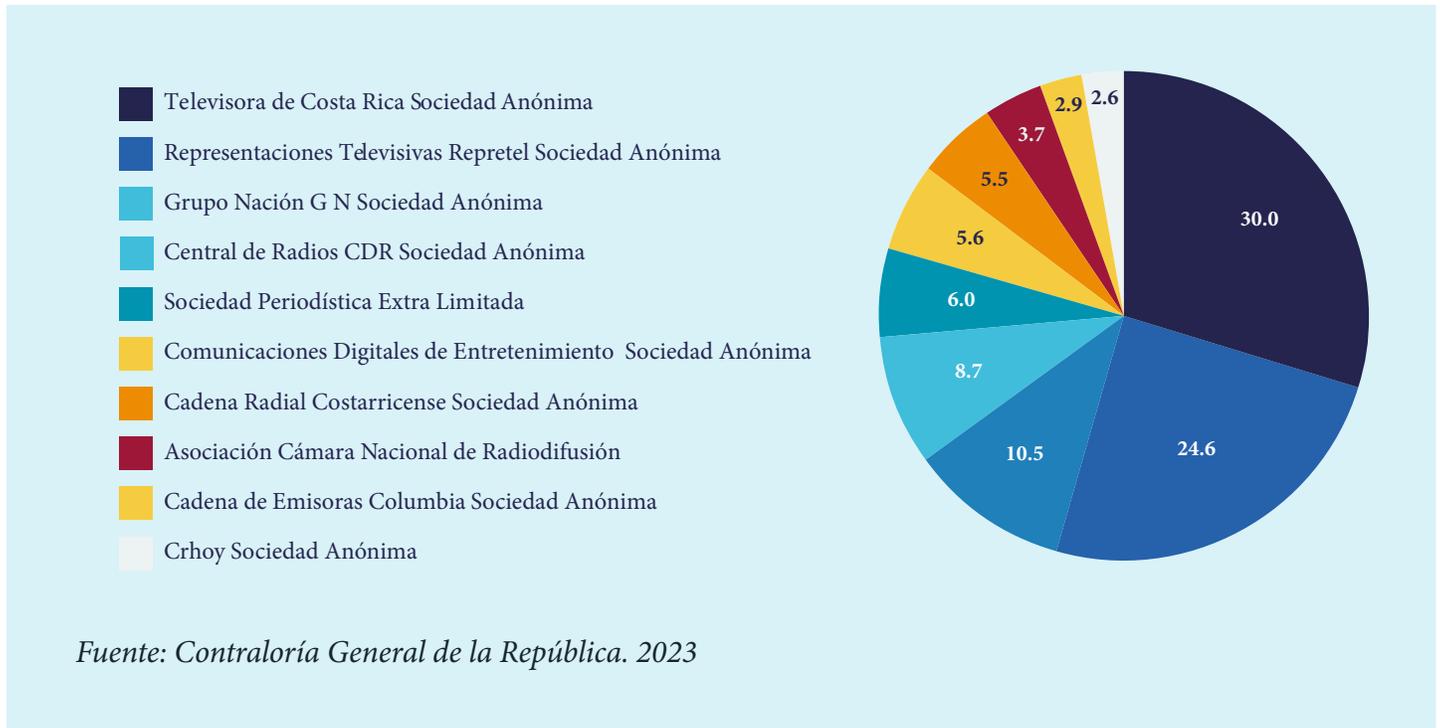
Esta concentración del ecosistema tiene una relación directa con el acaparamiento de la publicidad oficial. Por ejemplo, para el año 2019 (tabla 2.11 y figura 2.1), en la subpartida publicidad y propaganda, los medios que más recibieron pauta fueron: Televisora de Costa Rica Sociedad Anónima con el 30% de la pauta, seguido de Representaciones Televisivas REPRETEL Sociedad Anónima con el 24,6%. Estos dos concesionarios recibieron más del 50% de la publicidad, lo que representa casi dos mil millones de colones repartidos en dos empresas. El Grupo Nación G N Sociedad Anónima

Tabla 2.11 Distribución del gasto en publicidad oficial, subpartida publicidad y propaganda, según adjudicatario con mayor pago recibido en el año 2019.

Adjudicatario	Monto (en colones)
Televisora de Costa Rica Sociedad Anónima	1.097.906.963
Representaciones Televisivas Repretel Sociedad Anónima	900.621.328
Grupo Nación G N Sociedad Anónima	386.092.220
Central de Radios CDR Sociedad Anónima	319.705.595
Sociedad Periodística Extra Limitada	218.245.679
Comunicaciones Digitales de Entretenimiento Sociedad Anónima	205.334.825
Cadena Radial Costarricense Sociedad Anónima	200.116.083
Asociación Cámara Nacional de Radiodifusión	136.026.300
Cadena de Emisoras Columbia Sociedad Anónima	105.213.651
Crhoy Sociedad Anónima	95.147.899
TOTAL	3.664.410.543

Fuente: Contraloría General de la República. 2023.

Figura 2.1 Distribución del gasto en publicidad oficial, subpartida publicidad y propaganda, según los diez medios de comunicación con mayor pago recibido en el año 2019.



nima ocupa el tercer lugar, con un 10,5% de pauta, y en cuarto lugar se encuentra Central de Radios CDR Sociedad Anónima. Ambas empresas recibieron más de trescientos millones de colones cada uno.

Con montos inferiores a los doscientos cincuenta millones se encuentran Sociedad Periodística Extra Limitada, Comunicaciones Digitales de Entretenimiento Sociedad Anónima y Cadena Radial Costarricense Sociedad Anónima. Por su parte, la Asociación Cámara Nacional de Radio, Cadena de Emisoras Columbia Sociedad Anónima y Crhoy Sociedad Anónima, recibieron pagos inferiores a los ciento cincuenta millones de colones.

En cuanto a la subpartida información, para el 2019 (tabla 2.12 y figura 2.2), Grupo Nación G N Sociedad Anónima y Sociedad Periodística Extra Limitada recibieron montos por encima de los doscientos millones de colones. Por su parte, Televisora de Costa Rica Sociedad Anónima, Representaciones Televisivas REPRETEL, Sociedad Anónima y Properiódicos Limitada

recibieron montos por encima de los cien millones de colones; mientras que Crhoy Sociedad Anónima, Cadena Radial Costarricense Sociedad Anónima, Cadena de Emisoras Columbia Sociedad Anónima, Central de Radios CDR Sociedad Anónima y la Universidad de Costa Rica recibieron montos inferiores a los setenta millones de colones. Esta asignación muestra que solo en cuatro grupos económicos se concentra el 74% de la pauta: el 32,1% corresponde a Grupo Nación, el 21,4% a Extra, el 11,5% a Televisora de Costa Rica y el 10,9% a Repretel.

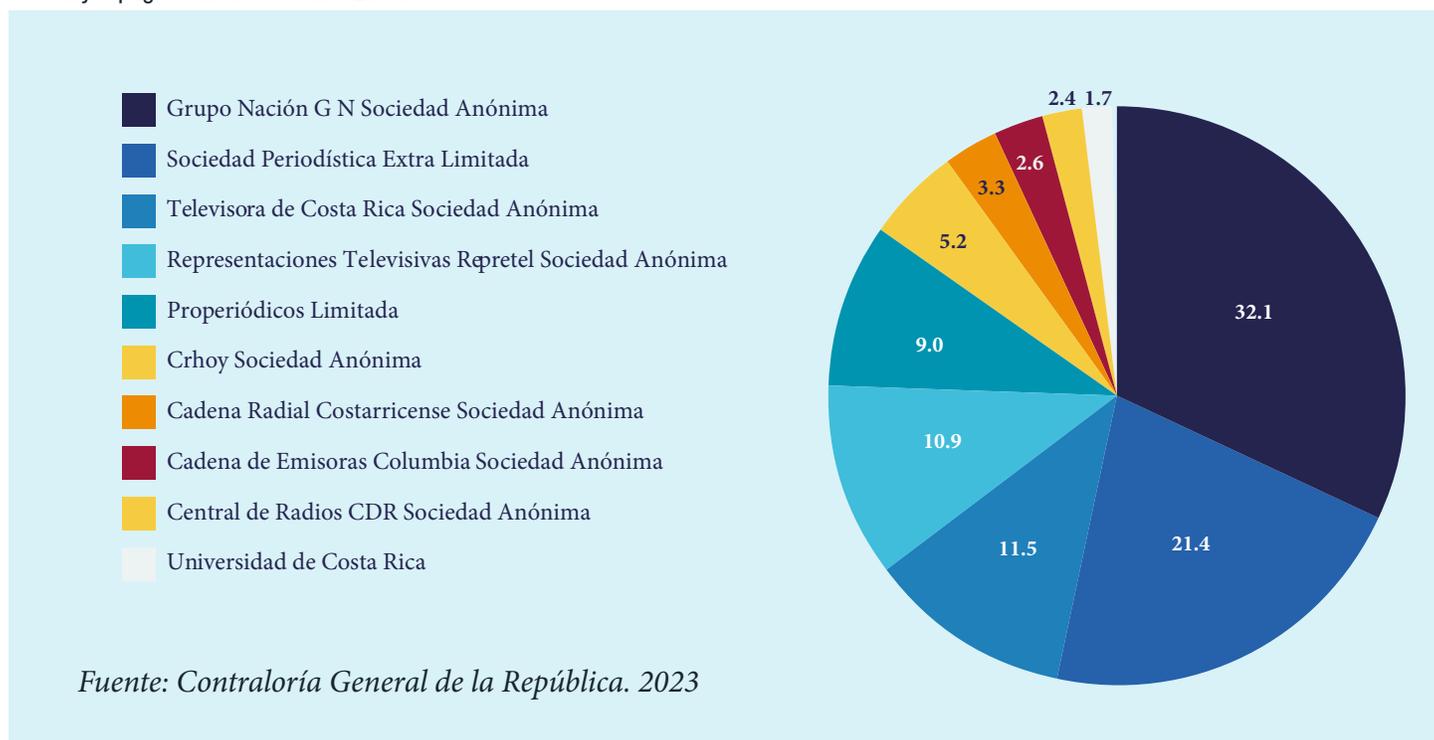
Para el año 2019, los dos grandes grupos mediáticos que recibieron mayor pago por publicidad fueron Televisora de Costa Rica Sociedad Anónima y Representaciones Televisivas REPRETEL Sociedad Anónima con más de mil millones de colones cada uno. Le siguen Grupo Nación G N Sociedad Anónima, que recibió pagos por más de ochocientos millones, Sociedad Periodística Extra Limitada, por un monto por encima de quinientos millones de colones y Central de Radios CDR Sociedad Anónima con alrededor de trescientos cincuenta millones. Con pagos inferiores a los doscien-

Tabla 2.12 Distribución del gasto en publicidad oficial, subpartida información, según adjudicatario con mayor pago recibido en el año 2019.

Adjudicatario	Monto (en colones)
Grupo Nación G N Sociedad Anónima	424.905.440
Sociedad Periodística Extra Limitada	283.770.793
Televisora de Costa Rica Sociedad Anónima	151.832.652
Representaciones Televisivas Repretel Sociedad Anónima	144.060.206
Properiódicos Limitada	118.621.570
Crhoy Sociedad Anónima	68.450.000
Cadena Radial Costarricense Sociedad Anónima	43.519.720
Cadena de Emisoras Columbia Sociedad Anónima	34.405.020
Central de Radios CDR Sociedad Anónima	32.183.455
Universidad de Costa Rica	22.750.000
TOTAL	1.324.498.856

Fuente: Contraloría General de la República. 2023

Figura 2.2 Distribución del gasto en publicidad oficial, subpartida información, según los diez medios de comunicación con mayor pago recibido en el año 2019.



Fuente: Contraloría General de la República. 2023

tos millones se encuentran Cadena Radial Costarricense Sociedad Anónima, Comunicaciones Digitales de Entretenimiento, Asociación Cámara Nacional de Radio, Cadena de Emisoras Columbia Sociedad Anónima, Crhoy Sociedad Anónima, Properiódicos Limitada y la Universidad de Costa Rica.

En cuanto al acaparamiento de la pauta según la plataforma tenemos:

- Televisión: Televisora de Costa Rica Sociedad Anónima, Representaciones Televisivas REPRETEL, Sociedad Anónima y Comunicaciones Digitales de Entretenimiento Sociedad Anónima.
- Radio: Central de Radios CDR Sociedad Anónima, Cadena Radial Costarricense Sociedad Anónima, Asociación Cámara Nacional de Radio y Cadena de Emisoras Columbia Sociedad Anónima.
- Periódicos: Grupo Nación, Sociedad Periodística Extra Limitada y Properiódicos Limitada.
- Internet: Crhoy Sociedad Anónima

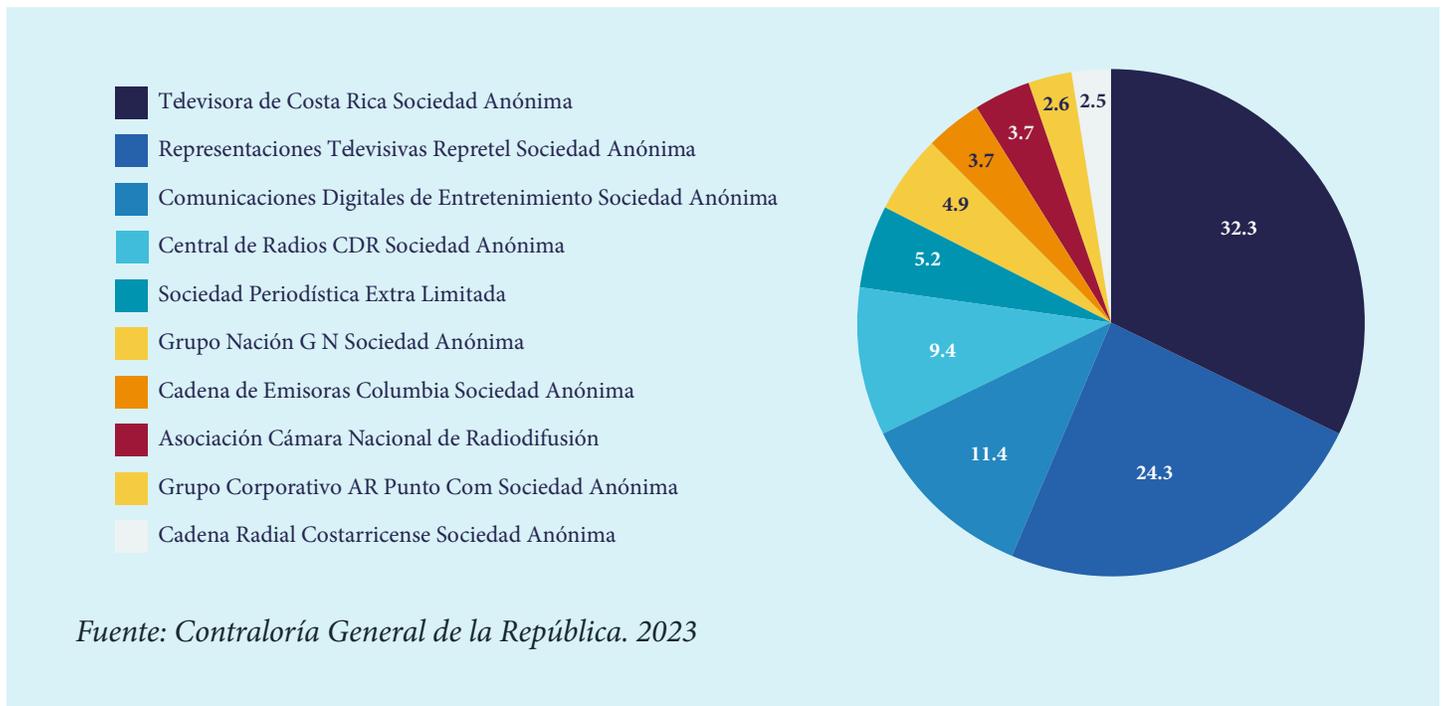
Con respecto al año 2020 (tabla 2.13 y figura 2.3), en la subpartida de publicidad y propaganda los medios que más recibieron pagos por pauta fueron: en primer lugar, Televisora de Costa Rica Sociedad Anónima con más de novecientos millones de colones. En segundo lugar, Representaciones Televisivas REPRETEL Sociedad Anónima con alrededor de setecientos cuarenta y dos millones, en tercero y cuarto lugar, Comunicaciones Digitales de Entretenimiento Sociedad Anónima y Central de Radios CDR Sociedad Anónima con montos entre los doscientos ochenta y nueve millones y los trescientos cuarenta y nueve millones de colones respectivamente. Con cifras inferiores a los doscientos millones se encuentran Sociedad Periodística Extra Limitada, Grupo Nación G N Sociedad Anónima, Cadena de Emisoras Columbia Sociedad Anónima y la Asociación Cámara Nacional de Radiodifusión; y con menos de cien millones Grupo Corporativo AR Punto Com Sociedad Anónima y Cadena Radial Costarricense Sociedad Anónima.

Tabla 2.13 Distribución del gasto en publicidad oficial, subpartida publicidad y propaganda, según adjudicatario con mayor pago recibido en el año 2020.

Adjudicatario	Monto (en colones)
Televisora de Costa Rica Sociedad Anónima	989.425.070
Representaciones Televisivas Repretel Sociedad Anónima	742.214.264
Comunicaciones Digitales de Entretenimiento Sociedad Anónima	349.384.811
Central de Radios CDR Sociedad Anónima	289.007.538
Sociedad Periodística Extra Limitada	159.750.709
Grupo Nación G N Sociedad Anónima	150.008.613
Cadena de Emisoras Columbia Sociedad Anónima	113.103.671
Asociación Cámara Nacional de Radiodifusión	111.912.926
Grupo Corporativo AR Punto Com Sociedad Anónima	78.415.600
Cadena Radial Costarricense Sociedad Anónima	77.395.454
TOTAL	3.060.618.656

Fuente: Contraloría General de la República. 2023

Figura 2.3 Distribución del gasto en publicidad oficial, subpartida publicidad y propaganda, según los diez medios de comunicación con mayor pago recibido en el año 2020.



En el caso de esta subpartida, y como se ha visto en este capítulo, los ingresos por publicidad oficial quedan en pocos grupos económicos, esto significa que el 68% del monto total quedó distribuido en solo tres concesionarios: Televisora de Costa Rica 32,3%, Repretel 24,3% y Comunicaciones Digitales de Entretenimiento 11,4% .

En la subpartida de información, para este mismo año (tabla 2.14 y figura 2.4), los medios que más pagos recibieron fueron Grupo Nación G N Sociedad Anónima y Sociedad Periodística Extra Limitada con ¢305.559.347 y ¢153.972.053. En tercer lugar, se encuentra Televisora de Costa Rica Sociedad Anónima con ¢82.127.702 y en el cuarto y quinto lugar, Asociación Cámara Nacional de Radiodifusión y Cadena Radial Costarricense Sociedad Anónima con montos entre los cincuenta y nueve y sesenta y cinco millones de colones. En sexto lugar y séptimo lugar, se encuentran Properiódicos Limitada y Representaciones Televisivas Repretel Sociedad Anónima con alrededor de cincuenta y seis millones de colones; y en octavo lugar, Crhoy Sociedad Anónima con pagos por cincuenta y cinco millones de colones aproximadamente. Otros medios como

Central de Radios CDR Sociedad Anónima y Cadena de Emisoras Columbia Sociedad Anónima recibieron pagos por pauta inferiores a los cuarenta millones de colones.

En 2020, la concentración de la publicidad oficial se presenta en los siguientes grupos económicos: Grupo Nación, Extra y Televisora de Costa Rica. Esto significa que únicamente tres grupos mediáticos recibieron el 59,9% del gasto en pauta de las instituciones públicas

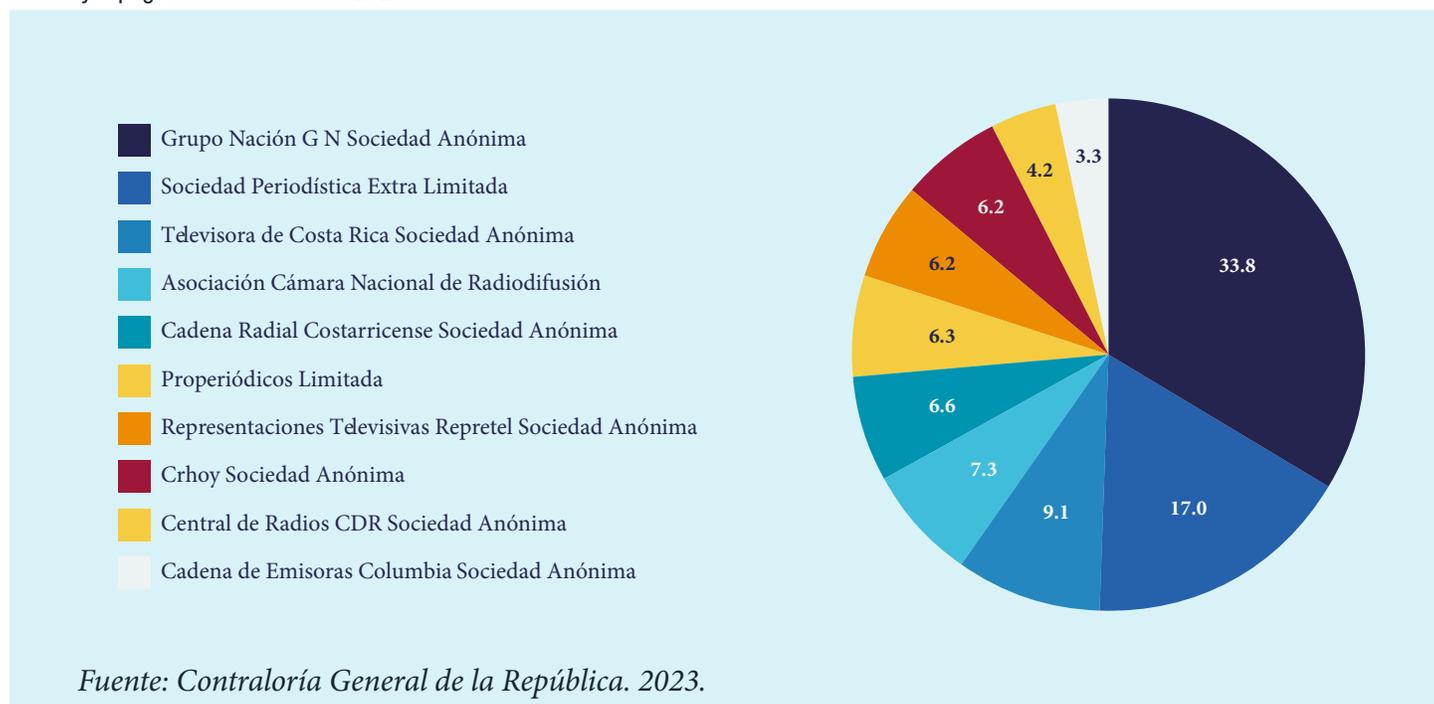
Durante el año 2020, fueron tres grandes grupos mediáticos los que recibieron mayor pago por publicidad, concentrando más del 60% del pago total: Televisora de Costa Rica Sociedad Anónima, Representaciones Televisivas REPRETEL Sociedad Anónima y Grupo Nación G N Sociedad Anónima. En el caso de Televisora de Costa Rica, recibió más de mil millones de colones (27,8% del total de la pauta), mientras que REPRETEL obtuvo más de setecientos noventa millones (20,7% del total de la pauta) y Grupo Nación más de cuatrocientos cincuenta millones de colones (11,8% del total de la pauta).

Tabla 2.14 Distribución del gasto en publicidad oficial, subpartida información, según adjudicatario con mayor pago recibido en el año 2020.

Adjudicatario	Monto (en colones)
Grupo Nación G N Sociedad Anónima	305.559.347
Sociedad Periodística Extra Limitada	153.972.053
Televisora de Costa Rica Sociedad Anónima	82.127.702
Asociación Cámara Nacional de Radiodifusión	65.980.800
Cadena Radial Costarricense Sociedad Anónima	59.946.409
Properiódicos Limitada	56.849.175
Representaciones Televisivas Repretel Sociedad Anónima	56.020.400
Crhoy Sociedad Anónima	55.783.411
Central de Radios CDR Sociedad Anónima	37.705.825
Cadena de Emisoras Columbia Sociedad Anónima	29.604.248
TOTAL	903.549.370

Fuente: Contraloría General de la República. 2023

Figura 2.4 Distribución del gasto en publicidad oficial, subpartida información, según los diez medios de comunicación con mayor pago recibido en el año 2020.



Por su parte, Comunicaciones Digitales de Entretenimiento Sociedad Anónima obtuvo el 9,1%, es decir, más de trescientos cuarenta millones de colones; Central de Radios CDR Sociedad Anónima el 8,5% del total, lo que implica un monto aproximado a los trescientos veinte millones de colones; y Sociedad Periodística Extra Limitada el 8,1%, es decir, más de trescientos millones de colones.

Con montos inferiores a los doscientos millones se encuentran Asociación Cámara Nacional de Radio, Cadena de Emisoras Columbia Sociedad Anónima y Cadena Radial Costarricense Sociedad Anónima.

Con respecto a la concentración de la pauta según la plataforma tenemos:

- Televisión: Televisora de Costa Rica Sociedad Anónima, Representaciones Televisivas REPRETEL, Sociedad Anónima y Comunicaciones Digitales de Entretenimiento Sociedad Anónima.
- Radio: Central de Radios CDR Sociedad Anónima, Asociación Cámara Nacional de Radio, Cadena de

Emisoras Columbia Sociedad Anónima y Cadena Radial Costarricense Sociedad Anónima.

- Periódicos: Grupo Nación, Sociedad Periodística Extra Limitada y Properiódicos Limitada.
- Internet: Crhoy Sociedad Anónima.

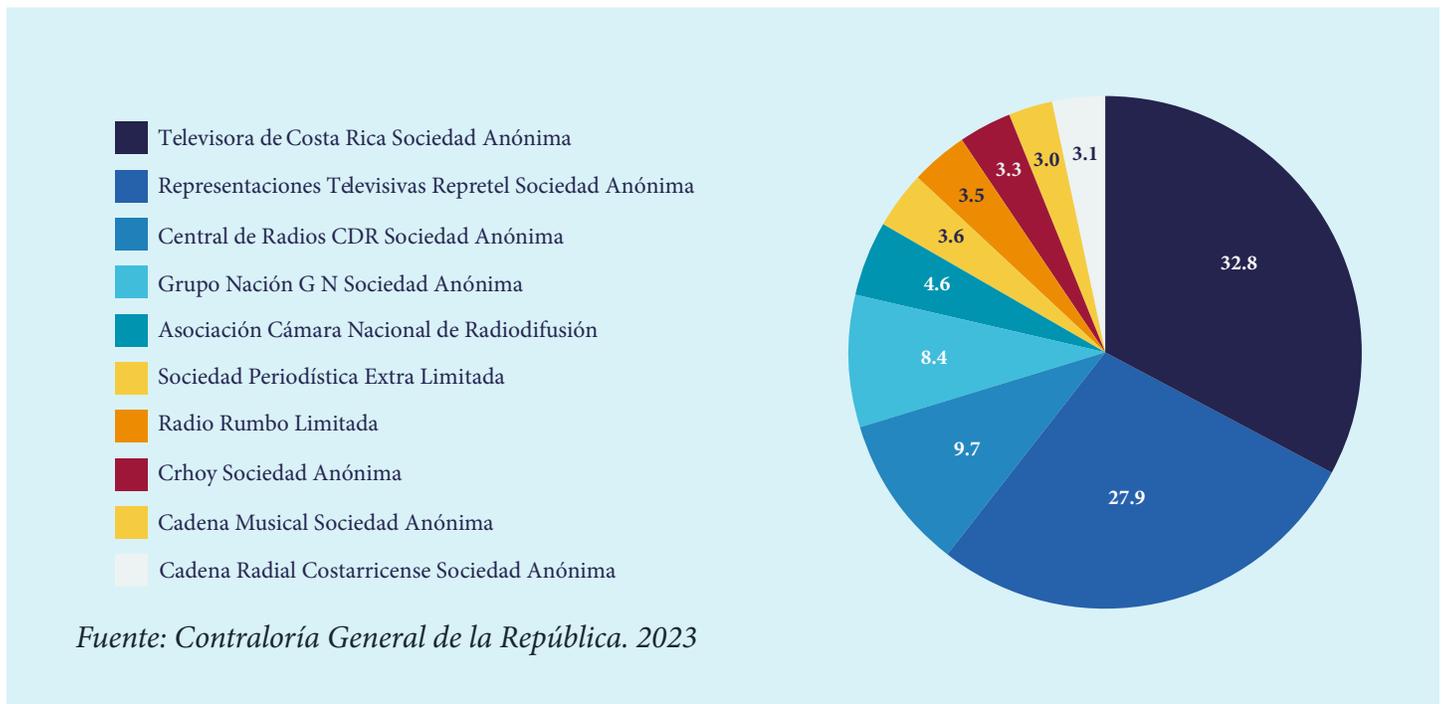
En cuanto a la subpartida publicidad y propaganda, para el año 2021 (tabla 2.15 y figura 2.5) los medios que más recibieron pauta fueron los siguientes: Televisora de Costa Rica Sociedad Anónima con el 32,8% de la pauta y Representaciones Televisivas REPRETEL Sociedad Anónima con el 27,9%. Estos dos concesionarios recibieron más del 60% de la publicidad, lo que representa alrededor de mil ochocientos millones de colones repartidos en dos empresas. En el caso de Central de Radios CDR Sociedad Anónima, ocupa el tercer lugar con el 9,7% de la pauta, y, en cuarto lugar se encuentra Comunicaciones Digitales de Entretenimiento Sociedad Anónima con el 8,4%. Ambas empresas recibieron más de doscientos cincuenta millones de colones cada una.

Tabla 2.15 Distribución del gasto en publicidad oficial, subpartida publicidad y propaganda, según adjudicatario con mayor pago recibido en el año 2021.

Adjudicatario	Monto (en colones)
Televisora de Costa Rica Sociedad Anónima	987.447.894
Representaciones Televisivas Repretel Sociedad Anónima	838.811.633
Central de Radios CDR Sociedad Anónima	291.532.176
Comunicaciones Digitales de Entretenimiento Sociedad Anónima	253.600.772
Grupo Nación G N Sociedad Anónima	136.951.090
Asociación Cámara Nacional de Radiodifusión	109.303.987
Sociedad Periodística Extra Limitada	104.002.720
Radio Rumbo Limitada	100.022.600
Cadena Musical Sociedad Anónima	91.257.557
Cadena Radial Costarricense Sociedad Anónima	94.179.999
TOTAL	3.007.110.428

Fuente: Contraloría General de la República. 2023.

Figura 2.5. Distribución del gasto en publicidad oficial, subpartida publicidad y propaganda, según los diez medios de comunicación con mayor pago recibido en el año 2021.



Con montos inferiores a los ciento cuarenta millones se encuentran Grupo Nación G N Sociedad Anónima, Asociación Cámara Nacional de Radio, Sociedad Periodística Extra Limitada, Radio Rumbo Limitada, Cadena Musical Sociedad Anónima y Cadena Radial

Para la subpartida información correspondiente al año 2021 (tabla 2.16 y figura 2.6), Televisora de Costa Rica Sociedad Anónima fue el adjudicatario que más pago recibió por pauta, ₡247.577.607. Por su parte, Grupo Nación G N Sociedad Anónima, Sociedad Periodística Extra Limitada y Comunicaciones Digitales de Entretenimiento Sociedad Anónima recibieron montos por encima de los cien millones de colones. En el caso de Televisora de Costa Rica Sociedad Anónima, Representaciones Televisivas REPARETEL, Sociedad Anónima y Propereidicos Limitada recibieron montos por encima de los cien millones de colones.

Por su parte, Central de Radios CDR Sociedad Anónima, Cadena Radial Costarricense Sociedad Anónima, Cadena de Emisoras Columbia Sociedad Anónima, Crhoy Sociedad Anónima y la Asociación Cámara Nacional de Radiodifusión recibieron montos inferiores a los sesenta y cinco millones de colones. Lo ante-

rior implica que solo en cuatro grupos económicos se concentra el 65,6% de la pauta: el 21,8% corresponde a Televisora de Costa Rica, el 17,2% a Repretel, el 15,5% a Grupo Nación y el 11% a Extra. En el año 2021, los dos grandes grupos mediáticos que recibieron mayor pago por publicidad fueron Televisora de Costa Rica Sociedad Anónima y Representaciones Televisivas REPARETEL Sociedad Anónima con más de mil millones de colones cada uno. Le siguen Central de Radios CDR Sociedad Anónima y Comunicaciones Digitales de Entretenimiento Sociedad Anónima y Grupo Nación G N Sociedad Anónima con pagos por más de trescientos millones de colones; mientras que la Sociedad Periodística Extra Limitada, el monto recibido está por encima de los doscientos millones de colones.

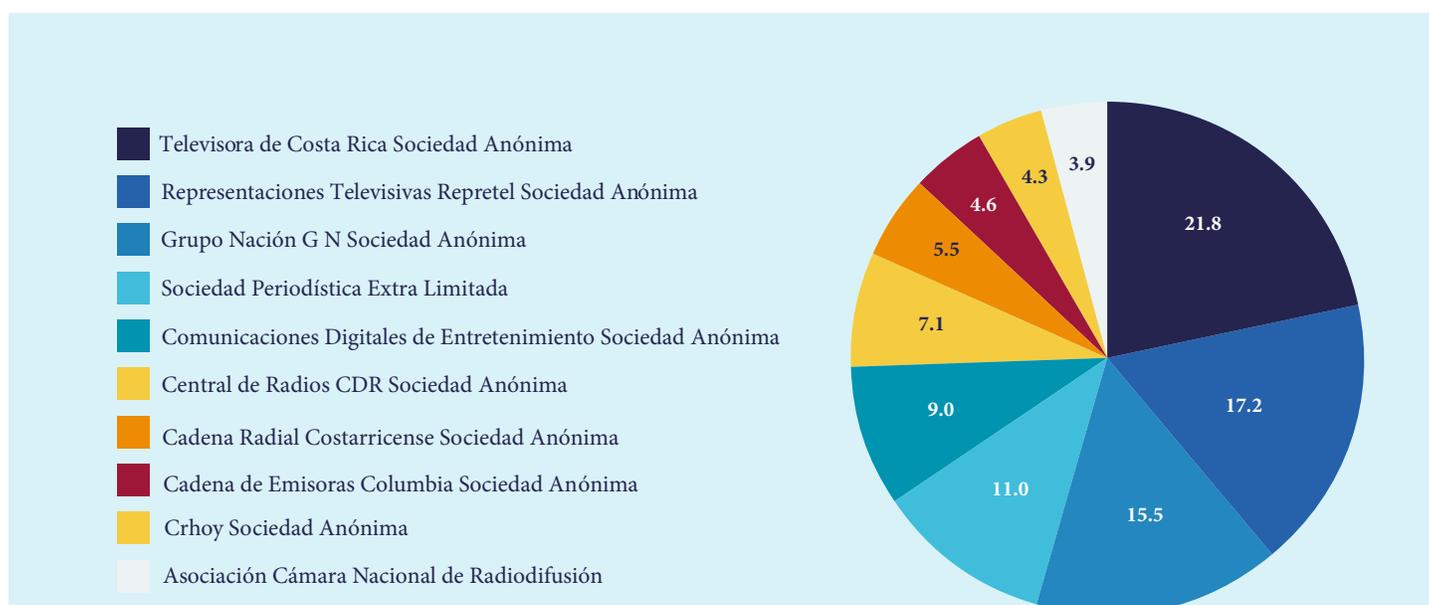
Con pagos inferiores a los doscientos millones se encuentran Cadena Radial Costarricense Sociedad Anónima, Asociación Cámara Nacional de Radio, Radio Rumbo Limitada y Cadena Musical Sociedad Anónima.

Tabla 2.16 Distribución del gasto en publicidad oficial, subpartida información, según adjudicatario con mayor pago recibido en el año 2021.

Adjudicatario	Monto (en colones)
Televisora de Costa Rica Sociedad Anónima	247.577.607
Representaciones Televisivas Repretel Sociedad Anónima	195.210.282
Grupo Nación G N Sociedad Anónima	175.973.312
Sociedad Periodística Extra Limitada	124.778.601
Comunicaciones Digitales de Entretenimiento Sociedad Anónima	101.965.033
Central de Radios CDR Sociedad Anónima	80.128.159
Cadena Radial Costarricense Sociedad Anónima	62.700.590
Cadena de Emisoras Columbia Sociedad Anónima	52.318.340
Crhoy Sociedad Anónima	48.734.772
Asociación Cámara Nacional de Radiodifusión	44.024.105
TOTAL	1.133.410.801

Fuente: Contraloría General de la República. 2023.

Figura 2.6 Distribución del gasto en publicidad oficial, subpartida información, según los diez medios de comunicación con mayor pago recibido en el año 2021.



Fuente: Contraloría General de la República. 2023.

En cuanto al acaparamiento de la pauta según la plataforma se presenta la siguiente información:

- Televisión: Televisora de Costa Rica Sociedad Anónima, Representaciones Televisivas REPTEL, Sociedad Anónima y Comunicaciones Digitales de Entretenimiento Sociedad Anónima.
- Radio: Central de Radios CDR Sociedad Anónima, Cadena Radial Costarricense Sociedad Anónima, Asociación Cámara Nacional de Radio, Radio Rumbo Limitada y Cadena Musical Sociedad Anónima.
- Periódicos: Grupo Nación y Sociedad Periodística Extra Limitada.
- Internet: Crhoy Sociedad Anónima

Con respecto a los pagos realizados en la subpartida de publicidad y propaganda para el año 2022 (tabla 2.17 y figura 2.7), los medios que recibieron más pagos por pauta fueron 2: Televisora de Costa Rica Sociedad Anónima y Representaciones Televisivas REPTEL Sociedad Anónima, con montos por encima de los setecientos millones de colones en ambos casos.

Esto implica que el 58,7% de la pauta, más de mil quinientos millones de colones, está acaparado en solo dos grupos económicos: Televisora de Costa Rica 29,8% y Repretel 28,8%. En tercer lugar se encuentra Comunicaciones Digitales de Entretenimiento Sociedad Anónima con alrededor de doscientos sesenta millones de colones, lo que representa el 10,2%.

Con montos inferiores a los doscientos millones están Central de Radios CDR Sociedad Anónima, Grupo Nación G N Sociedad Anónima, Cadena Radial Costarricense Sociedad Anónima, Asociación Cámara Nacional de Radiodifusión y Radio Rumbo Limitada. Y con montos por debajo a los cien millones Cadena Musical Sociedad Anónima y Crhoy Sociedad Anónima.

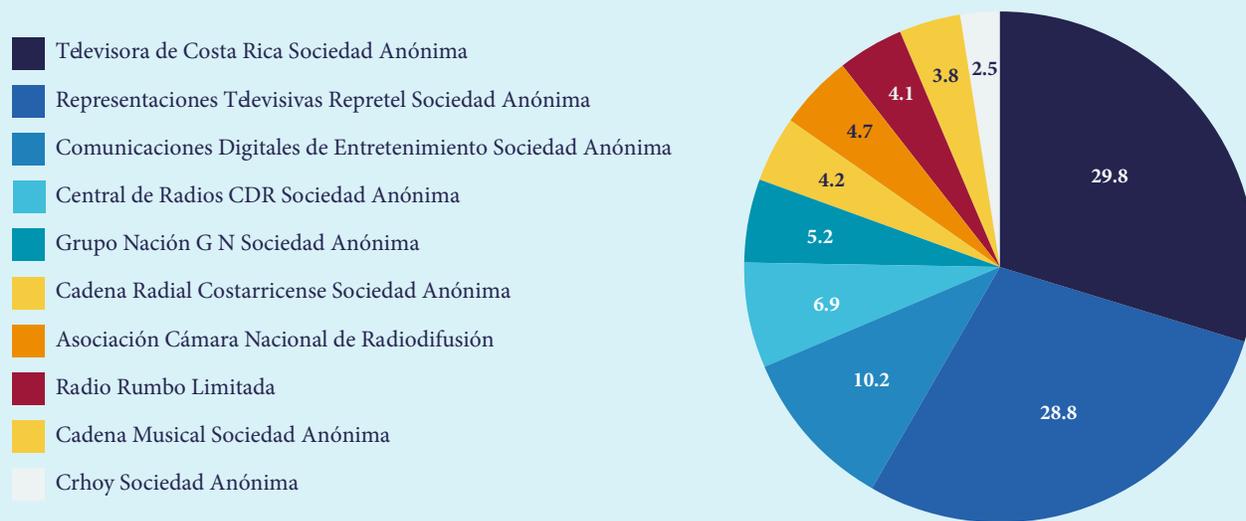
El año 2022 fue un año de cambios políticos, llegó a la presidencia Rodrigo Chaves Robles y con él algunas expresiones relacionadas con el ecosistema mediático como por ejemplo “prensa canalla” y “democratización de la pauta”. Así, esta “democratización” en los pagos a los medios de comunicación fue más evidente en la subpartida de información (tabla 2.18 y figura 2.8).

Tabla 2.17 Distribución del gasto en publicidad oficial, subpartida publicidad y propaganda, según adjudicatario con mayor pago recibido en el año 2022.

Adjudicatario	Monto (en colones)
Televisora de Costa Rica Sociedad Anónima	764.020.523
Representaciones Televisivas Repretel Sociedad Anónima	738.474.188
Comunicaciones Digitales de Entretenimiento Sociedad Anónima	260.312.154
Central de Radios CDR Sociedad Anónima	175.629.710
Grupo Nación G N Sociedad Anónima	131.927.141
Cadena Radial Costarricense Sociedad Anónima	106.439.997
Asociación Cámara Nacional de Radiodifusión	119.986.911
Radio Rumbo Limitada	103.909.218
Cadena Musical Sociedad Anónima	96.219.495
Crhoy Sociedad Anónima	64.162.788
TOTAL	2.561.082.125

Fuente: Contraloría General de la República. 2023.

Figura 2.7 Distribución del gasto en publicidad oficial, subpartida publicidad y propaganda, según los diez medios de comunicación con mayor pago recibido en el año 2022.



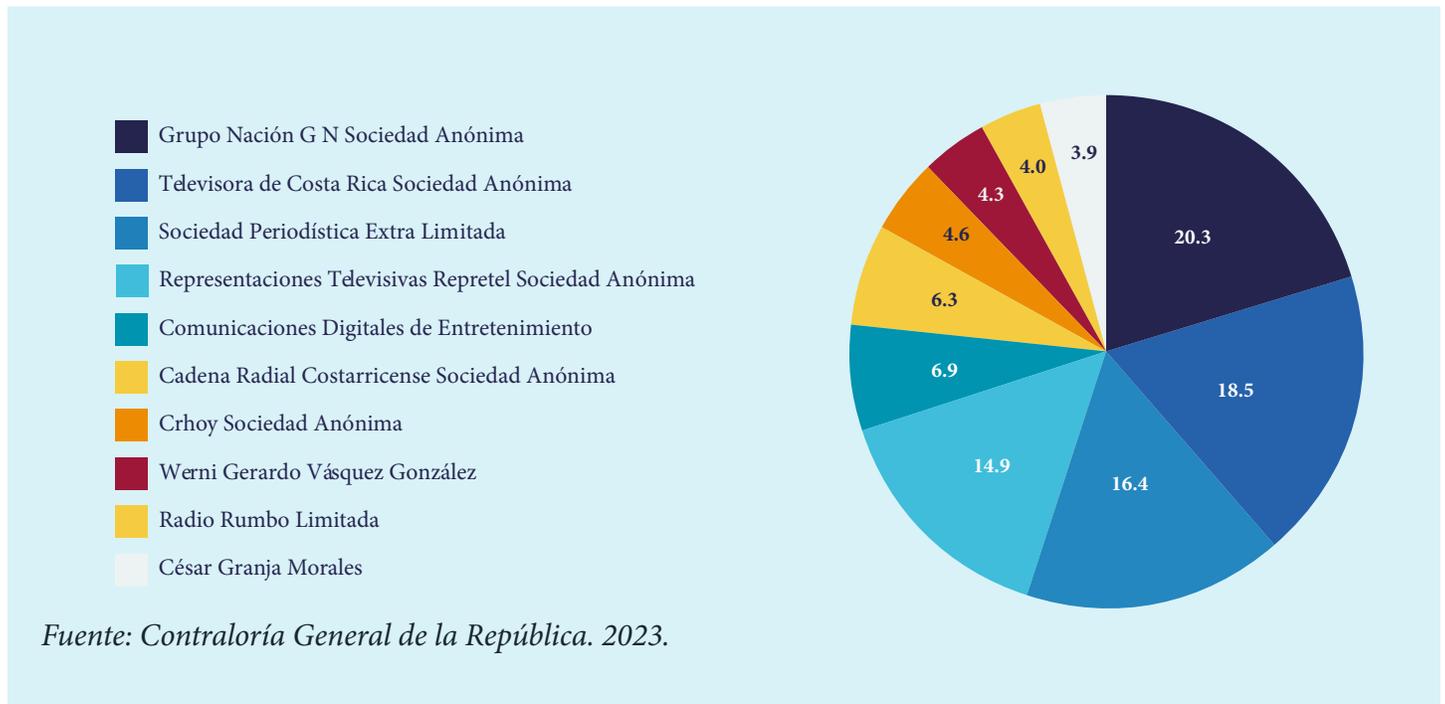
Fuente: Contraloría General de la República. 2023.

Tabla 2.18 Distribución del gasto en publicidad oficial, subpartida información, según adjudicatario con mayor pago recibido en el año 2022.

Adjudicatario	Monto (en colones)
Grupo Nación G N Sociedad Anónima	85.429.185
Televisora de Costa Rica Sociedad Anónima	78.045.589
Sociedad Periodística Extra Limitada	69.014.806
Representaciones Televisivas Repretel Sociedad Anónima	62.628.549
Comunicaciones Digitales de Entretenimiento	29.130.000
Cadena Radial Costarricense Sociedad Anónima	26.516.570
Crhoy Sociedad Anónima	19.548.707
Werni Gerardo Vásquez González	18.072.000
Radio Rumbo Limitada	16.957.873
César Granja Morales	16.272.000
TOTAL	421.615.279

Fuente: Contraloría General de la República. 2023.

Figura 2.8 Distribución del gasto en publicidad oficial, subpartida información, según los diez medios de comunicación con mayor pago recibido en el año 2022.



Efectivamente, los medios que más pagos recibieron fueron Grupo Nación G N Sociedad Anónima (20,3%), Televisora de Costa Rica Sociedad Anónima (18,5%), Sociedad Periodística Extra Limitada (16,4%) y Representaciones Televisivas Repretel Sociedad Anónima (14,9%); sin embargo, los montos recibidos están muy por debajo de los percibidos en 2021. Por ejemplo:

- Grupo Nación recibió ₡85.429.185, mientras que en 2021 el monto pagado a este medio fue de ₡175.973.312 -alrededor de ochenta millones menos que el año anterior-.
- A Televisora de Costa Rica se le pagó ₡78.045.589 en 2022, aproximadamente ciento sesenta y nueve millones de colones menos que en 2021 pues en ese año recibió ₡247.577.607 por pauta.
- Extra percibió ₡69.014.806 en 2022, sin embargo, en 2021 había recibido ₡124.778.601, poco menos de la mitad de lo que recibió en ese año.
- Repretel recibió ₡62.628.549 en 2021 cerca de ciento treinta millones menos que en 2022, pues en este último año recibió ₡195.210.282.

Otros medios como Comunicaciones Digitales de Entretenimiento, Cadena Radial Costarricense Sociedad Anónima, Crhoy Sociedad Anónima y Radio Rumbo Limitada recibieron pagos por pauta inferiores a los treinta millones de colones.

Es importante señalar la aparición de nuevos actores en la asignación de la pauta, tal es el caso de Werni Gerardo Vásquez González y César Granja Morales quienes recibieron pagos entre dieciocho millones y dieciséis millones de colones respectivamente.

Durante el año 2022, Televisora de Costa Rica Sociedad Anónima (29,2%) y Representaciones Televisivas REPRETEL Sociedad Anónima (27,8%), dos de los grandes grupos mediáticos recibieron el mayor pago por publicidad, acaparando el 57% del pago total, lo que implica montos superiores a los ochocientos millones en ambos casos; seguidos de Comunicaciones Digitales de Entretenimiento Sociedad Anónima (10,1%) y Grupo Nación G N Sociedad Anónima, (7,5%) los cuales recibieron pagos por montos superiores a los doscientos millones cada uno.

Central de Radios CDR Sociedad Anónima (6,1%) recibió alrededor de doscientos ochenta y nueve millones de colones, mientras que Sociedad Periodística Extra Limitada (8,1), más de trescientos millones de colones.

Con montos inferiores a los doscientos millones se encuentran Central de Radios CDR Sociedad Anónima, Cadena Radial Costarricense Sociedad Anónima, Asociación Cámara Nacional de Radio y Radio Rumbo Limitada; mientras que Cadena Musical Sociedad Anónima, Sociedad Periodística Extra Limitada y Crhoy Sociedad Anónima recibieron pagos por menos de cien millones de colones.

Con respecto a la concentración de la pauta según la plataforma tenemos:

- Televisión: Televisora de Costa Rica Sociedad Anónima, Representaciones Televisivas REPTEL, Sociedad Anónima y Comunicaciones Digitales de Entretenimiento Sociedad Anónima.
- Radio: Central de Radios CDR Sociedad Anónima, Cadena Radial Costarricense Sociedad Anónima, Asociación Cámara Nacional de Radio, Radio Rumbo Limitada y Cadena Musical Sociedad Anónima.
- Periódicos: Grupo Nación y Sociedad Periodística Extra Limitada.
- Internet: Crhoy Sociedad Anónima.

El año 2023 tuvo importantes y significativos cambios con respecto al comportamiento en la asignación de la publicidad oficial, tanto en la subpartida de publicidad y propaganda como en la de información. Lo anterior, debido a las directrices establecidas por el gobierno Chaves Robles con respecto a “democratizar” la pauta estatal, reduciendo de forma significativa los pagos a grupos económicos como Representaciones Televisivas Repretel Sociedad Anónima, Televisora de Costa Rica Sociedad Anónima y Grupo Nación G N Sociedad Anónima (tabla 2.19, figura 2.9). Para este año, en la partida de publicidad y propaganda, aún con disminuciones importantes en los pagos, los 3 medios de comunicación que recibieron más retribuciones fueron: Representaciones Televisivas Repretel Sociedad Anónima (20,7%), Central de Radios CDR Sociedad Anónima (17,9%) y Televisora de Costa Rica Sociedad Anóni-

ma (17,5%), con montos inferiores a los ciento sesenta y cinco millones de colones. No obstante, los montos percibidos están muy por debajo de los recibidos en los años 2021 y 2022. Esta situación se presenta también con otros medios de comunicación. A continuación se detalla los cambios en la asignación de la pauta a los distintos medios de comunicación:

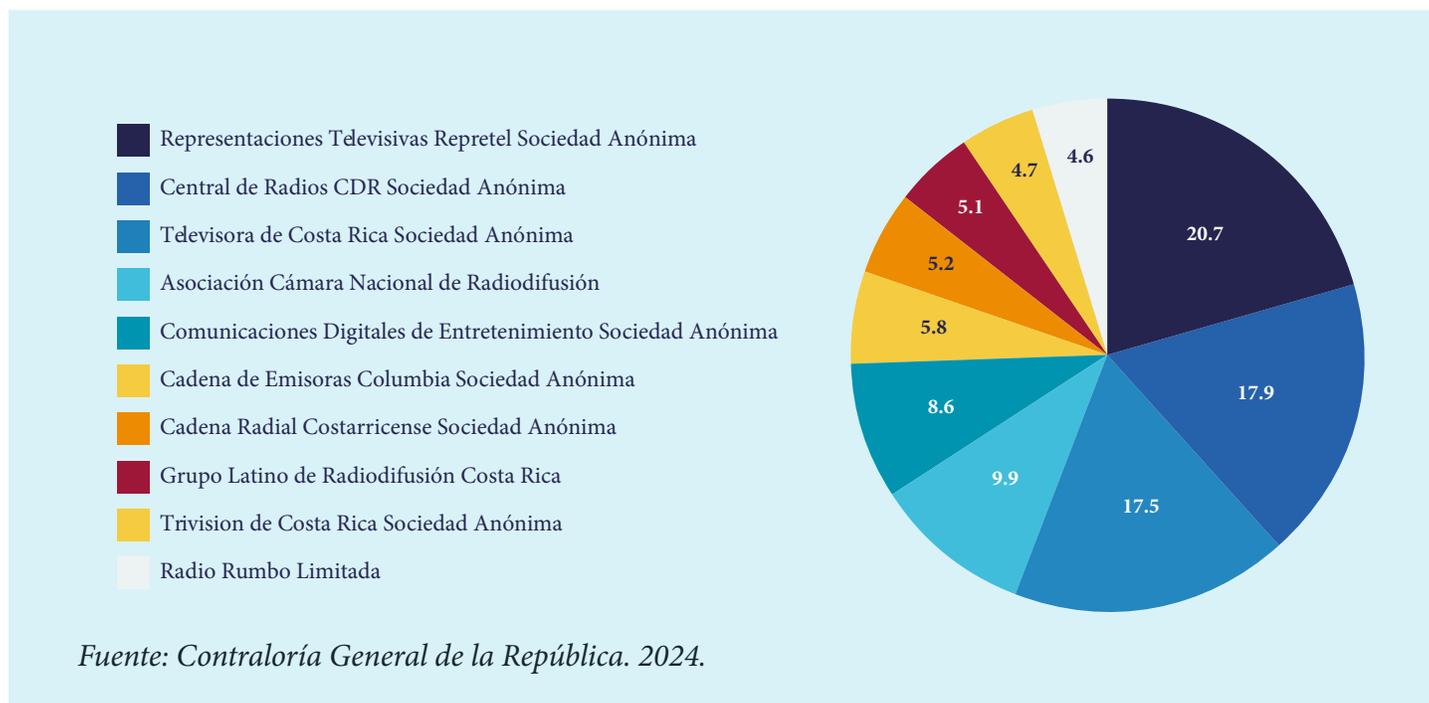
- Televisora de Costa Rica Sociedad Anónima recibió en 2021 ₡987.447.894, en 2022 ₡764.020.523 y en 2023 ₡140.776.019; lo que implica una reducción en pagos de seiscientos millones de colones aproximadamente de 2022 a 2023.
- Representaciones Televisivas Repretel Sociedad Anónima en 2021 recibió ₡838.811.633, en 2022 ₡738.474.188 y en 2023 ₡165.771.677; es decir, una disminución en pagos de más de quinientos millones aproximadamente de 2022 a 2023.
- Central de Radios CDR Sociedad Anónima recibió en 2021 ₡291.532.176, en 2022 ₡175.629.710 y en 2023 ₡143.760.271. La reducción más significativa se dio de 2021 a 2022 por un monto de más de cien millones de colones aproximadamente.
- Comunicaciones Digitales de Entretenimiento Sociedad Anónima en 2021 obtuvo pagos por ₡253.600.772, en 2022 ₡260.312.154 y en 2023 ₡68.672.657. Este medio, de 2022 a 2023, recibió alrededor de ciento noventa millones de colones menos.
- Grupo Nación G N Sociedad Anónima recibió ₡136.951.090 en 2021, ₡131.927.141 en 2022 y únicamente ₡21.807.680 en 2023, esto implica una reducción de más de cien millones de colones del año 2022 a 2023 (para este último año, Grupo Nación no fue parte del grupo de los 10 medios de comunicación con más pago por pauta estatal).
- Asociación Cámara Nacional de Radiodifusión en 2021 recibió un pago de ₡109.303.987, en 2022 por ₡119.986.911 y en 2023 por ₡79.670.668.
- Sociedad Periodística Extra Limitada recibió pagos por ₡104.002.720 en el año 2021. Sin embargo, para 2022 y 2023 recibió retribuciones por ₡20.889.751 y ₡20.657.046 respectivamente. La reducción más significativa se dio de 2021 a 2022 por aproximada-

Tabla 2.19 Distribución del gasto en publicidad oficial, subpartida publicidad y propaganda, según adjudicatario con mayor pago recibido en el año 2023.

Adjudicatario	Monto (en colones)
Representaciones Televisivas Repretel Sociedad Anónima	165.771.677
Central de Radios CDR Sociedad Anónima	143.760.271
Televisora de Costa Rica Sociedad Anónima	140.776.019
Asociación Cámara Nacional de Radiodifusión	79.670.668
Comunicaciones Digitales de Entretenimiento Sociedad Anónima	68.672.657
Cadena de Emisoras Columbia Sociedad Anónima	46.650.482
Cadena Radial Costarricense Sociedad Anónima	42.095.637
Grupo Latino de Radiodifusión Costa Rica	40.741.000
Trivision de Costa Rica Sociedad Anónima	37.834.416
Radio Rumbo Limitada	36.614.997
TOTAL	802.587.824

Fuente: Contraloría General de la República. 2023

Figura 2.9 Distribución del gasto en publicidad oficial, subpartida publicidad y propaganda, según los diez medios de comunicación con mayor pago recibido en el año 2023.



mente ochenta millones de colones menos.

- Radio Rumbo Limitada en 2021 recibió ₡100.022.600, en 2022 ₡103.909.218 y en 2023 ₡36.614.997. Pasó de percibir sumas por encima de los cien millones de colones en 2021 y 2022, a menos de cuarenta millones en 2023.
- Cadena Musical Sociedad Anónima recibió en 2021 y 2022 los siguientes montos ₡91.257.557 y ₡96.219.495 respectivamente. Sin embargo, para 2023, este grupo no se encuentra, como en años anteriores, entre los 10 medios que más pagos por pauta recibieron, pues únicamente le pagaron por publicidad oficial ₡34.999.999.
- Cadena Radial Costarricense Sociedad Anónima en 2021 le pagaron por pauta ₡94.179.999, en 2022 ₡106.439.997 y en 2023 ₡42.095.637; lo que implicó una reducción de aproximadamente sesenta millones de colones en el último año.
- Crhoy Sociedad Anónima en 2022 recibió pagos por ₡64.162.788, mientras que en 2023 únicamente

recibió ₡1.846.000.

Es importante mencionar que al igual que en 2022, para este año surgieron nuevos grupos económicos que se encuentran entre los 10 adjudicatarios que más pagos recibieron por pauta: Grupo Latino de Radiodifusión Costa Rica con ₡40.741.000 y Trivision de Costa Rica Sociedad Anónima con ₡37.834.416. En el caso de Grupo Latino en 2021 recibió pagos por ₡28.876.672 y en 2022 por ₡42.162.500; mientras que Trivision (Canal 36) recibió en 2021 ₡9.788.605 y en 2022 ₡51.266.765.

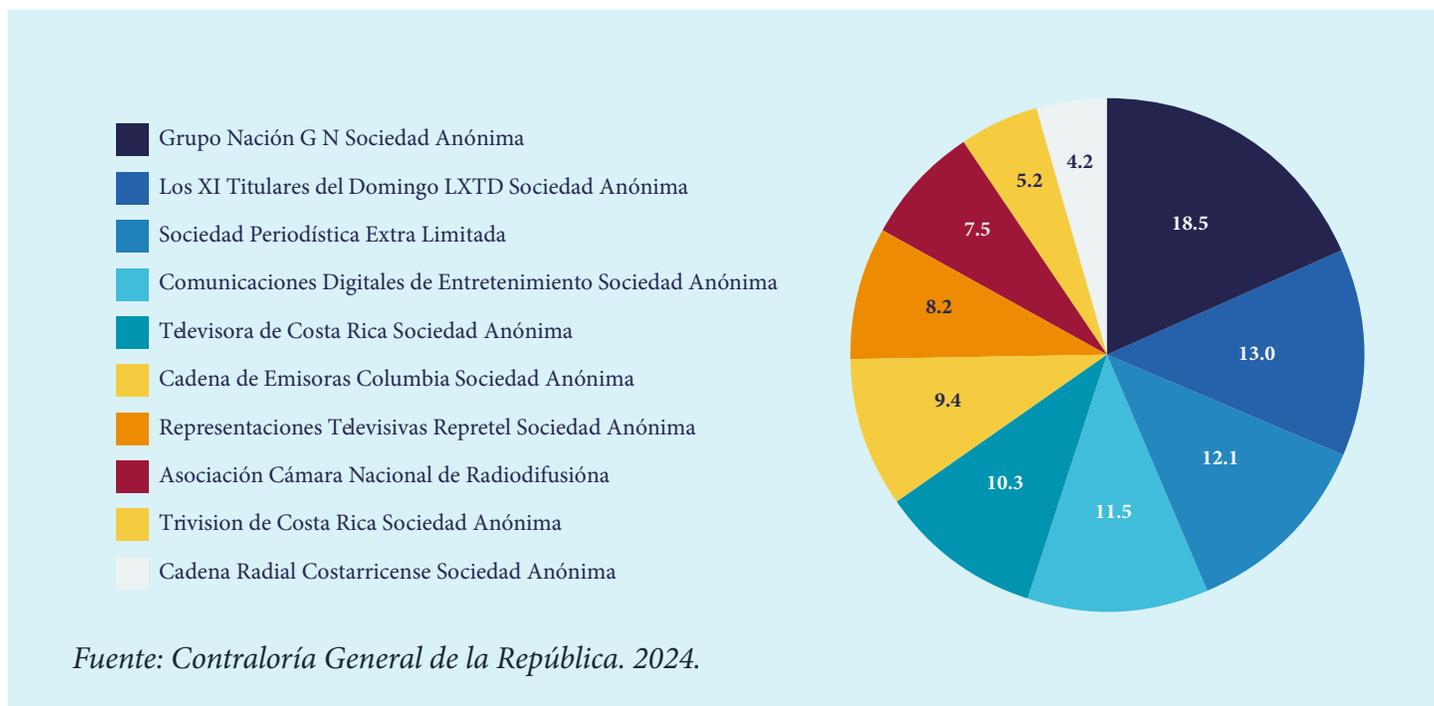
En cuanto a la subpartida información, para el año 2023 (tabla 2.20 y figura 2.10), se evidencia una reducción significativa en el pago, puesto que los montos pagados se encuentran por debajo de los ochenta millones de colones. Así, Grupo Nación G N Sociedad Anónima recibió un monto aproximado a los setenta y nueve millones de colones (18,5%), seguido de Los XI Titulares del Domingo LXTD Sociedad Anónima y Sociedad Periodística Extra Limitada los cuales recibieron montos entre los cincuenta y cinco millones (13%) y

Tabla 2.20 Distribución del gasto en publicidad oficial, subpartida información, según adjudicatario con mayor pago recibido en el año 2023.

Adjudicatario	Monto (en colones)
Grupo Nación G N Sociedad Anónima	79.100.842
Los XI Titulares del Domingo LXTD Sociedad Anónima	55.604.812
Sociedad Periodística Extra Limitada	51.801.870
Comunicaciones Digitales de Entretenimiento Sociedad Anónima	48.919.993
Televisora de Costa Rica Sociedad Anónima	44.067.289
Cadena de Emisoras Columbia Sociedad Anónima	40.233.466
Representaciones Televisivas Repretel Sociedad Anónima	34.916.243
Asociación Cámara Nacional de Radiodifusión	32.102.240
Trivision de Costa Rica Sociedad Anónima	22.362.470
Cadena Radial Costarricense Sociedad Anónima	17.790.000
TOTAL	426.899.225

Fuente: Contraloría General de la República. 2023.

Figura 2.10 Distribución del gasto en publicidad oficial, subpartida información, según los diez medios de comunicación con mayor pago recibido en el año 2020.



cincuenta y uno millones de colones (12,1%) respectivamente.

Por su parte, Comunicaciones Digitales de Entretenimiento Sociedad Anónima (11,5%), Televisora de Costa Rica Sociedad Anónima (10,3%) y Cadena de Emisoras Columbia Sociedad Anónima (9,4%) recibieron montos por debajo de los cincuenta millones de colones; mientras que Representaciones Televisivas Repretel Sociedad Anónima (8,2%) y Asociación Cámara Nacional de Radiodifusión (7,5%) recibieron pagos por debajo de los treinta y cinco millones; Trivision de Costa Rica Sociedad Anónima menos de veintitrés millones (5,2%) y Cadena Radial Costarricense Sociedad Anónima alrededor de diecisiete millones de colones (4,2%).

Para el año 2023, los grupos mediáticos que recibieron mayor pago por publicidad fueron Representaciones Televisivas REPARETEL y Televisora de Costa Rica Sociedad Anónima y Sociedad Anónima con montos que oscilan entre los cien ochenta y doscientos millones de colones; seguidos de Central de Radios CDR Sociedad Anónima, Comunicaciones Digitales de Entretenimiento y Asociación Cámara Nacional de Radio que recibieron pagos entre los cien millones y ciento

cuarenta y cuatro millones de colones. Con pagos inferiores a los doscientos millones se encuentran Cadena de Emisoras Columbia Sociedad Anónima, Grupo Nación G N Sociedad Anónima, Trivision de Costa Rica Sociedad Anónima, Cadena Radial Costarricense Sociedad Anónima y Los XI Titulares del Domingo LXTD Sociedad Anónima.

En cuanto a los grupos que más recibieron pago por pauta según la plataforma tenemos:

- **Televisión:** Representaciones Televisivas REPARETEL Sociedad Anónima, Televisora de Costa Rica Sociedad Anónima, Comunicaciones Digitales de Entretenimiento Sociedad Anónima, Trivision de Costa Rica Sociedad Anónima y Los XI Titulares del Domingo LXTD Sociedad Anónima.
- **Radio:** Central de Radios CDR Sociedad Anónima, Asociación Cámara Nacional de Radio, Cadena de Emisoras Columbia Sociedad Anónima y Cadena Radial Costarricense Sociedad Anónima.
- **Periódicos:** Grupo Nación G N Sociedad Anónima.

Como se mencionó anteriormente, a partir del año 2022 la forma en la asignación de la pauta estatal

a los medios de comunicación tuvo una importante transformación. Lo anterior, como resultado de los cambios implementados por parte de la administración Chaves Robles con el fin de “democratizar” la pauta estatal. Sin embargo, desde el análisis de los datos presentados, no hay una evidencia concreta que respalde que realmente dicha asignación no discrimine a los medios, por el contrario, y a partir de los planteamientos de la Relatoría Especial para la Libertad de Expresión, parece ser una reducción a ciertos medios de comunicación que no han estado alineados al Gobierno y que el propio Chaves los ha considerado “prensa canalla”. Asimismo, algunos hechos ocurridos en 2022 y 2023 ponen en entredicho que realmente la asignación de la pauta sea asignada democráticamente.

Según la noticia “*Democratización de pauta del Gobierno es pagar para que hablen bien de Rodrigo Chaves*” publicada por La Nación en octubre 2023, la exministra de Comunicación Patricia Navarro Molina argumentó, bajo juramento, en la “Comisión Especial investigadora de las contrataciones relacionadas con publicidad y empresas de medios alternativos y medios tradicionales, así como personas físicas, donde se encuentra relacionado el BCIE, el SINART la agencia de publicidad del SINART y las diversas instituciones del Estado que han hecho contratación con dicha agencia”; que el concepto de “democratización de pauta publicitaria” de este gobierno consiste en “torcer el brazo a los periodistas y pagar publicidad para que hablen bien del presidente” así como “favorecer a los medios que presentaran una imagen favorable del Poder Ejecutivo”.

Relacionado con lo anterior, el 25 de octubre de 2023, La Nación publicó la noticia “*Jorge Rodríguez pidió dar más dinero a dos medios de comunicación, dice Navarro*”, en la que se hace referencia a las declaraciones de la exministra de comunicación, Patricia Navarro, relacionadas con que Jorge Rodríguez Vives, en ese entonces jefe de despacho presidencial y actual Ministro de Comunicación, giró la orden de dar más dinero a dos medios de comunicación: El Mundo CR y El Guardián.

Precisamente sobre este tema, en el diario La Nación del 25 de octubre de 2023, Álvaro Ramos (expresidente de la Caja Costarricense de Seguro Social) y Xinia Fernández Delgado (exdirectora de Comunicación de la CCSS) confirmaron a este medio que Casa

Presidencia presionó para conocer el presupuesto relacionado con la publicidad de la institución, así como el mecanismo de asignación. De esta forma, tanto Ramos como Fernández corroboraron las declaraciones hechas por Patricia Navarro ante la Comisión Especial de la Asamblea Legislativa, quien relató que el propio presidente Rodrigo Chaves Robles la presionaba para que pidiera información a las instituciones descentralizadas sobre los fondos publicitarios.

A finales de 2023 se publicaron una serie de audios de conversaciones grabadas por la exministra de comunicación por parte del diario La Nación. Según Navarro, realizó estas grabaciones con el fin de defenderse ante el abordaje de posibles irregularidades, como por ejemplo, la manera como el gobernante exigió a jerarcas recortar la publicidad en medios tradicionales y sobre los planes para vetar de entrevistas a espacios periodísticos considerados adversarios. Al respecto, Chaves y Rodríguez demandaron a Navarro y pidieron a la fiscalía prohibir la reproducción de publicaciones adicionales a esos audios, argumentando que es un crimen revelar grabaciones de esas conversaciones. Sin embargo, la fiscalía rechazó dicha petición aduciendo que no se trata de información privada y que se aplica aquí el interés público (Semanao Universidad, 11 de diciembre de 2023).

Precisamente, en una entrevista realizada el 12 de marzo de 2024 por Fernando del Rincón en el Programa Conclusiones de CNN en español, el periodista hizo referencia a la filtración de los audios y ante la pregunta: “¿Acepta que los audios son originales? Es decir, ¿lo que ahí se dijo sí se dijo? por parte del presidente Chaves”, el presidente Chaves Robles contestó (se presenta la respuesta de forma textual):

Vamos a ver, usted está haciendo una serie de supuestos que son erróneos Fernando, debería dejar de leer la prensa canalla de Costa Rica por ellos lo que han hecho es distorsionar esto. Nada de lo que usted dice de presunto crimen, de influencias ilegítimas se menciona en esos audios. Los audios sí son legítimos, se grabaron en el acto de cometer un crimen, porque el crimen no se borra con el hecho de que la evidencia sea aceptable por una Corte y ahí no hay nada absolutamente ilegal.

En su respuesta Chaves admite **la legitimidad de los audios**, sin embargo, es importante volver a mencionar que la petición de prohibir la reproducción de publicaciones adicionales de dichos audios, fue rechazada por la fiscalía pues considera que no se trata de información privada y que se está aplicando aquí el interés público.

Justamente, en la noticia “*Presidencia ideó plan para ocultar orden de suspender publicidad a cuatro medios*” publicada por el diario La Nación, se hace referencia a uno de los audios, relacionado con la suspensión de la publicidad específicamente a cuatro medios de comunicación: La Nación, Canal 7, CrHoy.com y al programa radial Nuestra Voz de la periodista Amelia Rueda. En este audio se constata que altos funcionarios de Casa Presidencial idearon un plan para ocultar la orden dada por parte del presidente Rodrigo Chaves Robles a los jefes del Gobierno, de suspender “toda la publicidad” estatal a estos cuatro medios, mediante una “ruta legal” que les permitiera no admitir la directriz girada el 8 de julio de 2022 en un chat de *WhatsApp* a los ministros y presidentes ejecutivos. Lo anterior, debido a la solicitud de información sobre este tema enviada por la periodista Vilma Ibarra y la Sala Constitucional.

Al respecto, en el audio se muestra que el mismo ministro de Comunicación, Jorge Rodríguez Vives comentó “Lo que hay que ayudar a construir es una ruta legalmente muy sólida para decirle ‘vieja estúpida, cállate’”.

Sobre el contenido de estos audios, el 11 de diciembre de 2023, el Semanario Universidad publicó que la exministra tuvo una conversación con el ministro Rodríguez Vives acerca de la manera de identificar a la persona que habría dado información a la prensa. Para esto, en mayo de 2022 durante una reunión del Consejo de Gobierno, agentes de la Dirección de Inteligencia y Seguridad (DIS), por orden del presidente Rodrigo Chaves, revisaron los teléfonos de los y las jefes. Lo anterior, con el fin de detectar si alguien había filtrado a la prensa información relacionada con el primer decreto de la administración, el cual no estaba hecho para el momento en que fue firmado.

De acuerdo con el Semanario Universidad los audios compartidos por Patricia Navarro al diario La Nación han permitido conocer diversas acciones plan-

teadas por el gobierno de Chaves Robles con relación a la comunicación estatal y la manera de enfrentar a medios de comunicación que considera enemigos. Por ejemplo, en uno de los audios se escucha una conversación del 08 de julio de 2022 entre Navarro y Rodríguez, se hace referencia a la filtración de otra información relacionada con el retiro de pauta gubernamental y la prohibición de dar entrevistas a los programas de las periodistas Vilma Ibarra y Amelia Rueda. Navarro comentó que hubiera querido que Chaves hiciera “lo que hizo la vez pasada”, en referencia a la revisión con agentes de la DIS, a lo cual Rodríguez contestó asegurando que el mandatario “lo iba a hacer”.

Sobre la intervención de la DIS para la revisión de los dispositivos móviles a los y las jefes, Jorge Rodríguez Vives tuvo que comparecer ante la Comisión especial legislativa que investiga la legalidad de los contratos otorgados por instituciones públicas al Sistema Nacional de Radio y Televisión (Sinart). En su comparecencia, Rodríguez manifestó que no es un exceso que el presidente de la República, Rodrigo Chaves Robles, emplee a la DIS para “entender” cómo se filtró a la prensa una orden girada en el Consejo de Gobierno. “No me pareció extraño disponer de la DIS para ver quién filtraba información”, expresó Rodríguez ante los cuestionamientos realizados por el diputado Francisco Nicolás (La Nación, 12 de febrero de 2024).

Según el diario La Nación, esta comparecencia surgió debido a que en uno de los audios suministrados por Navarro se escucha una conversación sostenida el 15 de julio del 2022, sobre la filtración de un mensaje de *WhatsApp* en el que la exministra de Comunicación ordenó a los y las jefes no pautar en canal 7, La Nación, CRHoy.com.; así como no dar entrevistas a las periodistas Amelia Rueda del programa Nuestra Voz y a Vilma Ibarra de Hablando Claro. Dicha orden, se ve reflejada en la marcada disminución de pagos en los años 2022 y 2023 a estos medios.

2.4 Asignación de la publicidad electoral: campaña 2022

2.4.1 Aspectos normativos sobre la publicidad electoral

En Costa Rica, el marco normativo que regula

la publicidad electoral tiene como fundamento la Constitución Política, el Código Electoral y el Reglamento sobre el financiamiento de los partidos políticos.

2.4.1.1 Constitución Política de Costa Rica

La Constitución Política de Costa Rica establece en el artículo 96, que el Estado contribuirá a sufragar los gastos de los partidos políticos de acuerdo con las siguientes disposiciones:

La contribución será del cero coma diecinueve por ciento (0,19%) del producto interno bruto del año tras anterior a la celebración de la elección para presidente, vicepresidentes de la República y diputados a la Asamblea Legislativa. La ley determinará en qué casos podrá acordarse una reducción de dicho porcentaje.

Este porcentaje se destina a cubrir los gastos que genere la participación de los partidos políticos en esos procesos electorales, y a satisfacer las necesidades de capacitación y organización política. Cada partido político fija los porcentajes correspondientes a estos rubros.

1. Tendrán derecho a la contribución estatal, los partidos políticos que participen en los procesos electorales señalados en este artículo y alcancen al menos un cuatro por ciento (4%) de los sufragios válidamente emitidos a escala nacional o los inscritos a escala provincial, que obtengan como mínimo ese porcentaje en la provincia o elijan, por lo menos, un Diputado.
2. Previo otorgamiento de las cauciones correspondientes, los partidos políticos tendrán derecho a que se les adelante parte de la contribución estatal, según lo determine la ley.
3. Para recibir el aporte del Estado, los partidos deberán comprobar sus gastos ante el Tribunal Supremo de Elecciones. Las contribuciones privadas a los partidos políticos están sometidas al principio de publicidad y se regulan por ley.

La ley que establezca los procedimientos, medios de control y las demás regulaciones para la aplicación de este artículo, requiere, para su aprobación y reforma, del voto de dos tercios del total de los miembros de la Asamblea Legislativa.

2.4.1.2 Código Electoral

En el Código electoral se establece en la Sección II relacionada con la contribución estatal, que de conformidad con el artículo 96 de la Constitución Política, el Estado contribuirá a sufragar los gastos en que incurran los partidos políticos en los procesos electorales para las elecciones de la Presidencia y las Vicepresidencias de la República, y las diputaciones a la Asamblea Legislativa, así como satisfacer las necesidades de capacitación y organización política en período electoral y no electoral (Artículo 89).

En el Artículo 90, relacionado con la determinación del aporte estatal, se establece que doce meses antes de las elecciones y dentro de los límites establecidos en el artículo 96 de la Constitución Política, el TSE fijará el monto de la contribución que el Estado deberá reconocer a los partidos políticos, tomando como base de cálculo el producto interno bruto (PIB) a precios de mercado, según certificación emitida por el Banco Central de Costa Rica. El TSE, tan pronto declare la elección de diputados, dispondrá, por resolución debidamente fundada, la distribución del aporte estatal entre los partidos que tengan derecho a él. El Tribunal determinará la distribución, siguiendo el procedimiento que se describe a continuación:

- a) Se determinará el costo individual del voto; para ello, el monto total de la contribución estatal se dividirá entre el resultado de la suma de los votos válidos obtenidos por todos los partidos políticos con derecho a contribución en la elección para presidente y vicepresidentes de la República y diputados a la Asamblea Legislativa.
- b) Cada partido podrá recibir, como máximo, el monto que resulte de multiplicar el costo individual del voto por el resultado de la suma de los votos válidos que obtuvo en la elección para presidente y vicepresidentes de la República y diputados a la Asamblea Legislativa, o por lo que obtuvo en una u otra elección, si solo participó en una de ellas, deduciendo de esta los montos que se hayan distribuido a título de financiamiento anticipado caucionado.

En cuanto a los gastos justificables que pueden ser costeados por el Estado, el Artículo 92 establece que los gastos que pueden justificar los partidos para obtener la contribución estatal serán los siguientes:

a) Los generados por su participación en el proceso electoral a partir de la convocatoria y hasta cuarenta y cinco días naturales después de celebrada la elección.

b) Los destinados a las actividades permanentes de capacitación y organización política.

En los Artículos 93 y 94, se establecen los tipos de gastos justificables para la contribución estatal, los cuales son:

a) Organización política: comprende todo gasto administrativo para fomentar, fortalecer y preparar a los partidos políticos para su participación de modo permanente en los procesos políticos y electorales.

b) Capacitación: incluye todas las actividades que les permiten a los partidos políticos realizar la formación política, técnica o ideológico-programática de las personas, así como la logística y los insumos necesarios para llevarlas a cabo.

c) Divulgación: comprende las actividades por medio de las cuales los partidos políticos comunican su ideología, propuestas, participación democrática, cultura política, procesos internos de participación y acontecer nacional. Incluye los gastos que se generen en diseñar, producir y difundir todo tipo de material que sirva como herramienta de comunicación.

d) La propaganda, entendida como la acción de los partidos políticos para preparar y difundir sus ideas, opiniones, programas de gobierno y biografías de sus candidatos a puestos de elección popular, por los medios que estimen convenientes.

e) La producción y la distribución de cualquier signo externo que el partido utilice en sus actividades.

f) Las manifestaciones, los desfiles u otras actividades en vías públicas, plazas, parques u otros sitios públicos.

g) Las actividades de carácter público en sitios privados.

h) Todo gasto operativo, técnico, funcional y administrativo, dirigido a la preparación y ejecución de las actividades necesarias para la participación en el proceso electoral.

2.4.1.3 Reglamento sobre el financiamiento de los partidos políticos

En el artículo 31 del Reglamento sobre el financiamiento de los partidos políticos, se establece que una vez que el Tribunal Supremo de Elecciones haga la declaratoria de la elección de diputados, el Departamento de Financiamiento de Partidos Políticos preparará el cálculo de la distribución del aporte estatal de conformidad con el procedimiento establecido en el inciso 2) del artículo 96 de la Constitución Política y el artículo 90 del Código Electoral y, de inmediato, remitirá la estimación resultante al Tribunal, con el objeto de que dicte la resolución que fija la distribución del aporte estatal entre los partidos políticos que tengan derecho a él.

Asimismo, en el artículo 33 de la sección VI del Reglamento, se establecen los gastos que son reconocibles para su liquidación por parte del Estado, los cuales son:

a) Los gastos de los partidos políticos por concepto de capacitación y organización política, incluidos los rubros relacionados con actividades de divulgación, censo, empadronamiento, investigación y estudios de opinión.

b) Los gastos de los partidos políticos destinados a las siguientes actividades: propaganda, producción y distribución de signos externos, manifestaciones, desfiles u otras actividades en sitios públicos y actividades de carácter público en sitios privados, así como los gastos operativos, técnicos, funcionales y administrativos dirigidos a la preparación y ejecución de las actividades necesarias para la participación en el proceso electoral; siempre que estos gastos se hayan producido durante el periodo indicado en el inciso a) del artículo 92 del Código Electoral.

2.5.2 Campaña electoral 2022

En este apartado se analizarán los pagos realizados por parte de los partidos políticos a medios de comunicación: televisión, radios, internet y periódicos;

por pago de publicidad electoral para la campaña 2022.

La televisión, para esta campaña, se mantiene como la plataforma que más ingresos recibió por pauta electoral. En total, los partidos pagaron ₡1.708.618.251,53 (tabla 2.21), de los cuales el 43,5% fue por parte de Liberación Nacional, el 18,7% de Nueva República, el 18,1% del Partido Unidad Social Cristiana, el 12,7% de Progreso Social Democrático y el 6,9% del Partido Liberal Progresista (figura 2.11).

Los grupos mediáticos de televisión que más dinero recibieron fueron Televisora de Costa Rica S.A. con ₡764.338.489,90 y Representaciones Televisivas Re-pretel S.A. con 444.282.391,27 (tabla 2.22). En el caso de Televisora de Costa Rica, los partidos que más pautaron fueron Liberación Nacional y Nueva República; mientras que en Representaciones Televisivas Re-pretel S.A. fueron Liberación Nacional, Progreso Social Democrático y Nueva República. Por su parte, los proveedores de televisión de paga Cabletica S.A. y Telecable S.A., recibieron pauta del Partido Liberal Progresista y Unidad Social Cristiana en el caso del primero, y de Liberación Nacional, Liberal Progresista, Progreso Social Democrático y Unidad Social Cristiana en el segundo caso. Mientras que las televisoras regionales como

TV Norte Canal Catorce S.A y Granro Televisora del Sur S.A (Canal TV Sur) recibieron pagos de Liberación Nacional y Progreso Social Democrático por montos inferiores a los dieciséis millones de colones.

Con respecto a los partidos que más pautaron en radio (figura 2.12), en primer lugar se encuentra Nueva República con 32,4%, en segundo lugar Liberación Nacional con 30,2%, en tercer lugar Liberal Progresista y Progreso Social Democrático con 15,7% cada uno, y en cuarto lugar el Partido Unidad Social Cristiana con 6,1%. En total, los partidos pagaron ₡449.330.628,63 por pauta en esta plataforma, siendo Cadena Radial Costarricense S.A. el medio que más pagos recibió -₡88.372.220,08-, principalmente de los partidos Progreso Social Democrático (40.393.680,60) y Nueva República (₡34.273.686,48). En el caso de Central de Radios el partido que más pautó fue Nueva República, así como en Cadena Musical; mientras que en Radio Rumbo fue Progreso Social Democrático.

Las radios regionales como Victoria, Radio Ochenta y Ocho Estéreo o Colosal recibieron montos inferiores a los doce millones, principalmente de los partidos Liberación Nacional, Nueva República y Progreso Social Democrático.

Figura 2.11 Distribución de los gastos liquidados por los partidos políticos, según los diez medios de comunicación: televisión. Campaña electoral, 2022.

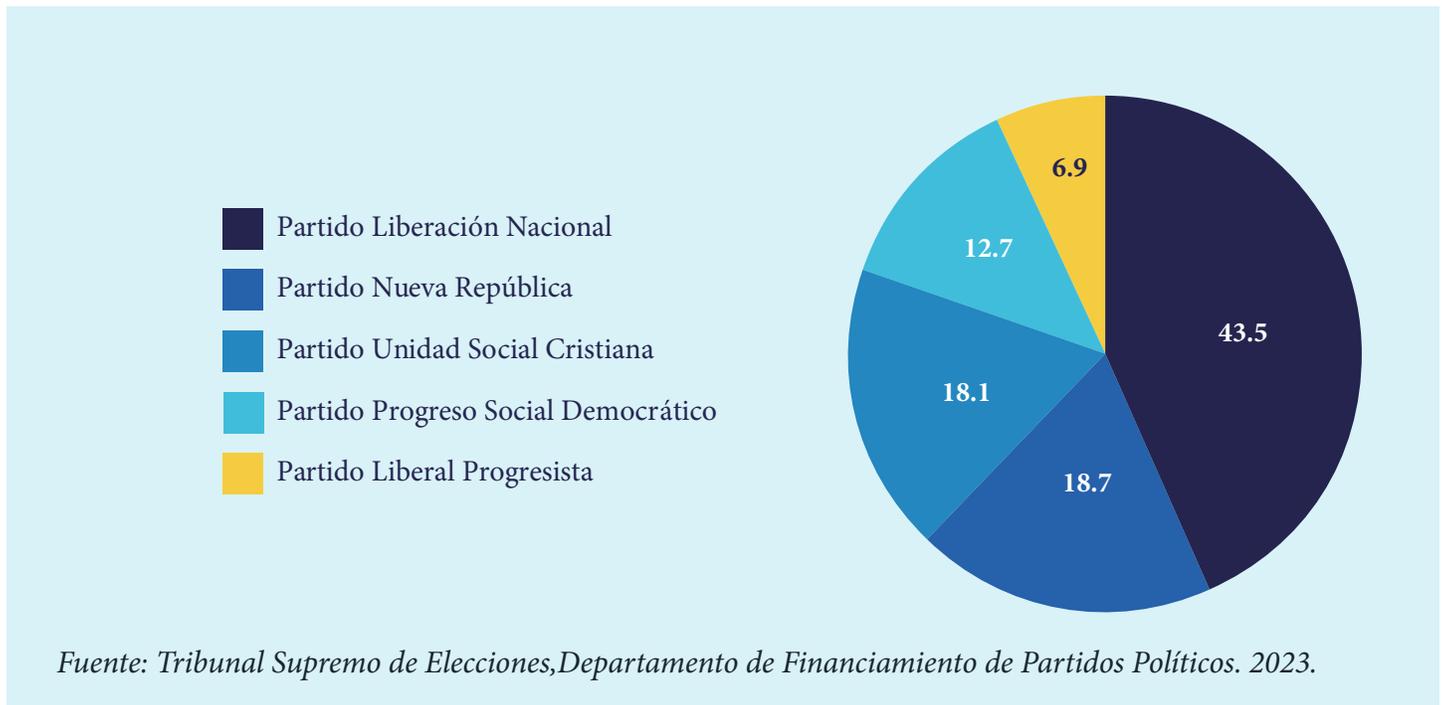


Figura 2.12 Distribución de los gastos liquidados por los partidos políticos, según medios de comunicación: radio. Campaña electoral, 2022.



Figura 2.13 Distribución de los gastos liquidados por los partidos políticos, según medios de comunicación: Internet. Campaña electoral, 2022.

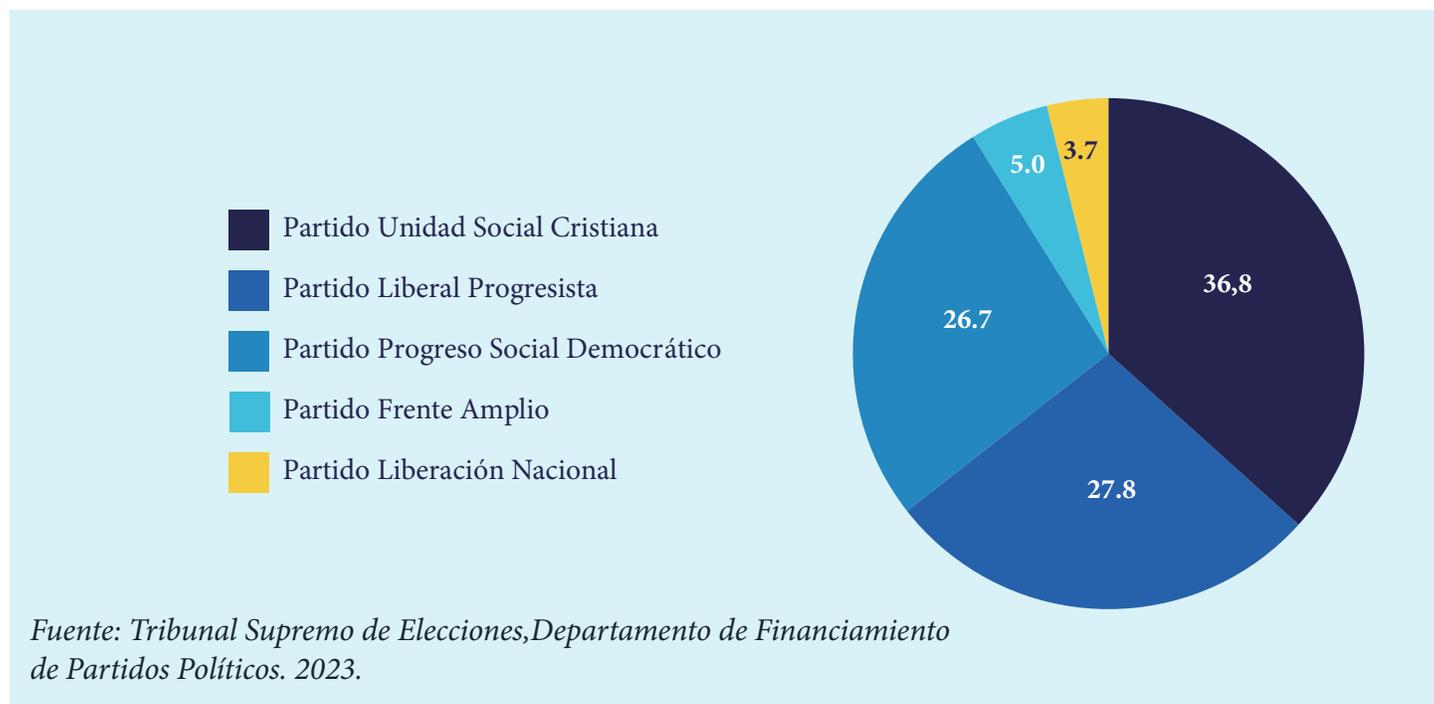
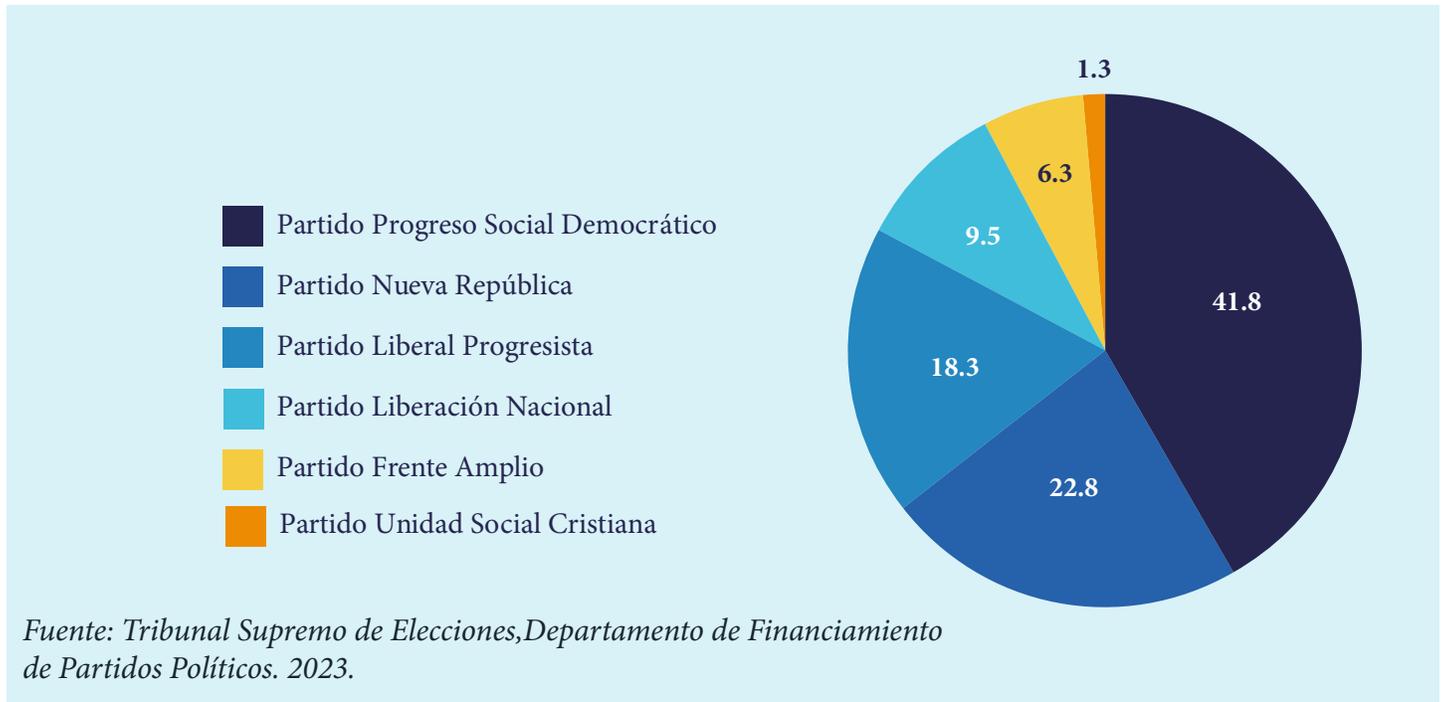


Figura 2.14 Distribución de los gastos liquidados por los partidos políticos, según medios de comunicación: periódicos. Campaña electoral, 2022.



Internet es una de las plataformas que ha incrementado su uso en las últimas campañas. Para las elecciones 2022 los partidos políticos pagaron ₡ 229.637.573,79 (tabla 2.21). Los partidos que más utilizaron esta plataforma fueron (figura 2.13): Unidad Social Cristiana (36,8), Liberal Progresista (27,8) y Progreso Social Democrático (26,7).

Para la campaña 2022, se presentó un comportamiento diferente en el pago por pauta en periódicos, pues se muestra un leve aumento con respecto a la campaña 2018, en la cual se pagó por este concepto ₡42.186.590. Así, para las últimas elecciones los partidos políticos pagaron por publicar pauta en periódicos ₡78.611.021,71.

Las agrupaciones políticas que más pautaron en este medio fueron (figura 2.14): Partido Progreso Social Democrático con un 41,8%, Partido Nueva República con un 22,8 y Partido Liberal Progresista con 18,3% principalmente en La Extra.

Tabla 2.21 Distribución de los montos liquidados por los Partidos Políticos según cuentas de propaganda. Campaña electoral, 2022.

Cuenta	Partido Político										Total
	Frente Amplio	Liberación Nacional	Liberal Progresista	Nueva República	Progreso Social Democrático	Recuperando Valores	Partido Unidad Social Cristiana	Partido Unión Guanacasteca			
Diseños páginas web y portales interactivos	0,00	0,00	0,00	0,00	10.224,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	10.224,00
Folleto	0,00	5.169.750,00	0,00	0,00	17.600.817,25	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	22.770.567,25
Internet	11.456.245,47	8.482.378,61	63.937.494,91	0,00	61.253.705,33	0,00	84.507.749,47	0,00	0,00	0,00	229.637.573,79
Periódicos	4.981.120,00	7.497.980,45	14.361.975,14	17.911.162,62	32.822.573,50	0,00	1.036.210,00	0,00	0,00	0,00	78.611.021,71
Radio	0,00	135.521.496,61	70.462.972,00	145.563.241,42	70.447.240,60	0,00	27.335.678,00	0,00	0,00	0,00	449.330.628,63
Servicios artísticos para la elaboración de anuncios	5.100.679,34	0,00	0,00	0,00	35.294.387,72	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	40.395.067,06
Servicios de audio y vídeo para cortos de televisión	113.256.724,21	0,00	19.770.531,92	1.130.000,00	52.637.221,08	300.000,31	81.690.101,25	0,00	0,00	0,00	268.784.578,77
Servicios de grabación para la difusión por radio	15.851.787,61	0,00	1.446.400,00	0,00	844.900,00	0,00	451.996,05	0,00	0,00	0,00	18.595.083,66
Televisión	0,00	743.731.886,49	117.792.939,49	320.057.677,40	217.709.845,97	0,00	309.325.902,18	0,00	0,00	0,00	1.708.618.251,53
Uso de altoparlantes	10.901.014,70	854.845,00	1.137.130,00	421.490,00	12.060.338,32	270.013,50	0,00	0,00	0,00	0,00	25.644.831,52
Vallas	51.243.470,90	153.106.841,44	73.213.400,89	164.091.619,56	32.781.381,24	2.010.019,12	31.830.385,15	3.452.240,40	0,00	0,00	511.729.358,70
Volantes	7.966.894,99	12.103.430,00	5.116.809,50	13.225.492,08	14.820.081,50	1.360.003,59	13.410.202,06	0,00	0,00	0,00	68.002.913,72
TOTAL	220.757.937,22	1.066.468.608,60	367.239.653,85	662.400.683,08	548.282.716,51	3.940.036,52	549.588.224,16	3.452.240,40	0,00	0,00	3.422.130.100,34

Fuente: Tribunal Supremo de Elecciones, Departamento de Financiamiento de Partidos Políticos. 2023.

Nota 1: Monto en colones.

Nota 2: De acuerdo con el DFPP (2023) los gastos consignados únicamente incluyen los contabilizados por los partidos políticos para el proceso liquidatorio correspondiente al proceso electoral 2022, por lo que no se puede presumir que sean el total de los gastos efectuados en propaganda, ya que solo se incluyen los que los partidos políticos consideran que disponen como gastos en cumplimiento de la normativa para este proceso.

Tabla 2.22 Distribución de los gastos liquidados, según medios de comunicación. Campaña electoral, 2022.

Proveedor	Partido Político										Total
	Recuperando Valores	Frente Amplio	Liberación Nacional	Liberal Progresista	Nueva República	Progreso Social Democrático	Unión Guanacasteca	Unidad Social Cristiana			
Televisora de Costa Rica S.A.	0,00	27.882.896,20	386.034.668,50	7.693.416,80	189.052.164,00		0,00	113.891.118,00		764.338.489,90	
Representaciones Televisivas Repretel S.A.	0,00	30.411.477,87	162.590.717,00	16.124.286,40	103.664.877,90	109.196.385,70	0,00	22.294.646,40		444.282.391,27	
Color Visión S.A.	0,00	0,00	132.535.190,33	6.065.546,20	87.113.328,60	3.730.620,42	0,00	0,00		229.444.685,55	
Sociedad Periodística Extra Ltda.	0,00	10.492.655,68	13.523.195,00	5.958.693,40	17.911.162,62	45.483.850,60	0,00	4.721.626,80		98.091.184,10	
Cadena Radial Costarricense S.A.	0,00	0,00	6.795.481,00	2.751.424,00	34.273.686,48	40.393.680,60	0,00	4.157.948,00		88.372.220,08	
Proyección Dual S.A.	0,00	17.328.739,84	3.494.344,22	0,00	51.018.040,42	0,00	0,00	3.776.504,12		75.617.628,60	
JCDECAUX Top Media Costa Rica Sociedad Anónima	0,00	0,00	5.137.206,00	61.259.439,10	0,00	0,00	0,00	0,00		66.396.645,10	
GALLILEO AGENCIA DIGITAL S.A.	0,00	0,00	0,00	60.715.898,53	0,00	0,00	0,00	0,00		60.715.898,53	
Central de Radios CDR S.A.	0,00	0,00	13.609.164,20	0,00	41.319.840,69	0,00	0,00	4.644.300,00		59.573.304,89	
H Ocho S.A	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	58.520.440,00	0,00	0,00		58.520.440,00	
RV Producciones S.A.	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	51.217.250,00		51.217.250,00	
Publiex S. S.A.	0,00	0,00	2.139.980,96	2.462.425,09	0,00	40.071.920,57	0,00	6.490.000,00		51.164.326,62	
Comunicaciones Digitales de Entrenimiento CDE S.A.	0,00	9.036.807,07	10.611.514,00	581.543,04	26.412.986,12	0,00	0,00	3.246.769,84		49.889.620,07	
Video Musica Television S.A.	0,00	0,00	6.327.367,00	0,00	488.160,00	31.951.315,00	0,00	650.880,00		39.417.722,00	
Nexo Relaciones Públicas y Prensa S.A.	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	27.749.501,16	0,00	0,00		27.749.501,16	

Proveedor	Partido Político								Total
	Recuperando Valores	Frente Amplio	Liberación Nacional	Liberal Progresista	Nueva Republica	Progreso Social Democrático	Unión Guanacasteca	Unidad Social Cristiana	
Novum Comunicaciones S.A.	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	27.011.089,47	27.011.089,47
Los XI Titulares del Domingo LXTD S.A.	0,00	4.248.800,00	17.950.050,00	3.084.900,00	576.300,00	0,00	0,00	0,00	25.860.050,00
Cabletica S.A.	0,00	0,00	0,00	22.491.243,15	0,00	0,00	0,00	2.863.872,00	25.355.115,15
Telecable S.A.	0,00	0,00	4.414.726,00	16.887.273,70	0,00	109.632,43	0,00	2.826.337,92	24.237.970,05
Cadena Musical S.A.	0,00	0,00	8.650.150,00	0,00	9.944.000,00	0,00	0,00	5.049.970,00	23.644.120,00
Antonio Ricardo Rodríguez Koslow	0,00	22.856.672,79	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	22.856.672,79
Radio Rumbo Ltda.	0,00	0,00	4.028.597,00	0,00	3.480.400,00	8.226.400,00	0,00	3.353.840,00	19.089.237,00
TV Norte Canal Catorce S.A	0,00	0,00	10.584.056,00	0,00	0,00	5.391.587,55	0,00	0,00	15.975.643,55
IMC Interamericana medios de comunicación S.A.	0,00	6.058.269,00	0,00	0,00	7.631.065,06	0,00	0,00	0,00	13.689.334,06
Eddy Eduardo Vargas Retana (Eddy Vargas Retana)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	13.171.980,60	0,00	0,00	13.171.980,60
Super Radio FM S.A.	0,00	0,00	1.384.250,00	0,00	5.956.230,00	3.322.200,00	0,00	2.017.050,00	12.679.730,00
Millicom Cable Costa Rica S.A.	0,00	0,00	0,00	12.568.275,00	0,00	77.798,25	0,00	0,00	12.646.073,25
VM Radio S.A.	0,00	0,00	0,00	0,00	4.484.689,00	7.825.250,00	0,00	0,00	12.309.939,00
Granro Televisora del Sur S.A (Canal TV Sur)	0,00	0,00	12.017.889,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	12.017.889,00
Radio Victoria Ltda.	0,00	0,00	2.576.400,00	0,00	2.922.180,00	6.271.500,00	0,00	0,00	11.770.080,00
Grupo Radiofónico Omega S.A.	0,00	0,00	4.451.155,00	849.420,00	6.313.196,75	0,00	0,00	0,00	11.613.771,75
Karol María Montero Arce	0,00	0,00	0,00	0,00	11.559.900,00	0,00	0,00	0,00	11.559.900,00
Radio Dos S.A.	0,00	0,00	5.177.660,00	777.920,00	5.582.200,00	0,00	0,00	0,00	11.537.780,00

Proveedor	Partido Político								Total
	Recuperando Valores	Frente Amplio	Liberación Nacional	Liberal Progresista	Nueva República	Progreso Social Democrático	Unión Guanacasteca	Unidad Social Cristiana	
Jose Manuel Chacón Rosania (Contenido, estrategia, capacitación)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	11.492.100,00	0,00	0,00	11.492.100,00
Multimedios (Comunicaciones Digitales de Entrenimiento CDE S.A)	0,00	0,00	4.425.984,00	0,00	0,00	7.054.996,80	0,00	0,00	11.480.980,80
Cabletica Sociedad Anonima	0,00	0,00	11.408.436,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	11.408.436,00
Mauricio Román Castillo	0,00	11.163.376,80	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	11.163.376,80
Lia Lisette Ramirez Quirós	0,00	10.954.894,87	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	10.954.894,87
Grupo Latino de Radiodifusión Costa Rica S.A.	0,00	0,00	669.525,00	1.157.520,00	8.202.105,00	0,00	0,00	0,00	10.029.150,00
Maquilado y Servicios Gráficos AC S.A.	0,00	0,00	0,00	0,00	8.818.677,07	0,00	0,00	0,00	8.818.677,07
Anexión TV Canal 36, Trivisión de Costa Rica S.A	0,00	610.200,00	5.444.001,00	0,00	1.624.021,88	0,00	0,00	0,00	7.678.222,88
Radio Ochenta y Ocho Estéreo S.A.	0,00	0,00	2.401.250,00	0,00	4.734.700,00	0,00	0,00	0,00	7.135.950,00
Caroya Robledal S.A.	0,00	0,00	6.809.380,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	6.809.380,00
Cadena de Emisoras Columbia S.A.	0,00	0,00	3.153.830,00	835.120,00	0,00	0,00	0,00	2.722.170,00	6.711.120,00
Publigráfico Group INC S.A.	0,00	1.601.680,08	4.903.299,93	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	6.504.980,01
Trivisión de Costa Rica S.A.	0,00	0,00	0,00	305.100,00	0,00	6.163.020,00	0,00	0,00	6.468.120,00
Z Servicios Gráficos S.A	0,00	6.381.380,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	6.381.380,00

Proveedor	Partido Político								Total
	Recuperando Valores	Frente Amplio	Liberación Nacional	Liberal Progresista	Nueva República	Progreso Social Democrático	Unión Guanacasteca	Unidad Social Cristiana	
Grupo Centro S.A.	0,00	0,00	395.500,00	0,00	5.514.400,00	0,00	0,00	0,00	5.909.900,00
Fénix Ideas Lab S.A.	0,00	0,00	0,00	0,00	5.275.970,00	0,00	0,00	0,00	5.275.970,00
Formularios Estándar Costa Rica S.A	0,00	0,00	5.169.150,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	5.169.150,00
AM Prensa Sociedad Anónima	0,00	0,00	1.186.500,00	0,00	0,00	0,00	0,00	3.932.400,00	5.118.900,00
LC Media S.R.L (Lizeth Castro)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	5.115.193,60	0,00	0,00	5.115.193,60
Gruposa Costa Rica S.A (Rótulos Grupo S.A)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	5.056.000,00	0,00	0,00	5.056.000,00
Mario Alberto Torres Hidalgo	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	4.983.300,00	4.983.300,00
3101784163 S. A.	0,00	0,00	1.805.740,00	0,00	3.163.661,00	0,00	0,00	0,00	4.969.401,00
Súper Vallas S.A.	0,00	3.864.908,19	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1.015.644,00	4.880.552,19
Miguel Antonio Morun Arroyo	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	4.750.717,76	0,00	0,00	4.750.717,76
Frecuencia Urbano Ciento Seis S.A.	0,00	0,00	0,00	0,00	4.661.250,00	0,00	0,00	0,00	4.661.250,00
Wesley Francisco Pica- do Godínez	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	4.437.700,00	4.437.700,00
Rótulos Cartín Socie- dad Anónima	0,00	0,00	4.196.820,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	4.196.820,00
Grupo El Observador Sociedad Anónima	0,00	0,00	4.096.294,61	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	4.096.294,61
Grupo Nación GN S.A.	0,00	0,00	2.565.146,45	1.400.336,00	0,00	0,00	0,00	0,00	3.965.482,45
Emmanuel Figueroa Monterrosa	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	3.800.000,00	0,00	0,00	3.800.000,00
Audios del Sur S.A (Grupo Publicitario Colosal)	0,00	0,00	0,00	0,00	1.063.320,00	2.523.830,00	0,00	0,00	3.587.150,00
Impresos Cablasa Sociedad Anonima.	0,00	0,00	3.559.500,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	3.559.500,00

Proveedor	Partido Político								Total
	Recuperando Valores	Frente Amplio	Liberación Nacional	Liberal Progresista	Nueva República	Progreso Social Democrático	Unión Guanacasteca	Unidad Social Cristiana	
Juan Gabriel Guevara Madrigal	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	3.452.240,40	0,00	3.452.240,40
Imprenta Gosen, Elian Roberto Rojas Rojas	3.370.022,71	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	3.370.022,71
Edwin Mora Vargas (DLC Internacional, Software y Análisis).	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	3.277.000,00	0,00	0,00	3.277.000,00
Video Profesional S.A.	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	3.236.772,00	3.236.772,00
CRHOY SOCIEDAD ANÓNIMA	0,00	0,00	3.199.584,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	3.199.584,00
Mauricio Castro Valverde	0,00	2.894.495,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	2.894.495,00
Roberto Santiago Agüero Vargas	0,00	0,00	0,00	0,00	2.784.320,00	0,00	0,00	0,00	2.784.320,00
Corporación Impacto S.A.	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	241.113,75	0,00	2.133.140,55	2.374.254,30
Randolph Roberto Morales Araya (RR)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	2.291.019,49	0,00	0,00	2.291.019,49
Paola Andrea Bonilla Fong	0,00	2.255.480,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	2.255.480,00
Randall Solano Hernández / Servicios gráficos FASOQUE	0,00	0,00	0,00	2.243.050,00	0,00	0,00	0,00	0,00	2.243.050,00
Millicom Cable Costa Rica Sociedad Anónima	0,00	0,00	2.189.850,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	2.189.850,00
Difusora Radiofónica Limonense S.A.	0,00	0,00	621.500,00	0,00	1.565.050,00	0,00	0,00	0,00	2.186.550,00
Temporalidades de La Diócesis de Tilarán	0,00	0,00	1.452.580,00	0,00	0,00	0,00	0,00	678.000,00	2.130.580,00
Grupo Publigráfika INC S.A.	0,00	0,00	0,00	2.091.856,00	0,00	0,00	0,00	0,00	2.091.856,00
3101805780 S.A. / Imprenta Ledezma	0,00	0,00	0,00	2.048.916,00	0,00	0,00	0,00	0,00	2.048.916,00

Proveedor	Partido Político								Total
	Recuperando Valores	Frente Amplio	Liberación Nacional	Liberal Progresista	Nueva República	Progreso Social Democrático	Unión Guanacasteca	Unidad Social Cristiana	
NI	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	2.044.224,00	0,00	0,00	2.044.224,00
Carlos Eduardo Briceño Ramírez	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1.963.350,08	1.963.350,08
Punto y Coma Producciones S.R.L	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1.943.600,00	0,00	0,00	1.943.600,00
Francisco Javier Morales Rojas - Impresión Digital Pequeño y gran formato Publirojas	0,00	1.827.210,00	0,00	101.700,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1.928.910,00
SMD C.R S.R.L (Smart Media Data Latam)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1.821.673,00	0,00	0,00	1.821.673,00
Darlyn Leonela Balto-dano Alvarado	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1.800.000,00	0,00	0,00	1.800.000,00
Mar Jiménez Sobrado	0,00	1.796.700,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1.796.700,00
Rótulos Limpios Evvel S.R.L (Evel Publicidad)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1.779.863,00	0,00	0,00	1.779.863,00
Ruth Torres Montero	0,00	0,00	1.728.900,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1.728.900,00
Jose Manuel López Miranda	0,00	1.689.350,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1.689.350,00
Marianella Rivas Fallas	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1.627.900,00	0,00	0,00	1.627.900,00
Fabricio Walker Morera	0,00	1.589.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1.589.000,00
Natasha Tatiana Carmona Cruz	0,00	1.564.638,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1.564.638,00
I.C.E.R Pequeñas Emisoras culturales	0,00	0,00	1.508.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1.508.000,00
Yesny Marcial Alvarado González	0,00	1.101.750,00	339.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1.440.750,00
LitoStac S.A.	0,00	0,00	0,00	0,00	1.430.000,00	0,00	0,00	0,00	1.430.000,00

Proveedor	Partido Político								Total
	Recuperando Valores	Frente Amplio	Liberación Nacional	Liberal Progresista	Nueva República	Progreso Social Democrático	Unión Guanacasteca	Unidad Social Cristiana	
Laura Vanessa Mc Quiddy Gómez	0,00	0,00	1.356.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1.356.000,00
Jorge Arturo Calderón Valverde	0,00	1.354.115,98	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1.354.115,98
Stereo Bahía LTDA.	0,00	0,00	1.318.710,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1.318.710,00
Ana María González González	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1.300.000,00	0,00	0,00	1.300.000,00
Henry Antonio Méndez Villegas (Publi Henro)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1.299.500,00	0,00	0,00	1.299.500,00
Sistemas Audiovisuales del Oeste S.A	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1.281.640,24	0,00	0,00	1.281.640,24
Trecientos Sesenta Grados Ilko Print (Solutions Sociedad Ilko)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1.276.055,51	0,00	0,00	1.276.055,51
Dana Yancy Peñaranda Araya / Sonido Mixto	0,00	0,00	0,00	665.000,00	0,00	610.200,00	0,00	0,00	1.275.200,00
Juan Manuel Salazar Gómez (Eventos y Sonido Salazar)	0,00	644.100,00	0,00	0,00	0,00	610.200,00	0,00	0,00	1.254.300,00
Roberto Andrés Vargas Jiménez	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1.243.000,00	0,00	0,00	1.243.000,00
Facebook	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1.231.058,57	0,00	0,00	1.231.058,57
Jose Manuel Solórzano Thompson	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1.200.000,00	0,00	0,00	1.200.000,00
3101575011 S.A	0,00	1.198.684,99	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1.198.684,99
Impresión Actual S.A.	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1.186.500,00	1.186.500,00
Center Print Romo SRL	0,00	1.181.415,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1.181.415,00
Mireya Villa García	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1.150.000,00	0,00	0,00	1.150.000,00

Proveedor	Partido Político								Total
	Recuperando Valores	Frente Amplio	Liberación Nacional	Liberal Progresista	Nueva República	Progreso Social Democrático	Unión Guanacasteca	Unidad Social Cristiana	
Kelvin José Rodríguez Peralta	0,00	0,00	0,00	0,00	1.130.000,00	0,00	0,00	0,00	1.130.000,00
Impresos Belén S.A.	0,00	0,00	1.124.350,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1.124.350,00
3102762847 SRL (Periódico Impacto)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1.083.105,00	0,00	0,00	1.083.105,00
Andrea Solís Picado (Mango Print)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1.015.870,00	1.015.870,00
Federico Antonio Cruz Saravanja	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1.000.050,00	0,00	0,00	1.000.050,00
Impresiones Digitales a Gran Escala E y J S.A.	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	419.817,60	0,00	552.392,59	972.210,19
Sergio Pedro González Madrigal (Servicios Profesionales González)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	956.601,50	0,00	0,00	956.601,50
Carlos Enrique Benavides Hidalgo	0,00	101.700,00	406.800,00	0,00	0,00	440.700,00	0,00	0,00	949.200,00
Maria Edith Arias Quesada	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	941.000,00	0,00	0,00	941.000,00
Copyvisión Faram SL S.R.L	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	910.850,00	0,00	0,00	910.850,00
ROTULOS ARTE VISION S.A.	0,00	0,00	0,00	0,00	909.808,20	0,00	0,00	0,00	909.808,20
310278363 S.R.L	0,00	0,00	894.960,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	894.960,00
Producciones Chepe RAP Rodríguez Vargas Zaida	0,00	853.150,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	853.150,00
Noches sin Tregua, Café sin Palabras, Claudio Alberto Alpi-zar Otoya	0,00	0,00	847.500,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	847.500,00
Cinthyia Palma Cartin	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	810.888,00	810.888,00

Proveedor	Partido Político								Total
	Recuperando Valores	Frente Amplio	Liberación Nacional	Liberal Progresista	Nueva República	Progreso Social Democrático	Unión Guanacasteca	Unidad Social Cristiana	
Johana Francela Aguilar Godínez - Print Home	0,00	800.040,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	800.040,00
Yendry Patricia Arrieta Vargas	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	800.000,00	0,00	0,00	800.000,00
Adrian Zúñiga Méndez	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	800.000,00	0,00	0,00	800.000,00
Scarleth Maria Corea Esquivel	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	800.000,00	0,00	0,00	800.000,00
Silvia Rojas Jiménez	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	800.000,00	0,00	0,00	800.000,00
Victor Carmiol Murillo	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	800.000,00	0,00	0,00	800.000,00
Carlos Hugo Navarro Sánchez	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	793.260,00	0,00	0,00	793.260,00
Mauro Enrique Arias Arias (Multiservicios Generales)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	793.260,00	0,00	0,00	793.260,00
Allan Alberto Vargas Zamora	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	791.000,00	0,00	0,00	791.000,00
Hannia Quirós Blanco - Soluciones Múltiples	0,00	785.350,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	785.350,00
Asociación Instituto Costarricense de Enseñanza Radifónica	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	780.000,00	780.000,00
Adrian Avila Saenz (AP Gráficos)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	762.750,00	762.750,00
Claudio Hernán Marín Alvarado	0,00	756.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	756.000,00
3102783635 S.R.L.	0,00	0,00	750.320,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	750.320,00
Sandra P Campos Céspedes	0,00	744.670,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	744.670,00

Proveedor	Partido Político								Total
	Recuperando Valores	Frente Amplio	Liberación Nacional	Liberal Progresista	Nueva República	Progreso Social Democrático	Unión Guanacasteca	Unidad Social Cristiana	
Ronald Antonio Villalobos Vargas (Revisa Producciones)	0,00	684.328,00	0,00	0,00	0,00	52.240,00	0,00	0,00	736.568,00
LILLIAM LINDO MORALES	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	717.324,00	717.324,00
Luis Alonso Hernández Fallas (LUHEFA)	0,00	457.600,00	0,00	0,00	0,00	253.120,00	0,00	0,00	710.720,00
Imprenta San Carlos S.A.	0,00	0,00	700.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	700.000,00
Imprenta y Litografía Santo Domingo S.A.	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	686.475,00	686.475,00
Producciones y grabaciones Larg S.A	0,00	0,00	0,00	686.400,00	0,00	0,00	0,00	0,00	686.400,00
Carlos Luis Fernández Cerdas (Charlemos) (Radio Actual 107.1 FM)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	678.000,00	0,00	0,00	678.000,00
María Alejandra Mora Fallas	0,00	678.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	678.000,00
Luis Carlos Fernández Cerdas	0,00	0,00	678.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	678.000,00
Esteban Sánchez Lizano	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	666.700,00	0,00	0,00	666.700,00
Juan Carlos Zuñiga Araya (Comunicador Medios - Publicidad)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	658.790,00	0,00	0,00	658.790,00
Camila Zani Guevara	0,00	655.400,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	655.400,00
Grupo SC Soluciones del Oeste S.A (SG(506))	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	636.995,21	0,00	0,00	636.995,21
Jorge Manuel Acosta Arias	0,00	610.200,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	610.200,00

Proveedor	Partido Político									Total
	Recuperando Valores	Frente Amplio	Liberación Nacional	Liberal Progresista	Nueva República	Progreso Social Democrático	Unión Guanacasteca	Unidad Social Cristiana		
Sistemas Interactivos Computacionales Sociedad Anonima	0,00	0,00	610.200,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	610.200,00
IQ Radio FM S.A	0,00	0,00	0,00	597.168,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	597.168,00
La Reacción Publicaciones Sociedad de Responsabilidad Limitada.	0,00	0,00	593.250,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	593.250,00
Héctor Rodríguez Rodríguez	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	593.000,00	0,00	0,00	0,00	593.000,00
Roy Fernando Barrientos González	0,00	565.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	565.000,00
Federico Céspedes Espinoza	0,00	565.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	565.000,00
Gabriel Antonio Espinoza Corea	0,00	559.350,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	559.350,00
Impresos del Norte / Jorge David Villalobos Acosta	0,00	0,00	0,00	544.603,50	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	544.603,50
Rosa Isela Campos Cascante	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	520.000,00	0,00	0,00	0,00	520.000,00
Enrique Madrigal Chacón (Eventos Especiales de Audio y Video Rokolas)	0,00	203.400,00	0,00	0,00	0,00	302.008,32	0,00	0,00	0,00	505.408,32
Oscar Daniel Vargas Oconitrillo	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	497.200,00	0,00	497.200,00
Yolíneth María Hidalgo Mora	0,00	270.070,00	0,00	0,00	0,00	226.000,00	0,00	0,00	0,00	496.070,00
Miguel Humberto Moya Monge	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	490.000,00	0,00	0,00	0,00	490.000,00
Marvin Munguía Hernández	0,00	463.300,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	463.300,00

Proveedor	Partido Político								Total
	Recuperando Valores	Frente Amplio	Liberación Nacional	Liberal Progresista	Nueva República	Progreso Social Democrático	Unión Guanacasteca	Unidad Social Cristiana	
Wilber Antonio Sequeira Castro	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	457.650,00	0,00	0,00	457.650,00
FM VOXX S.A	0,00	0,00	0,00	457.600,00	0,00	0,00	0,00	0,00	457.600,00
Cooperativa de Comunicación Rural R.L	0,00	452.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	452.000,00
ALLAN MAURICIO JARA RODRIGUEZ	0,00	0,00	0,00	452.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	452.000,00
Maria del Mar Espinoza Villareal	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	451.996,05	451.996,05
Sarah Liann Zenteno Baeza	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	450.000,00	0,00	0,00	450.000,00
Publisonido Mondragón Juan Carlos Mondragón Alvarado	0,00	442.960,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	442.960,00
Juan Carlos Gómez Zúñiga	0,00	441.265,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	441.265,00
Yahaira Maria Rojas Jiménez	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	441.000,00	0,00	0,00	441.000,00
Servicios Publicitarios Arayco S.A	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	440.700,00	0,00	0,00	440.700,00
Alfonso Salas Quesada	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	440.700,00	440.700,00
Randal Alfonso Araya Saenz - Art and Imagination	0,00	433.242,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	433.242,00
ALQUIMIA CREATIVA S.A.	0,00	0,00	0,00	418.326,00	0,00	0,00	0,00	0,00	418.326,00
FPV Inversiones S.R.L	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	418.100,00	0,00	0,00	418.100,00
Lidier Brenes Campos (Publicidad BL)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	413.580,00	0,00	0,00	413.580,00
Sharon de los Ángeles Arrieta Solano	0,00	412.988,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	412.988,00

Proveedor	Partido Político								Total
	Recuperando Valores	Frente Amplio	Liberación Nacional	Liberal Progresista	Nueva República	Progreso Social Democrático	Unión Guanacasteca	Unidad Social Cristiana	
Tamara Yolanda Muñoz Naranjo	0,00	412.450,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	412.450,00
María Elisa Barrantes Jara	0,00	412.450,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	412.450,00
Carlos José Valencia Durán	0,00	184.080,00	0,00	0,00	0,00	225.001,08	0,00	0,00	409.081,08
Luis Antonio Marrero Redondo	0,00	0,00	406.800,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	406.800,00
Marcela María Porras Esquivel (Eventos Chela)	0,00	65.000,00	0,00	0,00	0,00	339.000,00	0,00	0,00	404.000,00
Gerardo Vega Gutierrez	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	400.020,00	0,00	0,00	400.020,00
Gerardo José Vega Gutierrez	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	400.020,00	0,00	0,00	400.020,00
Guillermo Antonio Campos Campos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	400.000,00	0,00	0,00	400.000,00
Google App	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	399.910,08	0,00	0,00	399.910,08
Carlos M Lizano Rodríguez / Difocal	0,00	0,00	0,00	389.850,00	0,00	0,00	0,00	0,00	389.850,00
Heliberto Sibaja Fernández – Taller Hnos Sibaja	0,00	387.025,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	387.025,00
Erick Grajal Vega (Eagle Logística)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	384.200,00	0,00	0,00	384.200,00
Karen Daniela Lizano Conejo	0,00	0,00	0,00	384.200,00	0,00	0,00	0,00	0,00	384.200,00
Marvin Antonio Munguía Hernández	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	376.290,00	0,00	0,00	376.290,00
IDGF Impresiones Digitales S.A	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	375.666,78	0,00	0,00	375.666,78
Ramón Marrero Redondo	0,00	282.500,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	87.010,00	369.510,00
Ronald Camareno Montero	0,00	366.938,12	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	366.938,12

Proveedor	Partido Político								Total
	Recuperando Valores	Frente Amplio	Liberación Nacional	Liberal Progresista	Nueva Republica	Progreso Social Democrático	Unión Guanacasteca	Unidad Social Cristiana	
Impresiones Urgentes del Sur ELJ S.A.	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	363.999,98	363.999,98
Radiodifusora del Pacífico	0,00	0,00	363.860,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	363.860,00
Yorleny Maria Guzman Araya (Imprenta)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	361.600,00	0,00	0,00	361.600,00
Laura Rodríguez Rodríguez	0,00	355.950,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	355.950,00
Claudio Hernán Ma-rín Alvarado	0,00	352.560,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	352.560,00
Alicia Morera Ugalde	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	350.000,00	0,00	0,00	350.000,00
Abril Jenkins Bianchini	0,00	344.650,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	344.650,00
William Giralt Fallas (Organización y Producción de Eventos Artísticos y musicales)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	339.000,00	0,00	0,00	339.000,00
Martin González Men-dez (Cantautor)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	339.000,00	0,00	0,00	339.000,00
Asociación Promotora del Desarrollo Agrope-cuario y Artesanal de Upala	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	339.000,00	0,00	0,00	339.000,00
Gonzalo Gerardo Hernandez Peña	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	339.000,00	339.000,00
Dylana María Alvara-do Coto	0,00	0,00	0,00	0,00	323.370,01	0,00	0,00	0,00	323.370,01
Fabían Barrantes Jara	0,00	322.050,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	322.050,00
Victoria Cisneros Azofeifa	0,00	316.400,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	316.400,00
Javier Jesús Guerrero Cerda	0,00	316.400,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	316.400,00

Proveedor	Partido Político								Total
	Recuperando Valores	Frente Amplio	Liberación Nacional	Liberal Progresista	Nueva República	Progreso Social Democrático	Unión Guanacasteca	Unidad Social Cristiana	
Josué Murillo Soto	0,00	310.750,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	310.750,00
César Guillermo Mora Delgado	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	305.100,00	305.100,00
Media Pulsar Producciones S.A.	0,00	305.100,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	305.100,00
Difusora Rasaca S.A.	0,00	0,00	300.015,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	300.015,00
Industrias AB & Car S.A.	300.000,31	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	300.000,31
Stephannie Paola Galeano Bonilla	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	300.000,00	0,00	0,00	300.000,00
Andres Alfonso Madri-gal Quesada	0,00	0,00	298.320,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	298.320,00
Mario Alberto Rodríguez Sibaja (Multi Eventos Roca)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	282.500,00	0,00	0,00	282.500,00
Camilo Rodríguez Chaverri	0,00	282.500,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	282.500,00
Alejandro Cabezas Morera	0,00	282.500,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	282.500,00
Periódico Mi Tierra	0,00	0,00	0,00	271.200,00	0,00	0,00	0,00	0,00	271.200,00
Jorge Martín Quesada Bolaños	270.013,50	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	270.013,50
Luis Alberto Gamboa Montoya	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	268.650,00	0,00	0,00	268.650,00
Armin Guillermo Castro Campos (Armin Castro Campos)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	265.550,00	0,00	0,00	265.550,00
Pamela Patricia Leon Cascante (Faol Producciones)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	259.900,00	0,00	0,00	259.900,00
Blackpepper photo-studio – Mario Enrique Gómez Jiménez	0,00	257.075,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	257.075,00

Proveedor	Partido Político								Total
	Recuperando Valores	Frente Amplio	Liberación Nacional	Liberal Progresista	Nueva República	Progreso Social Democrático	Unión Guanacasteca	Unidad Social Cristiana	
Ricardo José Mora Gómez	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	255.000,00	0,00	0,00	255.000,00
Vinicio Ramírez Sánchez	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	254.250,00	0,00	0,00	254.250,00
Jorge Fernández Marin	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	253.120,00	0,00	0,00	253.120,00
Asoc Belemita de medios de comunicación el Guacho	0,00	250.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	250.000,00
Sebastián Bonilla Madriz	0,00	250.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	250.000,00
Almacén Santa Clara MMR Sucesores S.A.	0,00	244.957,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	244.957,00
IMPRESIONES DIGITALES A GRAN ESCALA	0,00	0,00	0,00	0,00	244.532,28	0,00	0,00	0,00	244.532,28
Diseñarte la expresión del color S.A.	0,00	0,00	0,00	238.712,50	0,00	0,00	0,00	0,00	238.712,50
Carlos Arrieta Álvarez	0,00	237.300,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	237.300,00
Inversiones Marocha de Alajuela S.A.	0,00	0,00	228.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	228.000,00
Max Eduardo Matamoros Obando (Grupo Audiográfico CR)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	226.000,00	0,00	0,00	226.000,00
Alex Roberto Gutiérrez Arguedas	0,00	226.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	226.000,00
Edgar Antonio Torres Fernández	0,00	226.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	226.000,00
Greiman Manuel Herrera Espinoza	0,00	0,00	0,00	226.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	226.000,00

Proveedor	Partido Político								Total
	Recuperando Valores	Frente Amplio	Liberación Nacional	Liberal Progresista	Nueva República	Progreso Social Democrático	Unión Guanacasteca	Unidad Social Cristiana	
HL BROTHERS COMUNICARE S.A. (Periódico El Sol de Occidente)	0,00	0,00	0,00	226.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	226.000,00
Filiberto Ortiz Ruiz	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	225.600,00	0,00	0,00	225.600,00
Jose Roberto Arias Hidalgo	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	225.000,00	0,00	0,00	225.000,00
Cristian Royse Castro Araya	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	217.638,00	217.638,00
Belén Ramírez Sibaja	0,00	0,00	0,00	0,00	216.960,00	0,00	0,00	0,00	216.960,00
Manduca Audiovisual - Manduca S.A.	0,00	216.960,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	216.960,00
Accessart S.A	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	212.513,99	0,00	0,00	212.513,99
Rolando Cubero Mora	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	210.000,00	0,00	0,00	210.000,00
Marisol Molina Zamora	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	200.000,00	0,00	0,00	200.000,00
William Alberto Allen Morales	0,00	200.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	200.000,00
José Rafael Arguedas Pérez	0,00	197.750,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	197.750,00
Saro Innova Grecia S.A.	0,00	185.320,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	185.320,00
Luis Martín Coto Rodríguez	0,00	180.800,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	180.800,00
Juan Gabriel Solano Rojas (Multiservicios Jugasor)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	180.000,00	0,00	0,00	180.000,00
Nicole García Maradiaga	0,00	180.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	180.000,00
Jose Francisco Rojas Sánchez / Depósito de Maderas MR	0,00	0,00	0,00	178.766,00	0,00	0,00	0,00	0,00	178.766,00
Imprenta y Litografía las Mercedes	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	175.150,00	0,00	0,00	175.150,00

Proveedor	Partido Político								Total
	Recuperando Valores	Frente Amplio	Liberación Nacional	Liberal Progresista	Nueva República	Progreso Social Democrático	Unión Guanacasteca	Unidad Social Cristiana	
Roy Román Barrios	0,00	170.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	170.000,00
Rafael Morales Leon (Publicidad Quepos)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	169.500,00	0,00	0,00	169.500,00
Jose Luis Cojal Estrada	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	169.500,00	169.500,00
Danny Gustavo Ortega Rodríguez	0,00	169.500,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	169.500,00
VALENCIA DURAN CARLOS JOSE (Acon-tecer.co.cr)	0,00	0,00	0,00	169.500,00	0,00	0,00	0,00	0,00	169.500,00
Gerardo Medina Angulo	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	168.000,00	0,00	0,00	168.000,00
Ricardo Alexis Sánchez Víquez (PERIFONEO RICARDO SAN-CHEZ)	0,00	162.720,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	162.720,00
Carlos Andrés Fallas Bejarano	0,00	161.062,20	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	161.062,20
Joseth Carrera Madríz	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	160.000,00	0,00	0,00	160.000,00
Ronal Padilla Jiménez (Eventos y Perifoneo DJ Chanpu)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	160.000,00	0,00	0,00	160.000,00
Javier Francisco Miranda González	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	160.000,00	0,00	0,00	160.000,00
Néstor Cecilio Lira Rivera	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	158.715,00	158.715,00
Marco Vinicio Díaz Quesada	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	158.200,00	0,00	0,00	158.200,00
Joseph Daniel Arguedas Reyes	0,00	158.200,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	158.200,00
Alberto Aguilar Casasola	0,00	0,00	0,00	158.200,00	0,00	0,00	0,00	0,00	158.200,00

Proveedor	Partido Político								Total
	Recuperando Valores	Frente Amplio	Liberación Nacional	Liberal Progresista	Nueva República	Progreso Social Democrático	Unión Guanacasteca	Unidad Social Cristiana	
Zenen Andrés Vargas Salas	0,00	156.200,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	156.200,00
Luis Gerardo Serrano Arias (EVENTOS LUIGI)	0,00	155.940,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	155.940,00
Andrés Madrigal Alvarado	0,00	152.550,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	152.550,00
Andriana Jiménez Marin	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	150.000,00	0,00	0,00	150.000,00
Paula Virginia Rodríguez Arguedas	0,00	0,00	149.725,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	149.725,00
Rodrigo Moya Soto (Acontecer Espartano y Algo Más)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	146.900,00	0,00	0,00	146.900,00
Rubí Susana Betancourt Losana	0,00	146.900,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	146.900,00
Rafael Valverde Hernández	0,00	146.900,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	146.900,00
Mónica Flores López	0,00	145.205,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	145.205,00
WCR Metroservicios SJ SC	0,00	0,00	0,00	142.606,00	0,00	0,00	0,00	0,00	142.606,00
Master Music – Wilfredo Benavides Jiménez	0,00	141.250,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	141.250,00
Jose Martin Santamaria Porras	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	135.600,00	0,00	0,00	135.600,00
Periódico Mi Tierra	0,00	135.600,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	135.600,00
Publicidad Sandoval Herrera S.A	0,00	0,00	0,00	132.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	132.000,00
Ultraprint CR S.A.	0,00	0,00	0,00	0,00	128.000,00	0,00	0,00	0,00	128.000,00
Luis Carlos Contreras Sánchez (Sonido Perifoneo Mini Kaco)	0,00	125.430,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	125.430,00
Imprenta Canas S.A	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	125.023,20	0,00	0,00	125.023,20

Proveedor	Partido Político								Total
	Recuperando Valores	Frente Amplio	Liberación Nacional	Liberal Progresista	Nueva República	Progreso Social Democrático	Unión Guanacasteca	Unidad Social Cristiana	
Walter Granados Bermúdez	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	124.300,00	0,00	0,00	124.300,00
Libia Melissa Valverde Jiménez	0,00	124.300,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	124.300,00
Silvia Elena Sosa Robles	0,00	124.300,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	124.300,00
Rodrigo Durán Guier	0,00	124.300,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	124.300,00
Sindicato de Trabajadores Informales y por Cta propia	0,00	124.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	124.000,00
Mireya Zamora Alvarado	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	120.000,00	0,00	0,00	120.000,00
Tyrone Antonio Cooper Jones (Instrumentos Musicales / Creats Music)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	120.000,00	0,00	0,00	120.000,00
Cristian Alfredo Solano Camacho	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	113.000,00	0,00	0,00	113.000,00
Luis Diego Contreras Garcia (MS Manager Software Erp)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	113.000,00	0,00	0,00	113.000,00
Jose Diego Campos Trigueros (Diego Campos Saxofonista)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	113.000,00	0,00	0,00	113.000,00
Mario Rodrigo Alfaro Hernández	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	113.000,00	0,00	0,00	113.000,00
Katherine Vanessa Rivera Cascante (Pro-Eventos)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	113.000,00	0,00	0,00	113.000,00
Wilmer Alonso Oconitrillo Espinoza (Oconitrillo Estudio)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	113.000,00	0,00	0,00	113.000,00

Proveedor	Partido Político									Total
	Recuperando Valores	Frente Amplio	Liberación Nacional	Liberal Progresista	Nueva República	Progreso Social Democrático	Unión Guanacasteca	Unidad Social Cristiana		
Flor de María Silvia Solano	0,00	113.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	113.000,00
Miel Dorada de la Bajura de Santa Cruz S.A.	0,00	113.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	113.000,00
Adonay Solano Oviedo (Eventos Nays)	0,00	113.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	113.000,00
Fray Alonso Rodríguez Vargas	0,00	113.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	113.000,00
Helen Dahianna Naranjo Mora	0,00	113.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	113.000,00
Danny Gustavo Ortega Rodríguez	0,00	113.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	113.000,00
Sharon de Los Angeles Arrieta Solano	0,00	112.988,70	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	112.988,70
GEOCAD SA	0,00	112.060,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	112.060,00
Javier Rojas Ramírez	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	112.000,00	0,00	0,00	0,00	112.000,00
Johnny Gerardo Piedra Espinoza	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	110.175,00	0,00	110.175,00
Sociedad Maderera La Mansión S.A.	0,00	110.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	110.000,00
Estefanie Céspedes Meza	0,00	107.350,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	107.350,00
Melany Mora Murillo	0,00	107.305,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	107.305,00
Jesus Miguel Rojas Sánchez	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	101.700,00	0,00	0,00	0,00	101.700,00
Fernando Alonso Coto Chaves	0,00	101.700,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	101.700,00
Mark Michael Morales Mattei	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	100.000,00	0,00	0,00	0,00	100.000,00
Daisy Marcela Carballo Ortega	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	100.000,00	0,00	0,00	0,00	100.000,00

Proveedor	Partido Político								Total
	Recuperando Valores	Frente Amplio	Liberación Nacional	Liberal Progresista	Nueva República	Progreso Social Democrático	Unión Guanacasteca	Unidad Social Cristiana	
Maria Cruz Mora Mena	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	97.500,00	0,00	0,00	97.500,00
Acontecer Espartano y Algo más. (Rodrigo Moya Soto)(Espartano Solutions S.A)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	96.050,00	0,00	0,00	96.050,00
Geiner Rodriguez González (Servicios de Animación y Sonido GeyCris / Rest la Troja)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	96.050,00	0,00	0,00	96.050,00
Adam Simon Baker	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	91.671,25	91.671,25
Yahaira Umaña Morera	0,00	90.500,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	90.500,00
Martin del Carmen Paniagua Arce (Pani Music)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	90.400,00	0,00	0,00	90.400,00
Uriel Cortes Araya	0,00	90.400,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	90.400,00
William Castro Quezada	0,00	90.400,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	90.400,00
ROGER ALONSO SOTO ALFARO	0,00	0,00	0,00	90.400,00	0,00	0,00	0,00	0,00	90.400,00
Angie Lie Céspedes Meza	0,00	84.750,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	84.750,00
Giovanny Corrales Valenciano	0,00	0,00	0,00	0,00	81.360,00	0,00	0,00	0,00	81.360,00
Geovanny Francisco Jiménez Salas	0,00	80.535,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	80.535,00
KATLYN MORA BALLESTERO (Komunicacion 3000)	0,00	0,00	0,00	80.234,52	0,00	0,00	0,00	0,00	80.234,52
Karla Dayana Villalobos Rugama	0,00	0,00	0,00	0,00	80.100,00	0,00	0,00	0,00	80.100,00

Proveedor	Partido Político										Total
	Recuperando Valores	Frente Amplio	Liberación Nacional	Liberal Progresista	Nueva República	Progreso Social Democrático	Unión Guanacasteca	Unidad Social Cristiana			
José Villarreal Chaves (lo que viene en el auxilio de José Manuel Villalobos Chavarría según el nombre de la factura ya que el nombre es ilegible.)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	80.000,00	0,00	0,00	0,00	80.000,00	
José Ricardo Arias Mora	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	79.100,00	0,00	0,00	0,00	79.100,00	
Andrés Madrigal Quetzada (LOGO)	0,00	79.100,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	79.100,00	
Luis Carlos Otárola Cordero (Sonido Ibiza Latina)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	77.970,00	0,00	0,00	0,00	77.970,00	
Dennis Francisco Brenes Vargas	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	76.840,00	0,00	0,00	0,00	76.840,00	
Allan Castro Godoy (AR Mega Producciones)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	76.840,00	0,00	0,00	0,00	76.840,00	
Silvia Andrea Durán Porras	0,00	76.800,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	76.800,00	
Inversiones Klao S.A.	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	75.031,14	0,00	0,00	0,00	75.031,14	
Acontecer Espartano y al Más - Rodrigo Moya Soto	0,00	75.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	75.000,00	
Patricia María Montoya Campos	0,00	0,00	0,00	0,00	72.320,00	0,00	0,00	0,00	0,00	72.320,00	
Juan José Núñez Esquivel	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	70.000,00	0,00	0,00	0,00	70.000,00	
José Daniel Solís Alfaro (40 Diez Producciones)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	67.800,00	0,00	0,00	0,00	67.800,00	
Oscar Ernesto Chamorro Ruíz	0,00	67.800,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	67.800,00	

Proveedor	Partido Político									Total
	Recuperando Valores	Frente Amplio	Liberación Nacional	Liberal Progresista	Nueva República	Progreso Social Democrático	Unión Guanacasteca	Unidad Social Cristiana		
Perifoneo Espinoza (José Antonio Espinoza Solano)	0,00	67.800,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	67.800,00
Oscar Ernesto Chamorro Ruiz	0,00	67.800,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	67.800,00
Oscar Ernesto Chamorro Ruiz	0,00	67.800,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	67.800,00
Juan Gerardo Bolaños Montero	0,00	67.800,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	67.800,00
Maria del Pilar Badilla Mora	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	67.500,00	0,00	0,00	0,00	67.500,00
Luis Alberto Gamboa Montoya	0,00	63.280,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	63.280,00
Zaida Rodríguez Vargas / Producciones Chepe Rap	0,00	0,00	0,00	63.280,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	63.280,00
Inversiones la Unión S.A (Tecnoprint La Mini)(Grupo Tecno Print)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	61.700,03	0,00	0,00	0,00	61.700,03
Almacenes El Colono S.A.	0,00	60.874,34	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	60.874,34
Ramiro Rodríguez Gómez	0,00	58.760,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	58.760,00
Microsoft 365 familia	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	57.999,00	0,00	0,00	0,00	57.999,00
Alexander Brenes Acuña	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	57.252,58	0,00	0,00	0,00	57.252,58
Mauricio Zeledón Mata / Zema Publicidad	0,00	0,00	0,00	33.900,00	0,00	22.600,00	0,00	0,00	0,00	56.500,00
Luz Marina del Carmen Sánchez Espinoza	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	56.500,00	0,00	56.500,00
David Gerardo Sánchez Soto	0,00	56.500,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	56.500,00

Proveedor	Partido Político								Total
	Recuperando Valores	Frente Amplio	Liberación Nacional	Liberal Progresista	Nueva República	Progreso Social Democrático	Unión Guanacasteca	Unidad Social Cristiana	
Musicoyoches Esparzaartes S.A	0,00	56.500,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	56.500,00
SP Sonido Profesional S.A.	0,00	56.500,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	56.500,00
R Y R Ferrería Florencia S.A.	0,00	51.750,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	51.750,00
Luis Alfredo Mora Murillo (RANCHO LA GUACAMAYA)	0,00	50.850,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	50.850,00
Leanne Marcela Pérez Mora	0,00	50.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	50.000,00
Axel Fabricio Mairén Cheves	0,00	48.500,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	48.500,00
José Antonio Campos Ovares (CAMPOS DEPORTIVOS)	0,00	48.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	48.000,00
Olga Lidia García Vásquez	0,00	45.200,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	45.200,00
Miguel Ángel León Batista	0,00	45.200,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	45.200,00
Cindy Rocío Estrada Jiménez	0,00	40.265,49	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	40.265,49
Kembly María Meza Vindas (Imagination)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	33.900,00	0,00	0,00	33.900,00
Joan Núñez Esquivel (Johan Esquivel & Grupo Musical Los Vecinos)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	33.900,00	0,00	0,00	33.900,00
Giovanni Ulate Valerio	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	30.000,00	0,00	0,00	30.000,00
Gilbert Gerardo Sibaja Alvarado	0,00	30.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	30.000,00
Octavio Barrantes Arias	0,00	0,00	0,00	0,00	28.250,00	0,00	0,00	0,00	28.250,00

Proveedor	Partido Político										Total
	Recuperando Valores	Frente Amplio	Liberación Nacional	Liberal Progresista	Nueva República	Progreso Social Democrático	Unión Guanacasteca	Unidad Social Cristiana			
Jeffry Solís Picado (ROCASOL PUBLICIDAD)	0,00	28.250,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	28.250,00
José Esteban Bolaños Corrales	0,00	0,00	0,00	0,00	22.600,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	22.600,00
Carlos José Mesén Quesada	0,00	0,00	0,00	20.340,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	20.340,00
Marvin Castillo Castro	0,00	0,00	0,00	16.950,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	16.950,00
App Wix.com	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	10.384,00	0,00	0,00	0,00	0,00	10.384,00
Leyda Jenny Orozco Martínez	0,00	10.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	10.000,00
Emmanuel Francisco Navarro	0,00	10.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	10.000,00
Materiales de Coto Brus S.A.	0,00	9.134,55	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	9.134,55
Sharon Cordero García	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	9.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	9.000,00
Joxan Eugenio Núñez Marín	0,00	163,85	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	163,85
TOTAL	3.940.036,52	207.856.149,61	898.290.342,20	237.098.538,93	661.779.183,08	548.268.704,51	3.452.240,40	293.117.084,05	2.853.802.279,30		

Fuente: Tribunal Supremo de Elecciones, Departamento de Financiamiento de Partidos Políticos. 2023.

Nota: Monto en colones.

Tabla 2.23 Contribución estatal a los partidos políticos por su participación en elecciones nacionales. Campaña electoral 2022.

Partido Político	Monto máximo de CE al que tiene derecho	Monto liquidado	Monto aprobado TSE	Estado
Frente Amplio	1.960.905.833,45	624.172.307,79	604.814.990,79	Resuelto
Liberación Nacional	5.990.196.636,96	4.902.452.727,02	2.433.317.965,26	Resuelto
			2.287.547.045,76	Resuelto
Liberal Progresista	2.468.630.241,41	872.656.973,95	844.892.683,50	Resuelto
Nueva República	2.870.154.304,48	2.637.677.571,01	1.472.171.570,89	En revisión / informe parcial
Progreso Social Democrático	3.657.636.448,69	2.074.764.337,56	958.027.651,34	Resuelto
Unidad Social Cristiana	2.737.871.018,19	2.171.391.411,26	2.120.687.373,58	Resuelto
Recuperando Valores	49.933.509,33	19.828.855,43	18.652.205,43	Resuelto
Unión Guanacasteca	55.594.367,49	75.180.246,16	38.916.057,24	Resuelto
TOTAL	19.790.922.360,00	13.378.124.430,18	9.820.999.892,45	

Fuente: Tribunal Supremo de Elecciones, Departamento de Financiamiento de Partidos Políticos. 2024.

Nota: Monto en colones. Actualizado al 04 de marzo de 2024.

Como se mencionó anteriormente, el Estado costarricense contribuye a sufragar los gastos en que incurran los partidos políticos en las elecciones de la Presidencia y las Vicepresidencias de la República, así como en las diputaciones a la Asamblea Legislativa.

Para las elecciones 2022, la contribución estatal aprobada (tabla 2.23) a los partidos Frente Amplio, Liberación Nacional, Liberal Progresista, Nueva República Progreso Social Democrático, Unidad Social Cristiana, Recuperando Valores y Unión Guanacasteca fue de ₡9.820.999.892,45. Los montos más altos aprobados por el TSE fueron para los partidos Liberación Nacional con ₡4.720.865.011,02 (el monto liquidado fue de ₡4.902.452.727,02) y Unidad Social Cristiana con ₡2.120.687.373,58 (monto liquidado: ₡2.171.391.411,26).

En el caso de Nueva República, a la fecha de elaboración de este capítulo, no se ha dado una resolución por parte del TSE, mientras que para el Partido Progreso Social Democrático fue aprobado únicamente un monto total de ₡958.027.651,34, esto implica una diferencia de ₡1.116.736.686,22 con respecto al monto liquidado al TSE que fue de ₡2.074.764.337,56. Sobre este pago, de acuerdo con la noticia del diario La Nación del 26 de febrero de 2024 “*TSE rechaza cobro de ‘mano izquierda’ a partido de gobierno*”, en la resolución del TSE se señala que pagar por atacar adversarios desnaturalizaría la deuda política, pues el dinero público no debe utilizarse para denigrar a adversarios políticos o sembrar dudas sobre personas. Por tanto, el TSE rechazó pagar al PPSD los servicios de “mano izquierda” contratados a Remi Osman Mucondo, quien admitió ante la Comisión Investigadora de Financiamiento Electoral, haber prestado estos servicios durante la campaña de Chaves. Para el TSE los servicios de “mano izquierda”, como fueron consignados, se entienden como “una campaña de ataques, generalmente infundados, que lo que hacen es tratar de denigrar o de sembrar dudas o de realizar aseveraciones sobre personas o partidos adversarios”, de modo que esa inversión “ha desnaturalizado el propósito del uso de los recursos” y, por eso, se rechaza (Semnario Universidad, 21 de febrero de 2024).

Sobre esto, el Semnario Universidad (21 de febrero de 2024) menciona que el TSE objetó al PPSD millonarios cobros además de las labores de “mano iz-

quierda” de Osman, como por ejemplo, los servicios dados por el asesor de confianza del presidente, Federico Cruz, conocido como Choreco, y otras cuestionadas figuras. En la publicación, el Semnario hace referencia al informe del TSE en el que se indica que se rechazó el reintegro de deuda política por rubros que incluyen salarios y honorarios, pago de servicios de medios de comunicación y descuentos aplicados a certificados de cesión (bonos de deuda política).

Según el Semnario Universidad (21 de febrero de 2024), entre los reintegros rechazados por el TSE se encuentran:

- ₡58.520.440 cobrados por Federico Cruz, quien presentó doce facturas las cuales fueron rechazadas por mala clasificación contable, cobro injustificado, no registro del medio de pago, ausencia de contratos, informes y productos finales, entre otros.
- Dos cobros por ₡1.689.350 cada uno de la empresa Knock Out Marketing S.A., uno por servicios de arrendamiento y otro por “actividades”. Al respecto, el TSE consideró, en un caso, que el cobro estaba mal registrado y, en otro, que no se adjuntaba el contrato original o que este no estaba firmado.
- ₡29.4 millones facturados en tres tractos por Alejandro Brokke, director de la agencia Nexo. Precisamente, Brokke en su comparecencia ante la Comisión Investigadora de Financiamiento Electoral, confirmó la coexistencia de la candidatura de Chaves y el uso de un fideicomiso aparentemente ilegal.
- ₡242.4 millones por parte de Fengliang Zheng, empresario del restaurante Jardín Oriental, por descuentos por certificados de cesión y “actividades para el Fortalecimiento de la Estructura Interna”. Sobre esto, Zheng declaró en la Comisión Investigadora que únicamente brindó alimentación y que “le pagaron con bonos”. Sin embargo, nunca adquirió estos certificados.
- ₡169.500 millones por descuentos en bonos de deuda política a nombre de distintas personas como: Rodrigo Chaves Robles, presidente de la República; Stephan Brunner, vicepresidente de la República, Pilar Cisneros, diputada; así como donantes como Calixto Chaves y José Pablo Chaves.

2.5 Consideraciones finales

Como se ha mencionado en informes anteriores, la publicidad oficial es un mecanismo indispensable en la relación entre el Estado y la sociedad, pues es una forma de construir estrategias para la rendición de cuentas de los diferentes entes estatales; además de ser una forma de informar sobre las acciones que realizan. Sin embargo, la publicidad debe ser vista como el lazo entre el Estado y la sociedad, y no como una forma de premiar o castigar a los diferentes medios de comunicación por sus líneas editoriales o por la forma de brindar información acerca de las acciones que realizan los diferentes entes estatales.

A partir de los datos analizados, se evidencia que en los años 2019, 2020 y 2021 efectivamente la concentración mediática también implicó una concentración en la asignación de la pauta oficial, ya que pocos adjudicatarios obtuvieron altos montos por pauta. Sin embargo, para los años 2022 y 2023 hubo un cambio importante en el ecosistema mediático, pues los grandes grupos económicos dejaron de percibir millones de colones a partir de las acciones ejecutadas por las instancias gubernamentales de la denominada y cuestionada “democratización de la pauta”.

Dado lo anterior, se refuerza la necesidad de retomar las recomendaciones que la Relatoría Especial para la Libertad de Expresión (2012) plantea en los *Principios sobre regulación de la publicidad oficial*. Específicamente en lo respecta a la regulación de la publicidad oficial y la libertad de expresión en Costa Rica es urgente, en primer lugar, establecer un marco legal y transparente que permita la asignación de la pauta oficial igualitaria, lejos de decisiones arbitrarias. Dicho marco debe aplicar para todos los niveles de los entes públicos. En segundo lugar, establecer una definición clara de lo que realmente es publicidad oficial.

En tercer lugar, crear los procedimientos para la asignación de la pauta oficial abiertos, transparentes y no discriminatorios; por lo que la contratación directa debe ser un caso excepcional, de emergencia o imprevisto justificado, y no la norma para dicha asignación. Y, en cuarto lugar, promover la transparencia de todos los datos relacionados con la publicidad oficial.

La pauta estatal no debe ser un mecanismo para premiar a aquellos medios de comunicación afines al Gobierno, o para castigar a los medios críticos y cuya línea editorial no sea afín al Gobierno de turno. Por el contrario, debe ser la manera en que las instancias públicas muestren a la sociedad todas las acciones que realizan, difundan las políticas públicas construidas y comuniquen los programas y servicios que brindan, a partir de los principios de transparencia, eficiencia y buen uso de los fondos públicos. En definitiva, la publicidad oficial puede verse como la vía para la rendición de cuentas de las diferentes instancias y dependencias del Estado.

CAPÍTULO 3

“Bajo el límpido azul de tu cielo” Las tendencias del discurso de odio digital en Costa Rica (2021 - 2023)

Larissa Tristán Jiménez - Yanet Martínez Toledo



3.1 Introducción

En Costa Rica, las elecciones municipales de 2024 serán recordadas por dos hitos: la designación de 22 mujeres como alcaldesas, el mayor número en la historia electoral del país, y un ataque sin precedentes contra el Tribunal Supremo de Elecciones (TSE). Su presidenta, Eugenia Zamora, así lo calificó durante su discurso en la sesión solemne del 5 de febrero de 2024 (el destacado es nuestro):

“Nunca antes de previo a una elección, como ha ocurrido en las últimas semanas, habíamos sido objeto de una ofensiva digital de **desinformación** tan agresiva llena de **calumnias y discursos de odio** dirigidos contra las magistradas y magistrados de este tribunal” (0:56 – 1:19).

Estos hitos, a pesar de ser antagónicos, tienen un origen común: la regla de paridad de género horizontal. Tanto el número elevado de alcaldesas electas como los discursos de odio contra el TSE son consecuencia de la aplicación de una serie de reglas que buscaban la participación real de las mujeres en los cargos de elección popular. De esta forma, la normativa favoreció la elección de las 20 alcaldesas, pero también implicó sancionar a aquellos partidos que no lograron garantizar la paridad de género horizontal en la conformación de sus papeletas. La reacción política a esa resolución, que

buscaba garantizar la participación de las mujeres en los gobiernos locales, propició argumentos desinformativos y discursos de odio contra el TSE.

El contraste entre ambos hitos pone en evidencia la situación que atraviesa la democracia en Costa Rica, en tensión entre la defensa del Estado de derecho y el auge de una retórica antidemocrática. Asimismo nos permite ilustrar cómo los discursos de odio reflejan el tono del debate político durante un contexto particular.

Al igual que como sucede con otros fenómenos contemporáneos como la desinformación, las teorías de la conspiración o la posverdad, el estudio de los discursos de odio ha tomado importancia en la última década (Moreno -López y Arroyo - López, 2022). La atención que recibe el fenómeno puede explicarse por, al menos, tres motivos: (1) los discursos de odio reflejan el tono del debate público, (2) su uso legitima distintas formas de violencia que a su vez consolidan relaciones de opresión y dominación de carácter estructural (Ring-Carlson, 2020) y (3) porque su tipificación desafía los límites de la libertad de expresión.

Por esas razones se considera que el discurso de odio opera como un factor concomitante en el aumento de la xenofobia, el racismo, la misoginia y otras formas de violencia y discriminación a nivel mundial, tal

Larissa Tristán-Jiménez es 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 Barcelona, 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. Actualmente coordina 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 crítico del discurso con perspectiva de género y el estudio de la comunicación política.

Yanet Martínez Toledo es Doctora en Estudios de la Sociedad y la Cultura. Investigadora del Centro de Investigación en Comunicación desde 2013 donde ha trabajado las narrativas mediáticas de la violencia contra las mujeres. Además, investiga sobre violencia online contra mujeres en el ejercicio político. Es investigadora en el Centro de Investigación en Estudios de la Mujer (CIEM) de la Universidad de Costa Rica, desde 2017 donde desarrolla investigación sobre Brecha Digital de Género en Costa Rica. Es docente de la Escuela de Ciencias de la Comunicación Colectiva donde imparte cursos de Comunicación Inclusiva. Junto con investigadoras de Argentina y Costa Rica forma parte del Equipo Coordinador del Grupo de Interés Comunicación, Género y Diversidades del Congreso Latinoamericano de Investigación en Comunicación, ALAIC.

y como afirmó António Guterres, Secretario General de la ONU, en el marco de la presentación de la Estrategia y Plan de Acción de las Naciones Unidas para la lucha contra el Discurso de Odio, el 18 de junio de 2019.

Además de lo anterior, el estudio de los discursos de odio se justifica porque constituyen “un síntoma” del estado de una democracia y de aquello que la amenaza, tal y como indican Parodi, Cuesta y Wegelin (2022): “la democracia tiene esa peligrosa capacidad de albergar los elementos de su propia destrucción, de garantizar la apertura hacia aquello que la amenaza, y eso es lo que se actualiza con lo que se comenzó a denominar “discursos de odio” (p.2).

Este capítulo tiene como objetivo analizar la trayectoria del discurso de odio digital en Costa Rica para establecer asociaciones coyunturales que expliquen los cambios detectados en los tres años de estudio (2021, 2022 y 2023). El análisis se desarrolla en el marco de las acciones del Observatorio de los Discursos de Odio y de la Discriminación del Centro de Investigación en Comunicación (CICOM) de la Universidad de Costa Rica (UCR).

Este observatorio surge gracias a un convenio suscrito entre la UCR, el Sistema de las Naciones Unidas (SU) en Costa Rica y la empresa Coes análisis de medios, con el fin de “enfrentar los discursos de odio para asegurar el pleno goce de los derechos humanos de las personas, en condiciones de igualdad y no discriminación”.

El análisis de los tres informes producidos por Coes, en alianza con la ONU y el CICOM, permite concluir que temas como los derechos sexuales y reproductivos, el feminismo, la política migratoria y de refugio o el reconocimiento de la diversidad sexual suelen “disparar” los discursos de odio digital en Costa Rica.

3.2 Contexto sociopolítico

La democracia costarricense se encuentra en un momento decisivo de su larga historia marcado por una serie de desafíos que generan incertidumbre y tensión. Aunque el país aún goza de estabilidad política, la ciudadanía experimenta problemas y malestares que podrían nutrir los discursos de odio que circulan en la

actualidad.

Los datos de este capítulo se recolectaron y analizaron en 2020 y 2023, un período en el que se incluyen varios eventos, tales como la pandemia por COVID-19, los periodos de aislamiento asociados a la emergencia sanitaria y las elecciones presidenciales y a diputaciones de 2022.

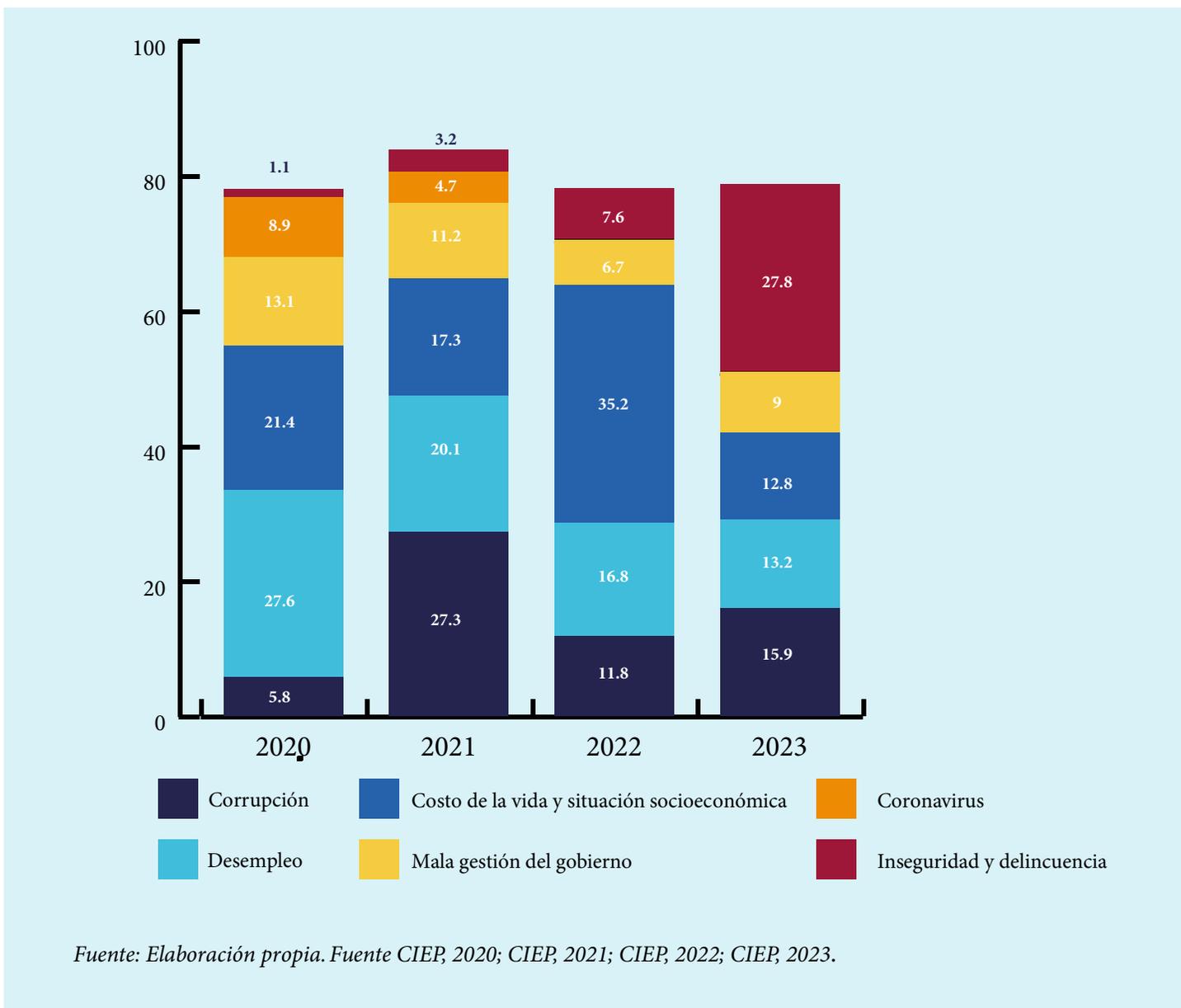
La figura 1, elaborada a partir de los informes de opinión pública producidos por el Centro de Investigación en Estudios Políticos (CIEP, 2020; 2021; 2022; 2023) nos muestran los problemas más recurrentes identificados por la ciudadanía en el periodo 2020-2023. En tiempos de pandemia se aprecia la preocupación por el coronavirus. Mientras que la corrupción y el desempleo tienen una presencia permanente durante los cuatro años siguientes.

La evaluación de 2020 y 2021 corresponde al gobierno del Partido Acción Ciudadana (PAC) y del presidente Carlos Alvarado Quesada. La evaluación de los años 2022 y 2023, corresponden al gobierno del presidente Rodrigo Chaves, del Partido Progreso Social Democrático (PSD).

Entre el mes de octubre de 2021 y febrero de 2022 Costa Rica vivió un periodo de campañas políticas en el marco de las elecciones nacionales a la presidencia y diputaciones. Como resultados de estas, y en segunda ronda, quedó electo Rodrigo Chaves Robles como presidente para el periodo 2022-2026, con un alto nivel de abstencionismo (Alfaro-Redondo, 2023, p. 178), pero dando continuidad a la reconfiguración del ecosistema político costarricense caracterizado por un mandato frágil “ocasionado por un bajo apoyo electoral, sin mayorías legislativas y gobiernos divididos, con un partido en control del Ejecutivo y la oposición al mando del Legislativo” (Alfaro-Redondo, 2023, p. 174).

Adicionalmente, las elecciones de 2022 se caracterizaron por la amplia participación de partidos políticos en la contienda electoral en la que se presentó un total de 4 mujeres y 21 hombres a las candidaturas presidenciales, en representación de 25 partidos nacionales, siendo estas las elecciones con mayor número de candidaturas presidenciales en la historia del país (Madrigal, 2021); pero también fueron las elecciones que registraron el mayor porcentaje de abstencionismo, con

Figura 3.1. Problemas sociales identificados por la ciudadanía (2020 - 2023).



un 40,65%, según datos del TSE.

En 2023, a nivel político, existe una creciente desconfianza en las instituciones, el gobierno, los partidos políticos y la Asamblea Legislativa. Esa desconfianza se deriva de la incapacidad de la clase política para solucionar los principales problemas del país. De acuerdo con la encuesta del CIEP, publicada en septiembre del año 2023, la ciudadanía costarricense consideraba que esas problemáticas eran: la inseguridad y la delincuencia (27,8 %), la corrupción (15,9 %), el desempleo (13,2 %) y la situación económica del país (12,8%).

A nivel socioeconómico, la desigualdad social se

ha incrementado en los últimos años, con un 20% de la población viviendo en la pobreza. El desempleo ronda el 13%, afectando principalmente a jóvenes y mujeres, mientras que el alto costo de la vida, sobre todo en vivienda y alimentos, genera dificultades para muchas familias.

Estas problemáticas generan un clima social de malestar y frustración. Esa crispación puede ser encausada mediante formas de acción colectiva, como las protestas o las manifestaciones, pero también de maneras más violentas como los discursos de odio y discriminación.

La relación entre los discursos de odio y el malestar social es compleja. Por un lado, la crisis económica estimula los discursos de odio, por el otro, esos discursos también contribuyen con el descontento al alimentar tensiones, profundizar divisiones y fomentar la animosidad entre grupos dentro de una sociedad. Asimismo, los discursos de odio normalizan la discriminación, la violencia y la conflictividad.

En suma, el contexto socio - histórico del periodo de análisis (2021 – 2023) se caracterizó por eventos de gran complejidad: la pandemia por COVID – 19, la crisis económica y unas elecciones nacionales que serán recordadas por el abstencionismo. Como se verá a continuación, la literatura sugiere que este tipo de escenarios son el caldo de cultivo para la erupción de los discursos de odio y de la discriminación.

3.3 Descripción del tema y problema de investigación

El odio no es nuevo. Es una emoción intensa connatural a la condición humana que anida en toda persona. Los discursos de odio, por su parte, constituyen la instrumentación y manipulación de esa emoción con fines políticos (Feirstein, 2022). Ese proceso se da cuando las frustraciones en lo privado, como respuesta a una situación económica, política y social convulsa, no se encausan en formas de cooperación política efectivas, sino que las legitiman líderes autoritarios. En este contexto, los discursos populistas otorgan un lugar a las emociones ahí en donde la promesa del liberalismo económico ha quedado en deuda (Sadin, 2020).

En el marco de esa dinámica psicosocial, los discursos de odio suelen ensañarse contra todo aquel o aquellos que desafían una visión uniforme y conservadora de la realidad. Así, los discursos de odio buscan imponer una manera homogénea de vivir en comunidad y eliminar toda diversidad que atente contra un modelo único de normalidad (Ring-Carlson, 2020; Torres y Tarrico, 2020).

Por esas razones, los discursos de odio suelen atacar a aquellas personas o colectivos cuyas identidades y acciones constituyen una amenaza a la visión hegemónica de la realidad, de ahí que no sea casualidad

que las mujeres, las personas migrantes, las personas que forman parte del colectivo LGTBIQ+ suelen ser los objetivos recurrentes del discurso de odio y de la discriminación.

Asimismo, la experiencia acumulada en el marco del trabajo del Observatorio de los Discursos de Odio y de la Discriminación del CICOM evidencia que analizar el discurso de odio genera odio en redes sociales. Esta reacción no es exclusiva del contexto costarricense, sino que es algo global y que se debe, en parte, a la complejidad que encierra estudiar un fenómeno que se ubica en la frontera entre dos derechos fundamentales: el derecho a la libertad de expresión y el derecho a la igualdad. Quiénes objetan la etiqueta de “discurso de odio” argumentan que ésta lesiona su libertad de expresión, mientras que quienes lo reciben argumentan que esos mensajes ofensivos y violentos lesionan su derecho a la igualdad y a la dignidad humana porque limitan sus posibilidades de participar en el debate social.

A raíz de esta tensión, los instrumentos internacionales de protección enfatizan que la libertad de expresión no es absoluta, sino que termina justo cuando se emite una opinión que hace apología del odio o que incita a la violencia en contra de una persona o un grupo en función de su identidad. Por ejemplo, en el Artículo 13 sobre Libertad de Pensamiento y Expresión, inciso 5, de la Convención Americana sobre Derechos Humanos (Pacto de San José) se indica que:

5. Estará prohibida por la ley toda propaganda en favor de la guerra y toda apología del odio nacional, racial o religioso que constituyan incitaciones a la violencia o cualquier otra acción ilegal similar contra cualquier persona o grupo de personas, por ningún motivo, inclusive los de raza, color, religión, idioma u origen nacional.

Del mismo modo, en el Artículo 19 de los Principios de Camden se argumenta que “existe una relación afirmativa, positiva y complementaria” entre los derechos a la libertad de expresión y el derecho a la igualdad porque la realización del primero facilita un debate social plural que dé voz a distintas voces garantizándoles así su derecho a la igualdad. Precisamente, la desigualdad ocurre cuando se excluyen y silencian ciertas voces mediante el acoso, el odio y el hostigamiento (Torres y Tarrico, 2019). Por tanto, cuando hablamos de

discursos de odio también es necesario referirse a la discriminación porque la violencia simbólica genera, entre otras cosas, autocensura e inhiben a los grupos vulnerables de participar en el debate social. De lo anterior se deduce que delimitar conceptual y jurídicamente qué se entiende por “discursos de odio” es una tarea tan necesaria como compleja.

Con el uso de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC), fundamentalmente Internet como fuente de información y las redes sociales digitales como espacios de interacción, los discursos de odio se extienden también a lo digital. Este discurso tiene repercusiones tanto a nivel individual como colectivo.

Pueden producir daño emocional o psicológico derivado del lenguaje y el tono empleado, que se expresa vía amenazas, acoso, y otros ataques a personas concretas por motivos de odio e intolerancia (*Ajuntament de Barcelona*, 2017, p.9). También generan daños a colectivos a través de la perpetuación de estereotipos discriminatorios, la estigmatización de colectivos, la contribución a su marginación”; contribuye a la deshumanización de colectivos y les niega su igualdad social, política y cultural. Por tanto, el discurso de odio: “envía un mensaje que divide y segrega la sociedad. Pero al mismo tiempo, también juega un papel cohesionador para los emisores del discurso del odio, reforzando su sentimiento de pertenencia a un grupo” (Gagliardone et al. 2014).

De esta forma, la proliferación de los discursos de odio tiene un impacto en los modos en los que se produce el debate social y la convivencia. Lo anterior en tanto que un discurso que reproduce estereotipos o desigualdades entre grupos sociales, a la vez permite justificar actos discriminatorios, expresiones de abuso y de violencia en el ámbito presencial (Gagliardone et al. 2014). Y aunque no es posible establecer una relación directa entre los discursos de odio y los crímenes de odio, si es viable identificar a los discursos de odio como formas de violencia simbólica que a su vez incide en la prevención y atención de la violencia en general.

3.3.1 Concepto y complejidad: las dimensiones de una definición

La “popularidad” reciente del discurso de odio, el debate sobre su incremento en redes sociales y la re-

tórica regresiva - antiprogresista ha generado un “uso abusivo” del término que puede acabar vaciándolo de contenido. La banalización del tema reviste un peligro porque obstaculiza su erradicación al favorecer que su estudio sea cuestionado, sobre por aquellos grupos o figuras que suelen emitir discursos de odio (Correcher, 2021).

La manipulación del concepto también incide en el ejercicio de la libertad de expresión porque puede generar el “efecto del desaliento” (*chilling effect*), según el cual ciertos sectores se autocensuran por temor a ser “cancelados” si externan una opinión o el “efecto silenciador” (*silent effect*) que ocurre cuando el odio continuado contra ciertos grupos sociales hace que se autocensuren por temor a recibir discursos de odio (Colomer, 2019). Por tanto, un paso primordial es definir qué se entiende y sobre todo qué puede ser tipificado como “discurso de odio”.

En su acepción más genérica el discurso de odio se define como “cualquier tipo de comunicación ya sea oral o escrita – o comportamiento – que ataca o utiliza lenguaje peyorativo o discriminatorio en referencia a una persona o grupo en función de lo que son (...) basándose en su religión, etnia, color, ascendencia, género y otras formas de identidad” (Estrategia y Plan de Acción de la ONU)..

Las definiciones más específicas distinguen entre “discurso de odio” (en singular) y “discursos de odio” (en plural). El primer caso se refiere a las prácticas enunciativas que incitan a cometer actos violentos contra la vida, la seguridad y la integridad de una persona o colectivo según características constitutivas de su identidad (religión, origen étnico, género y orientación sexual). El segundo caso, en plural, engloba también aquellos discursos que no solo incitan a la violencia, sino que también tienen como objetivo excluir, segregar o impedir el ejercicio de los derechos de una persona o colectivo en condiciones de igualdad (Torres y Torrico, 2019, pp. 4-6). Por tanto, la distinción se basa en las potenciales repercusiones de cada forma enunciativa: *el* discurso de odio incita a la violencia, mientras que *los* discursos de odio a la violencia y a la discriminación.

Para Benesch (2003) el nivel de peligrosidad de un discurso (s) de odio depende del poder de quién lo emite y de su capacidad para persuadir a un grupo

social de ejercer acciones violentas concretas en contra de otras personas. Ese grado de peligrosidad depende, entonces, del “potencial catalizador de violencia colectiva del emisor” y en función de ello se distingue entre (1) discurso ofensivo, (2) discurso moderadamente peligroso y (3) discurso extremadamente peligroso. El asalto al Capitolio de los EE. UU por simpatizantes de Donald Trump en enero de 2021 o el intento de golpe de Estado que se le atribuye a Jair Bolsonaro en Brasilia, son dos ejemplos de discursos de odios “extremadamente peligrosos” por la capacidad de persuasión y los efectos generados por la influencia de sus emisores.

A raíz de lo anterior, surge la necesidad de judicializar este tipo de expresiones. Para tal efecto, el Plan de Acción de Rabat de la ONU (2013) estipula una serie de criterios que tienen como objetivo identificar y, de ser necesario, penalizar los discursos de odio:

- 1) El contexto social o político en el que se emitió el discurso
- 2) El poder del emisor del discurso
- 3) La intención directa o indirecta de la voz hablante
- 4) El contenido del discurso
- 5) El alcance del discurso
- 6) Las posibilidades de que el discurso se traduzca en una acción violenta en contra de un grupo o persona específica (Alto Comisionado de Derechos Humanos de las Naciones Unidas, 2013).

Asimismo, en función de estos criterios se distinguen tres posibilidades judiciales:

- 1) **Delito:** cuando se trata de expresiones que son una apología para el genocidio o la violencia física directa.
- 2) **Difamación:** expresiones violentas que no son sancionables por la vía penal, pero sí por la vía civil.
- 3) **Expresiones violentas:** no constituyen un delito, pero que sí son lo suficientemente ofensivas como para generar un clima de intolerancia, prejuicio y que legitiman estereotipos y fomen-

tan la discriminación.

3.3.2 Los discursos de odio como un fenómeno estructural

Los discursos de odio también se pueden conceptualizar como enunciados que reflejan un momento histórico y social (Angenot, 2012). Desde esta lectura su contenido, frecuencia y ámbito de difusión son “memorias discursivas” que cumplen tres disfunciones a nivel social: articular temores históricamente constituidos, legitimar prejuicios y organizar una voluntad política (Torres y Torrico, 2019).

Para esta perspectiva, el fenómeno de los discursos de odio es producto de la “guerra cultural” que disputa la hegemonía sobre distintos aspectos de la vida social. En este contexto, el auge de la extrema derecha, el neo – fascismo, el populismo autoritario y las tendencias neo-raccionarias (*cultural backlash*) convergen para incrementar y normalizar los discursos de odio, especialmente en redes sociales (Correcher – Mira, 2022; Solano – Gallego, 2018).

Como suele suceder con otros fenómenos de actualidad, la relación entre discursos de odio y redes sociales se presenta de forma maniquea. Por un lado, están las posturas que defienden el potencial de las redes sociales para canalizar acciones colectivas y la expresión individual y, por el otro, aquellas que las acusan de incitar al odio porque otorgan una “virtualidad desinhibidora” que se apuntala en el anonimato (Morozov, 2012; Arroyo López y Moreno López, 2022).

Si se asume como premisa que los discursos de odio reflejan un contexto particular – caracterizado por la ruptura de un pacto de confianza, crisis económica y el auge del autoritarismo – es posible argumentar que los discursos de odios no empiezan ni terminará en las redes sociales, por más férrea que sea la censura digital.

En lugar de satanizar a las plataformas digitales proponemos establecer una analogía entre los discursos de odio y otros “desórdenes informativos” como las noticias falsas (Bachman y Valenzuela, 2022). Waisbord (2018) argumenta que las noticias falsas – tan antiguas como el Imperio Romano – se ven complejizadas por las redes sociales porque potencian la velocidad, escala, producción y consumo de la desinformación. Algo similar ocurre con los discursos de odio: las redes socia-

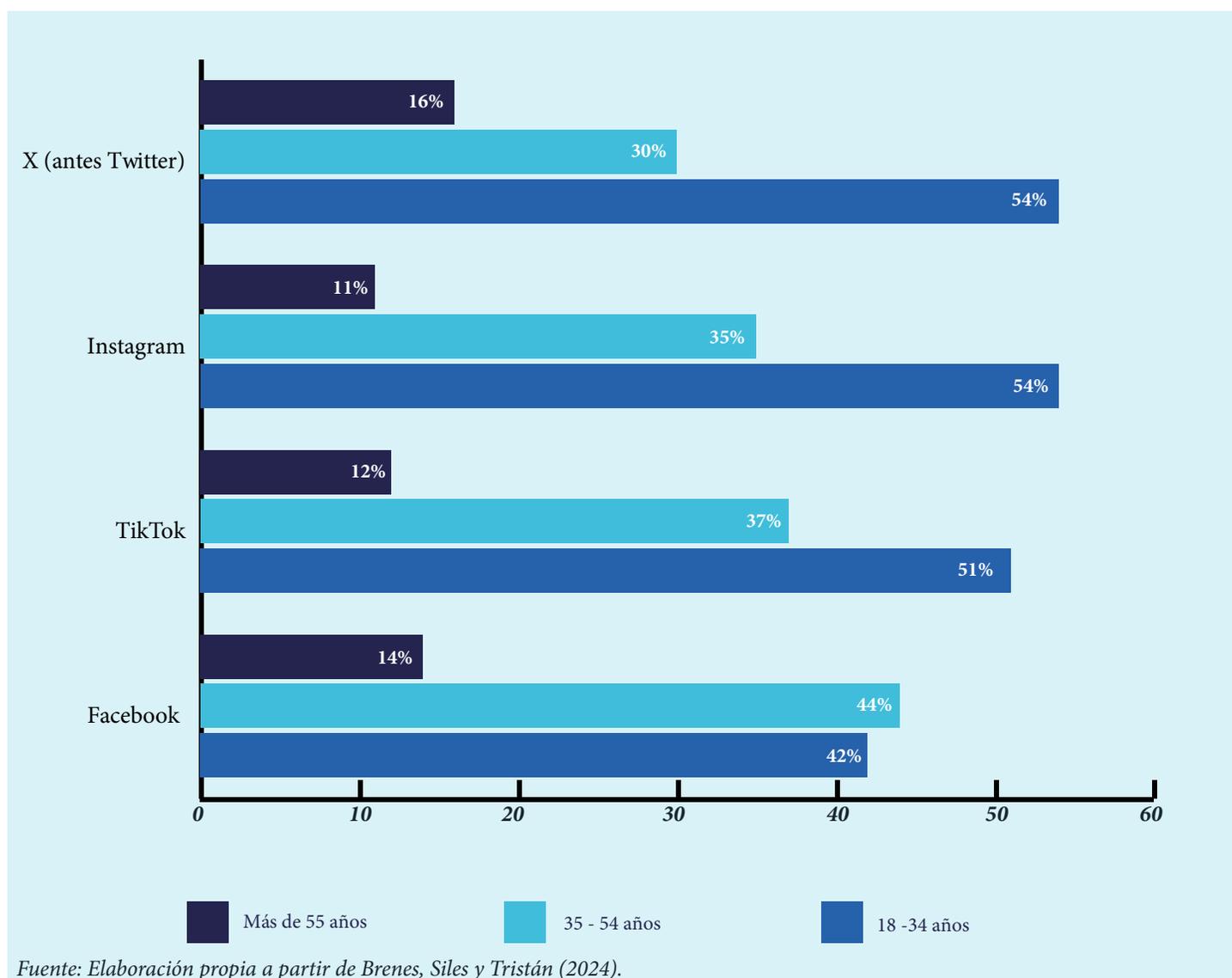
les facilitan la creación de esos contenidos y permiten su ampliación mediante el anonimato, el efecto manada y la inmediatez, pero no son un resultado directo de la comunicación digital sino de un contexto más amplio de malestar social, tal y como lo argumenta el autor: “los discursos de odio, el *trolling*, las redes sociales que se utilizan como armas, las campañas de desinformación a gran escala y las operaciones masivas de vigilancia no son resultados saludables del caos de la comunicación actual” (Waisbord, 2018, p. 7).

En Costa Rica la utilización de las redes sociales es extendida en toda la geografía nacional. Por ejemplo, un 90 % de la población usa redes sociales y un 98 % usa aplicaciones de mensajería, según datos del infor-

me “Nuestras apps de cada día” (Brenes, Siles y Tristán, 2024). La red social más usada, por personas de todas las edades, es *Facebook* con 85 %, seguida de *Instagram* (48 %), *TikTok* (45 %), *X* (12 %) y *Threads* (4 %). En la Figura 2 se detalla el uso de redes sociales por edad, las personas entre 18 y 54 años son las que más utilizan las redes sociales. *Tik Tok* y *X* (antes *Twitter*) son más empleadas por las personas en el rango de edad entre 18-35 años. Mientras que *Facebook* es más usada por las personas en el rango de 35-54, aunque la diferencia no es significativa.

Los datos también indican que no hay diferencia de uso por lugar de residencia, pues las redes sociales se emplean de forma similar en el Valle Central y en

Figura 3.2. Uso de redes sociales por edad (año 2024).



las costas (Brenes, et al., 2024). Estos datos sugieren que estudiar el discurso de odio digital en Costa Rica se justifica por el uso de estas tecnologías de comunicación en el país.

3.3.3 Estrategias contra el discurso de odio y la discriminación

Los esfuerzos para abordar los discursos de odio y de la discriminación a menudo implican una combinación de medidas legales, educación y participación comunitaria. Algunos enfoques incluyen:

(1) Medidas legales: Algunos países cuentan con leyes que prohíben el discurso de odio, la discriminación o la incitación a la violencia. Si bien es cierto hacer cumplir estas leyes puede servir como un elemento disuasivo y como medio para responsabilizar a las personas por sus acciones, mientras no haya cambios culturales y estructurales el discurso de odio no podrá ser erradicado.

(2) Educación y concientización: Promover la educación y la concientización sobre la diversidad, la tolerancia y la inclusión puede ayudar a prevenir la propaganda del discurso de odio.

(3) Alfabetización mediática: Mejorar la alfabetización mediática con el fin de capacitar a las personas para que puedan evaluar críticamente la información y reconocer contenido sesgado, violento o incendiario. Esto puede ayudar a contrarrestar la propagación del discurso de odio a través de diversos canales de medios..

(4) Políticas de redes sociales: Las plataformas de redes sociales desempeñan un papel importante en la difusión de información. Implementar y hacer cumplir políticas contra el discurso de odio en estas plataformas puede ayudar a frenar su impacto y prevenir la escala de las tensiones sociales

Por tanto, abordar los discursos de odio requiere la colaboración de diferentes individuos, comunidades, gobiernos y actores sociales interesados. En este ámbito, la tarea más compleja y necesaria es lograr un equilibrio entre proteger la libertad de expresión y prevenir daños en contra de los colectivos sociales más vulnerables.

3.4. Preguntas de la investigación

A partir de los resultados obtenidos mediante las mediciones de la empresa Coes, en alianza con la oficina de la ONU en Costa Rica y el Observatorio de los Discursos de odio y de la Discriminación del CICOM, este capítulo se articula a partir de tres interrogantes:

1. ¿Qué caracteriza y cómo se expresan los discursos de odio en Costa Rica?
2. ¿Cuál ha sido la trayectoria semántica de los discursos de odio entre los años 2021 y 2023?
3. ¿Cuáles aspectos contextuales se ven reflejados en los contenidos que transmiten esos discursos e interacciones violentas en redes sociales?

3.5. Objetivos

- Aplicar un análisis comparativo de la expresión del discurso de odio digital en Costa Rica para establecer relaciones coyunturales que permitan explicar los cambios detectados.
- Caracterizar y tipificar las formas de discurso de odio más usadas en redes sociales en Costa Rica para determinar cómo se manifiesta el fenómeno en el país.

3.6. Metodología

En este capítulo se aplica un análisis comparativo de los resultados consignados en los tres informes desarrollados por la empresa “Coes análisis de medios” sobre el discurso de odio y la discriminación en Costa Rica.

En cada estudio se capturó la información a partir de “queries”, es decir, un conjunto de palabras clave que permiten hacer búsquedas filtradas por temas específicos, edad, género y geolocalización. Los datos se recolectaron con herramientas de inteligencia artificial vinculadas con las redes sociales analizadas, *Facebook* y *X (antes Twitter)*. Es importante enfatizar que la captura de los datos se hizo en total correspondencia con las

normas de privacidad de ambas redes sociales, por tanto, solo se recolectó información proveniente de perfiles abiertos o *fanpages*. Para ello, la empresa Coes cuenta con una base de datos del 95 % de *fanpages* de Costa Rica (Coes, 2021, 2022 y 2023).

En este capítulo se analizan tendencias relacionadas con 4 variables: temas (las temáticas de las publicaciones relacionadas con discurso de odio y discriminación), tipo de intencionalidad (directa e indirecta), geolocalización (emisión de discurso de odio por provincia), edad y género.

3.7. Resultados

3.7.1 Análisis del Informe “Discursos de Odio y Discriminación. Análisis de redes sociales” (julio 2020 – julio 2021)

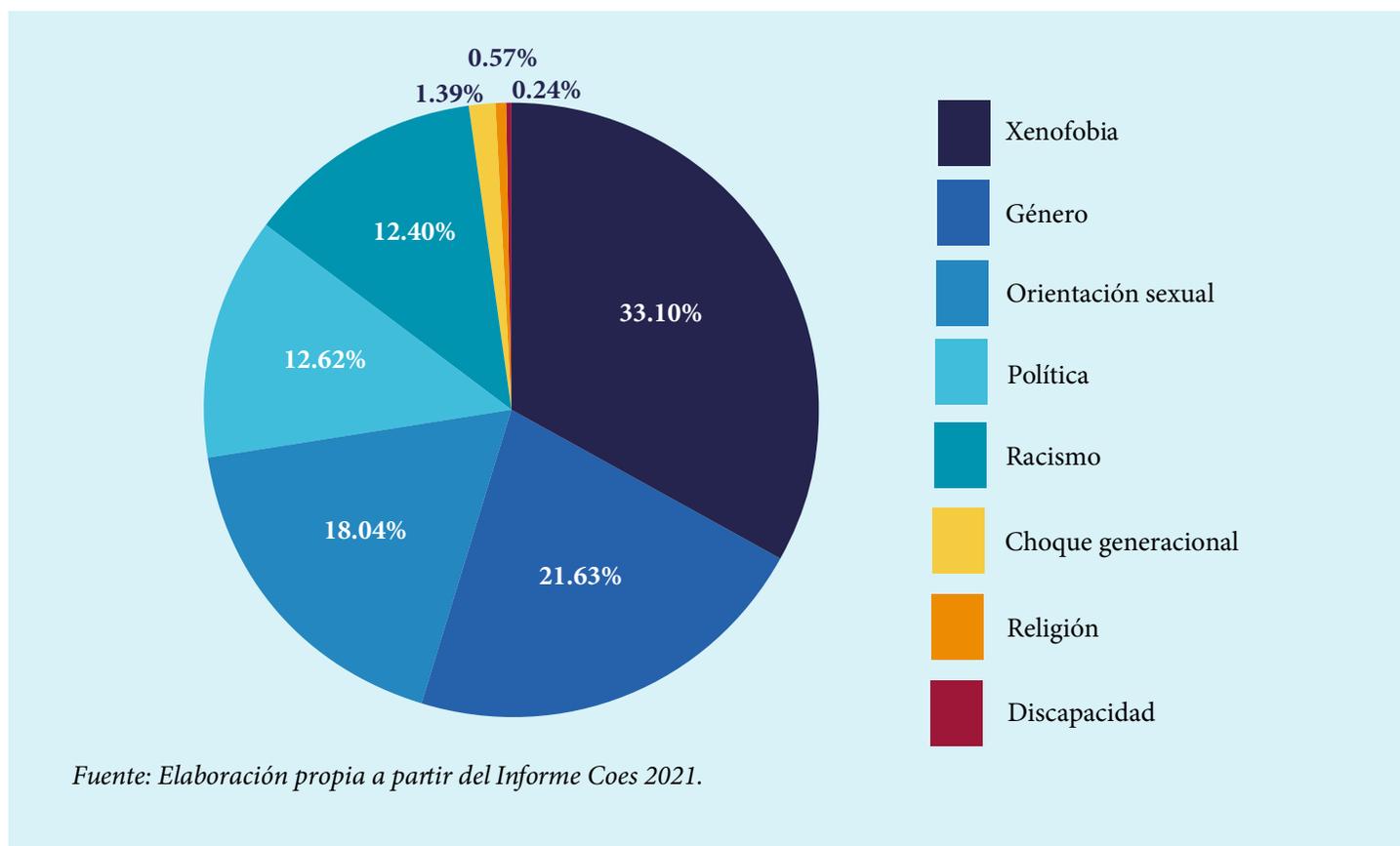
Según los resultados reseñados en el informe 2021 se registraron 548,020 mensajes con lenguaje que

evidencia discurso de odio y/o discriminación. El 69 % con intención directa y 31% indirecta. En la figura 3.3 se indican los temas asociados con discurso de odio, como puede verse la xenofobia (33,1 %) lidera seguida por la orientación sexual (18,4%). En el tema de xenofobia, la población nicaragüense es la que más recibe comentarios de odio. En estas publicaciones se les vincula como temas violentos como sucesos, crimen, acoso y ataques sexuales.

Los resultados por **edad** indican que las personas jóvenes con edades entre los 18 y 34 años fueron las que más emitieron discurso de odio, aunque con intencionalidad directa. Es decir, mensajes en los que se emplean de forma explícita insultos y ofensas contra personas o grupos particulares.

Las personas de mayor edad suelen publicar más discurso de odio asociado con orientación sexual, género y política. De acuerdo con los datos del informe, los mensajes xenofóbicos se distribuyeron de forma homogénea entre los distintos grupos etarios.

Figura 3.3. Temas de los mensajes con discursos de odio y discriminación.



A nivel **geográfico**, las provincias que más emitieron discurso de odio y de discriminación fueron San José, Alajuela y Heredia. Las que menos Guanacaste, Limón y Puntarenas.

Los grupos sociales que más recibieron discurso de odio fueron las personas nicaragüenses y las mujeres. De acuerdo con los datos de Coes, con la pandemia aumentaron los comentarios discriminatorios motivados por un temor de falta de atención médico por brindar espacios para pacientes extranjeros. Cabe destacar que los “actos de habla” discriminatorios vienen antecedidos por el *disclaimer* de que no son xenofóbicos, es decir, en las conversaciones analizadas las personas introducen sus argumentos diciendo que no son racistas.

En cuanto al tema de género, el 72.42 % de los mensajes son discriminatorios para el género femenino y 27.58 % para el masculino. Las publicaciones en contra de las mujeres aumentaron durante el Día Internacional de la Mujer, en este contexto se emplean de forma indistinta términos como “feminista” y “feminazi”;

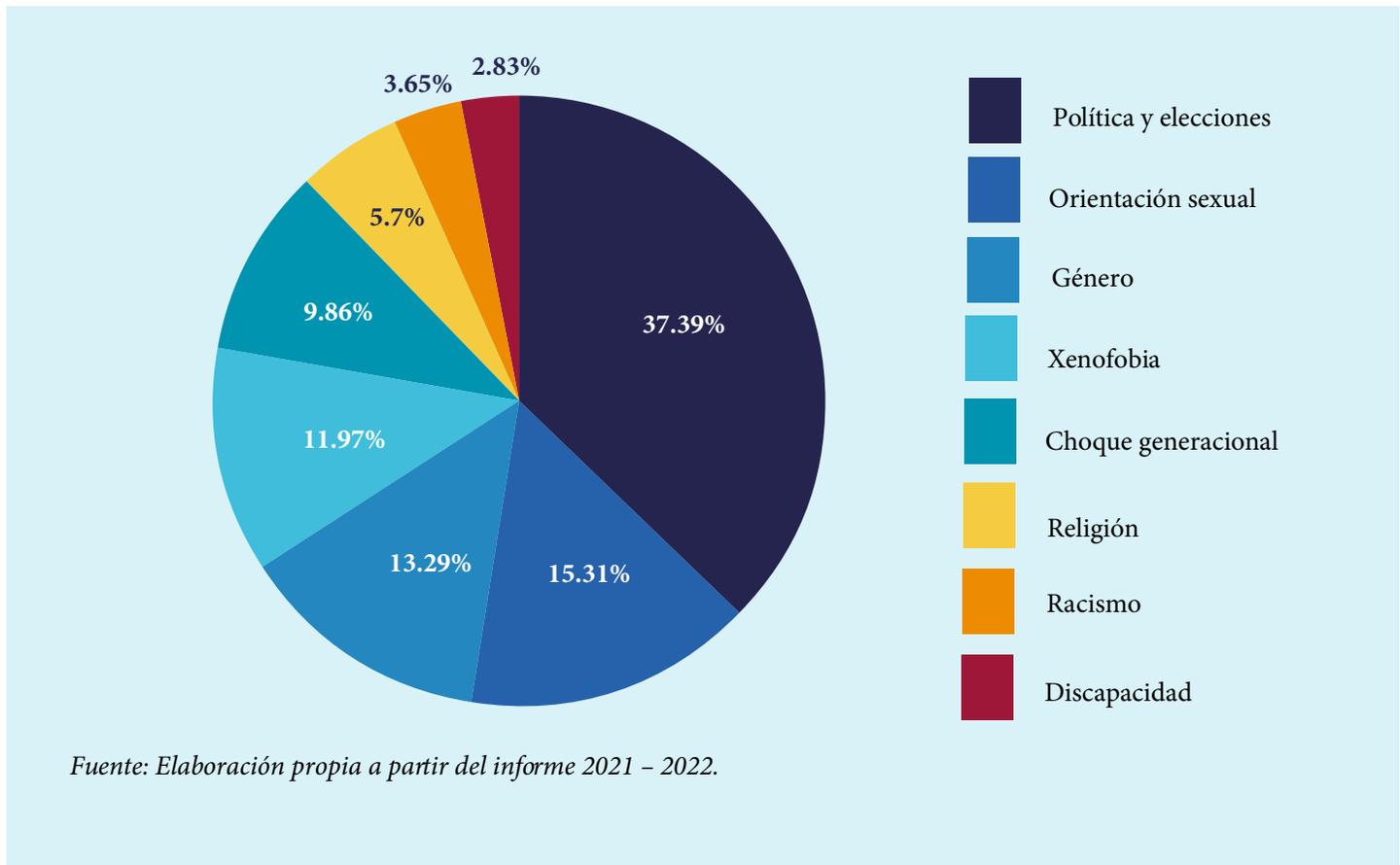
así mismo Coes detectó mensajes en los que se da una victimización en los mensajes emitidos por hombres, quienes cuestionan la inexistencia de un día “dedicado al hombre”. En esa misma línea, en el Día Internacional de la Mujer se incrementa el volumen de mensajes contra las mujeres; pero también se emplea el término “onvrez” para descalificar a los hombres en redes sociales.

3.7.2 Análisis del Informe “Discursos de Odio y Discriminación. Análisis de redes sociales” (julio 2021 – julio 2022)

Según el informe 2021–2022, los mensajes con discurso de odio aumentaron un 70 % en comparación con el informe del año anterior. Durante este periodo de análisis, 937,115 mensajes, conversaciones o publicaciones contenían discurso de odio o lenguaje discriminatorio.

Si bien disminuyeron los mensajes de odio relacionados con xenofobia y racismo, aumentaron los que tenían como tema la política y la realidad nacional. Esto

Figura 3.4. Temas de los mensajes con discursos de odio y discriminación.



puede ser explicado porque fue un año electoral. En la figura 4 puede verse la distribución por temas, política y elecciones (37,39%), orientación sexual (15,31%) y género (13,29 %) fueron los más relacionados con discurso de odio y discriminación. El 77 % de los mensajes fueron escritos con intencionalidad directa y el 22 % indirecta, lo que implica un aumento del 8 % respecto al informe del año anterior.

Los resultados por **género** evidencian que un 64 % de las conversaciones son emitidas por hombres, mientras que el 36 % por mujeres. En este periodo, predominan los mensajes con intencionalidad directa: el 83,32 % de los hombres y el 66,55 % de las mujeres generaron mensajes con un lenguaje claramente discriminatorio y violento. En la figura 5 se observa la distribución por género e intencionalidad.

Las personas jóvenes generaron más este tipo de conversaciones, principalmente el grupo entre 25 y 34 años (38 %), seguido de quienes tienen entre 18 y 24 años (32%). En la figura 6 puede verse la distribución completa por edades.

Los datos también indican una diferencia temática en función de la edad. Por ejemplo, de 18 a 34 años suelen emplear lenguaje discriminatorio o de odio en publicaciones relacionadas con la religión, el choque generacional y el género; mientras que las personas mayores de 45 años lo hacen sobre temas como orientación sexual, género y xenofobia. El tema de política, como disparador de mensajes de odio, aparece de forma homogénea entre los distintos grupos de edad.

El análisis de la variable geográfica indica que San José (75%), por amplia diferencia, es la provincia en la que más se emiten publicaciones con discurso de odio o lenguaje discriminatorio. En la figura 7 evidencia que este tipo de discursos es menos frecuente en otras provincias, especialmente fuera del GAM.

Durante este periodo los actores y grupos sociales más atacados fueron los partidos y figuras políticos. El 54 % de los ataques iban dirigidos contra Carlos Alvarado, seguido de Rodrigo Chaves (19%), José María Figueres (17 %) y otros (10 %). Los comentarios de odio

Figura 3.5. Distribución por género e intencionalidad.

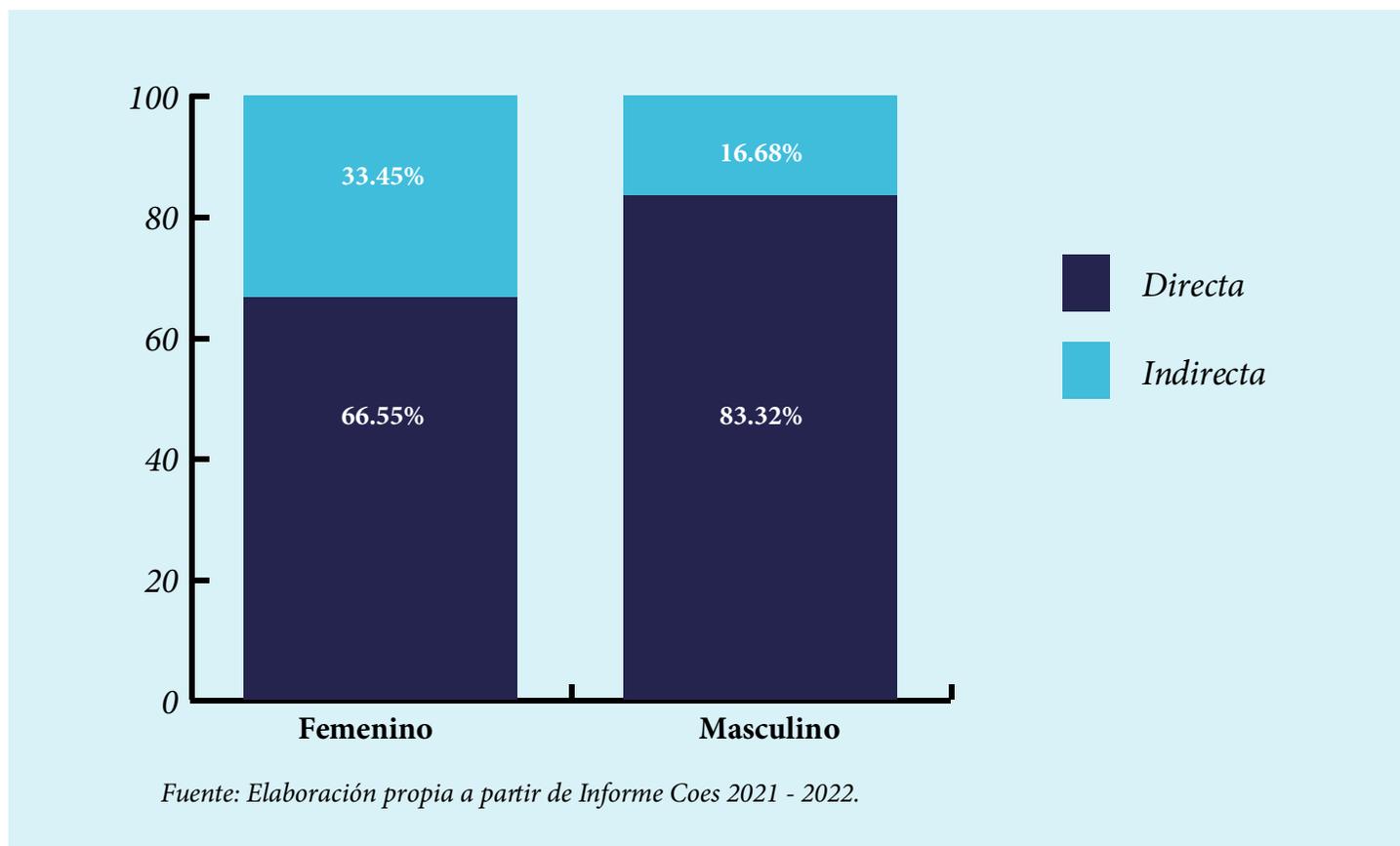
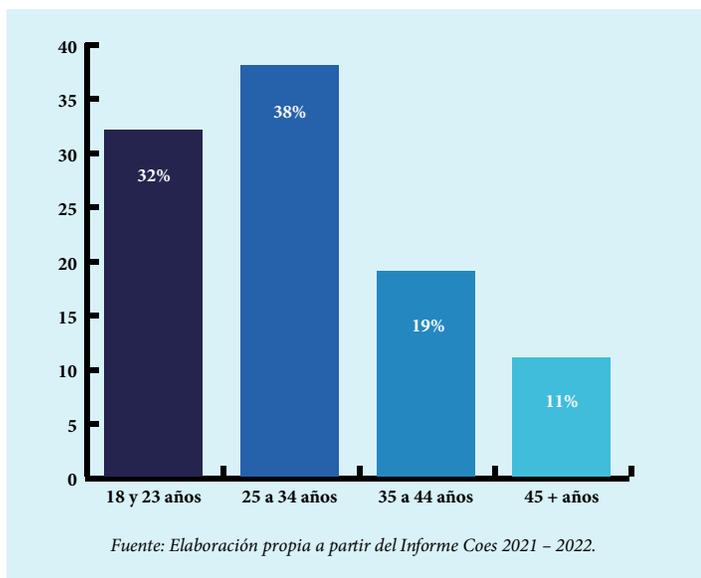


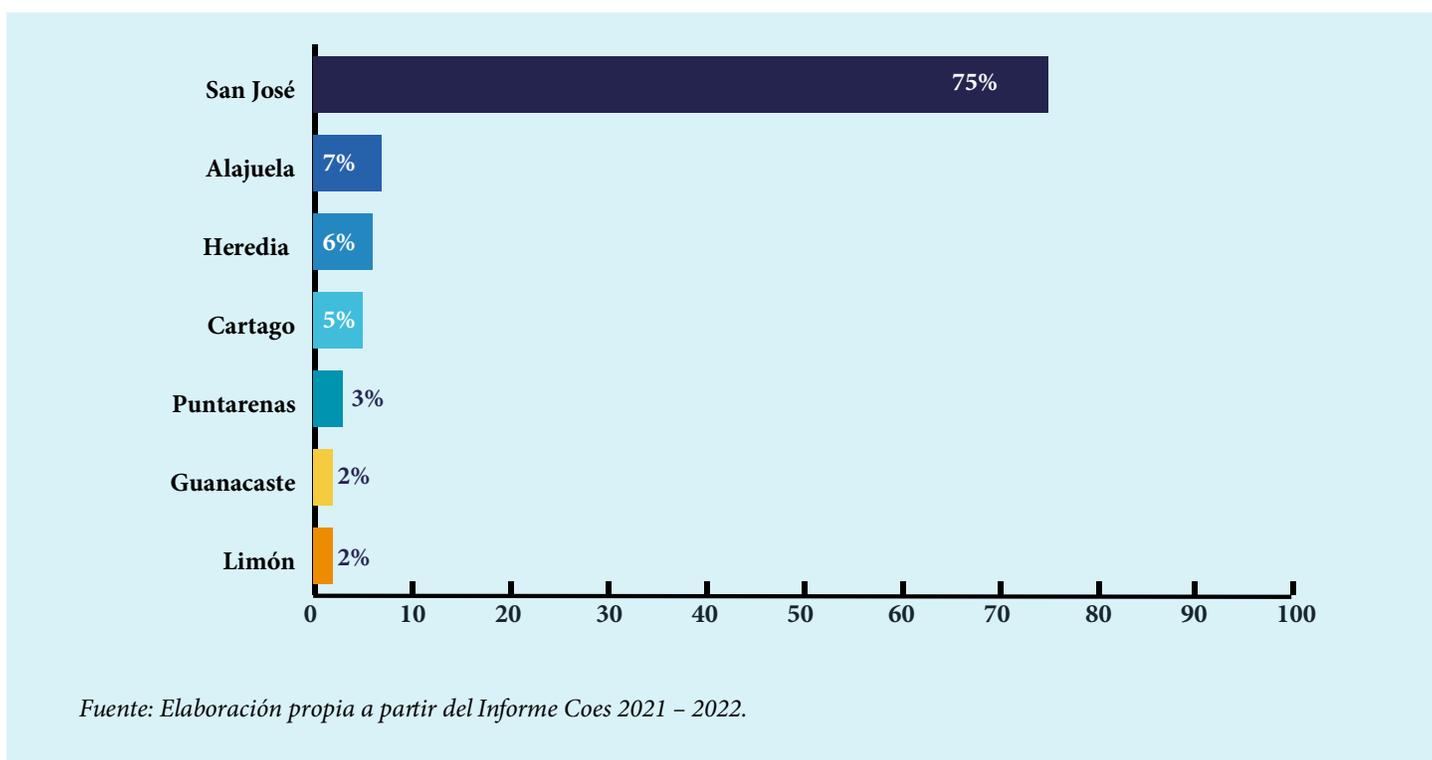
Figura 3.6. Distribución por edades de los mensajes con discurso de odio y discriminación.



aumentaron durante la recta final de la campaña, es decir, entre enero y abril del 2022, alcanzando su punto más alto en febrero, mes de la primera ronda electoral.

Según datos del informe de ese año, el tema de política se asocia con el de orientación sexual e identidad de género, el cual corresponde al 15.31 % de las conversaciones que transmiten discursos de odio. Los comentarios sobre el tema reflejan discurso de odio contra la administración Alvarado Quesada por considerar que esta prestó demasiada atención a los derechos humanos del colectivo LGTBQ+ dejando de lado la reactivación económica y otras necesidades más apremiantes del país. Del mismo modo, se generan comentarios discriminatorios contra las personas de ese colectivo en función de sus creencias y conducta atribuidas. Al igual que como sucede con los comentarios relacionados con la xenofobia, en los que las personas usuarias aclaran que no son racistas, en este caso también hay una tendencia a la autojustificación por parte de quienes emiten comentarios de tinte homofóbico.

Figura 3.7. Distribución por provincia de los mensajes con discurso de odio y discriminación.



En estas publicaciones el discurso de odio contra el colectivo LGTBIQ+ se justifica mediante el argumento de que no es un asunto de preferencia sexual sino de ideología y las costumbres que le atribuyen a las personas que integran ese colectivo.

En esa línea argumentativa, están los mensajes sobre el uso de discurso de odio y discriminación por género, que representaron un 13,29 % incrementándose así 5 % con respecto al informe del año anterior. Dentro de este tema los mensajes van principalmente dirigidos contra las mujeres, especialmente las feministas y/o activistas por la defensa de los derechos humanos a las que se les describe como “feminazis” o “radicales”; mientras que las mujeres que incursionan en la política suelen ser sexualizadas o atacadas por su físico.

La celebración de elecciones en Nicaragua en enero de 2022 también impulsó los mensajes xenófobos con un 11.97 % del total. Si se compara el porcentaje

con los datos del informe anterior, es posible detectar una disminución del 38 % en los mensajes xenófobos, pero la población nicaragüense continúa siendo la más afectada por este tipo de mensajes en los que se les culpa de abusar de los recursos sanitarios del país y del incremento en el crimen y la inseguridad.

3.7.3 Análisis del Informe “Discursos de Odio y Discriminación. Análisis de redes sociales” (julio 2022 – julio 2023)

Para julio de 2023 se recolectaron 1,405,668 mensajes con discursos de odio y discriminación en Costa Rica. Esto implica que los discursos de odio aumentaron un 50 % en comparación con el 2022 y se han triplicado desde el 2021, el primer año del estudio.

En contenido, la política y la realidad nacional, la xenofobia y el género siguen siendo los temas que más generan conversaciones y publicaciones con discurso de odio, tal y como se ve en la figura 3.8

Figura 3.8. Temas de los mensajes con discursos de odio y discriminación.

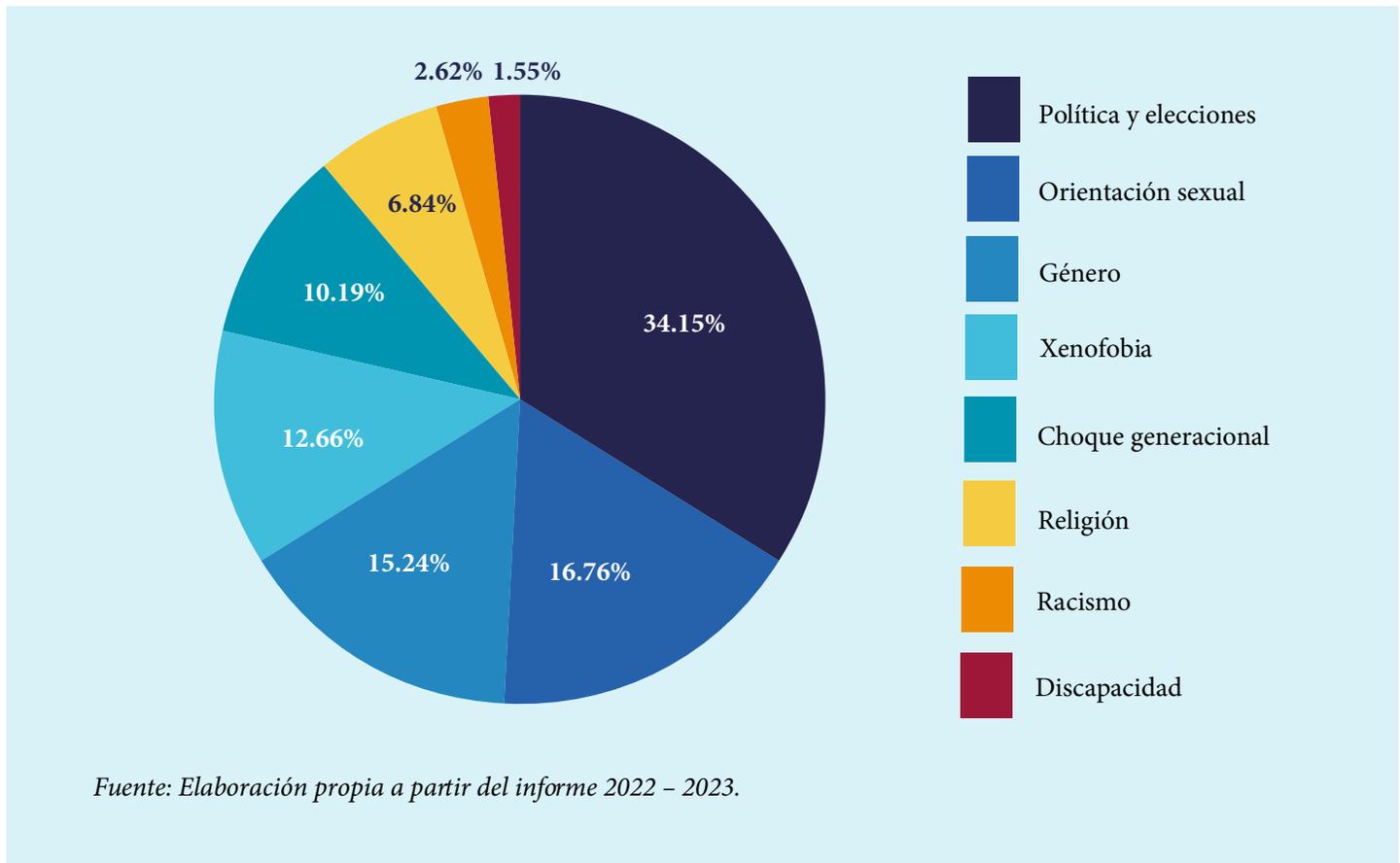
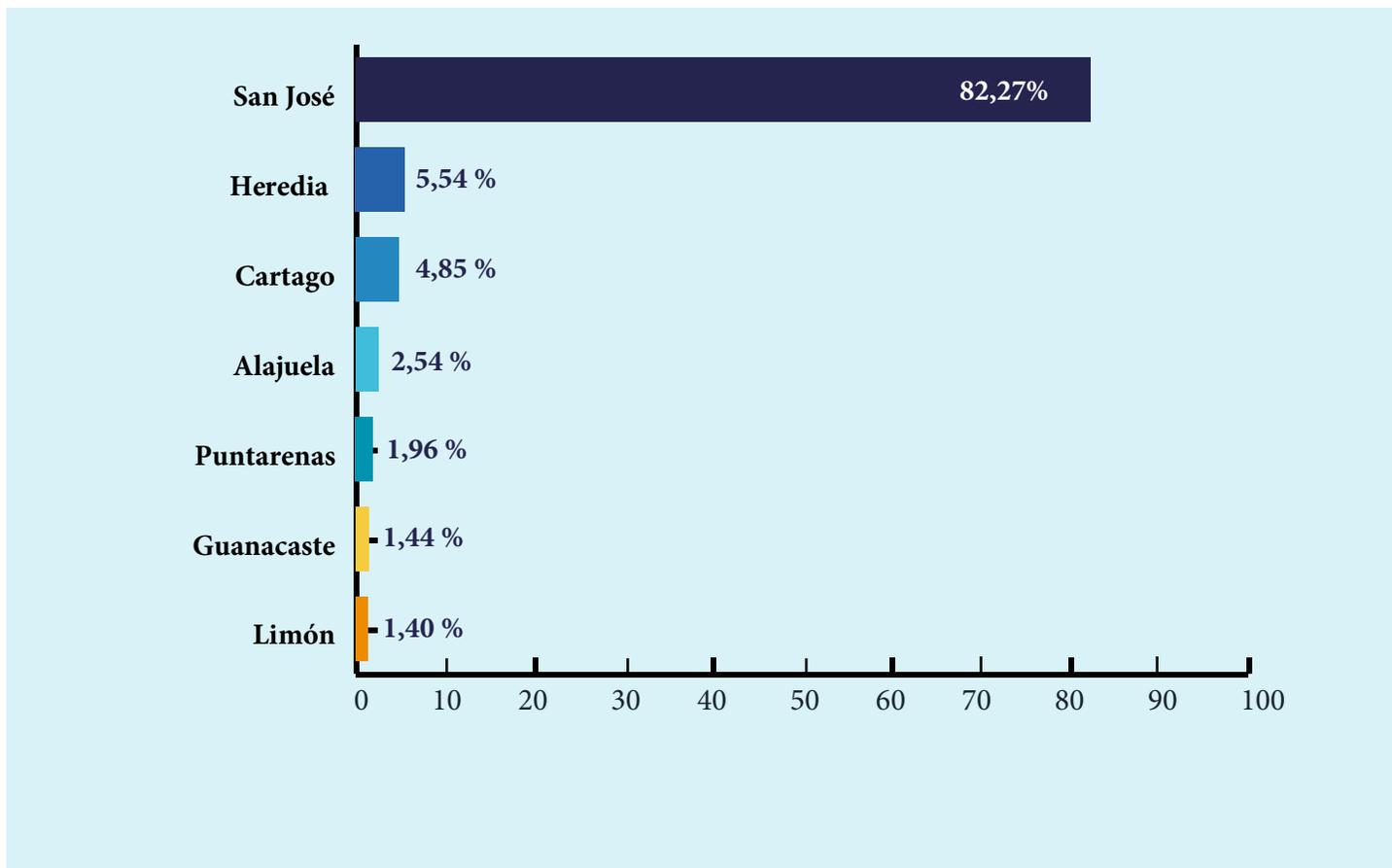


Figura 3.9. Volumen de conversaciones por provincia.



Los discursos de odio y discriminación crecieron un 50% con respecto al informe anterior. También aumentaron los autores únicos en un 65 % y la intencionalidad negativa directa en un 7%, siendo la misma del 77 % en el 2022 y del 84 % en el 2023.

El análisis por **género** indica que los hombres continúan siendo los principales emisores de discurso de odio: ellos generan el 61 % de las conversaciones mientras que las mujeres el 39 %. Sin embargo, la participación de las mujeres ha aumentado en un 5 % desde el primer informe del 2021.

A nivel geográfico, la provincia que presenta el mayor volumen de conversaciones continúa siendo San José con 82,27%, seguida de Heredia (5,54 %), Cartago (4,85 %), Alajuela (2,54 %), Puntarenas (1,96 %), Guanacaste (1,44 %) y Limón (1,40 %).

Al igual que el año anterior, los mensajes de odio relacionados con el tema de política y realidad nacional fueron dirigidos principalmente en contra de funcionarios políticos, este tipo de publicaciones representa el 57

% del total. Sin embargo, se detectó un aumento de los ataques dirigidos en contra de periodistas y medios de comunicación, con un 43 %. Este porcentaje representa un aumento del 231 % con respecto al años anterior.

En este periodo problemáticas como la corrupción, el manejo de la publicidad estatal, el periodismo (o en su defecto, “la prensa canalla”), y los ataques entre figuras políticas detonaron el discurso de odio en las redes sociales. Asimismo, otros temas más banales y de menor interés público también sirvieron como gatilladores para este tipo de expresiones. En la Tabla 1 se resumen los hitos o eventos sociales que dispararon conversaciones violentas en redes sociales.

En el marco de los mensajes sobre xenofobia, la población nicaragüense continúa recibiendo discurso de odio y persiste la idea de que son responsables de la inseguridad en el país. Aumentan también los mensajes contra las personas venezolanas, especialmente por su presencia en las calles. En este periodo de análisis también surgen reacciones xenofóbicas por la designación

Tabla 3.1 Hitos que detonaron conversaciones violentas en redes sociales (mayo 2022 – mayo 2023).

Fecha	Evento
8 de Mayo, 2022	Traspaso de poderes, administración Chaves - Robles
Junio 2022	El actor Johnny Depp gana juicio contra la actriz Amber Heard
Julio 2022	La administración Chaves Robles emite la orden de cerrar el Parque Viva, recinto para eventos masivos propiedad del Grupo Nación
16 de agosto 2022	Se presenta el informe de los 100 día de Gobierno, de Rodrigo Chaves
Octubre de 2022	Se aprueba el Proyecto de Ley que regula la Imagen de las mujeres en la publicidad
Noviembre 2022	Concierto de Bad Bunny
Diciembre 2022	La selección de Costa Rica pierde partidos en la Copa Mundial de Fútbol, Qatar 2022
Enero 2023	Denuncia de la existencia de una estructura de troles pro gobierno
	Lanzamiento de la canción «Shakira: BZRP Music Sessions, Vol. 53» («Pa' tipos como tú»).
Febrero 2023	Renuncia de la ministra de Salud, Jocelyn Chacón
Marzo 2023	Despido Justin Campos
9 de abril 2023	Desaparición de la niña Keibril García Amador
3 de mayo 2023	El gobierno de Rodrigo Chaves Robles rompe de forma unilateral el convenio con Coalición Costarricense de Iniciativas de Desarrollo (CINDE).

Fuente: Elaboración propia a partir del Informe 2022 – 2023.

de Nam Joon, cantante del grupo de K-pop BTS, como el hombre más guapo del mundo. En redes sociales se genera discurso de odio por esa designación y comentarios violentos con la apariencia física y estilo de Joon. Un hallazgo llamativo del análisis correspondiente al periodo 2022-2023 es que se incrementa el rechazo al señalamiento y estudio de los discursos de odio; las personas que emiten estos mensajes argumentan que se está censurando su libertad de expresión.

3.8. Discusión

Los resultados de los informes analizados (Coes 2021, 2022 y 2023) permiten dar respuesta a las tres preguntas que articulan este capítulo, a saber: (1) ¿qué caracteriza y cómo se expresan los discursos de odio en Costa Rica?, (2) ¿cuál ha sido la trayectoria semántica

de los discursos de odio entre los años 2021 y 2023? y (3) ¿cuáles aspectos contextuales se ven reflejados en los contenidos que transmiten esos discursos e interacciones violentas en redes sociales?

En primer término, los discursos de odio y de la discriminación en Costa Rica se caracterizan por su crecimiento constante y por no ser monolíticos. Su dimensión semántica evidencia que en términos de significados y contenidos reflejan un contexto histórico particular. Así, entre el periodo 2020 –2021 la pandemia, la inmigración y las medidas de contención sanitarias fueron los principales disparadores de mensajes violentos en redes sociales, mientras que entre el año 2022 y 2023, época electoral y primer año de la administración Chaves Robles, los temas de política y realidad nacional detonaron la violencia digital.

En segundo lugar, cabe señalar que esa trayectoria semántica pone en evidencia que los discursos de odio en Costa Rica funcionan como “memorias históricas” que, como se dijo con anterioridad, articulan temores, legitiman prejuicios y organizan una voluntad política.

En la Costa Rica actual, esa voluntad política refleja una dirección conservadora que busca imponer una visión homogénea del país que discrimina a los inmigrantes, al colectivo LGTBIQ+ o cualquier expresión de diversidad. Asimismo, la prevalencia de temas xenofóbicos y de género evidencian cómo los discursos de odio legitiman prejuicios de muy larga data, particularmente contra la población nicaragüense, y de más reciente erupción, como la animadversión contra el movimiento feminista y sus luchas por la igualdad.

En lo relativo a los aspectos coyunturales, hitos como la pandemia o las elecciones nacionales dejaron su huella semántica en los contenidos de los discursos de odio, pero también lo hicieron eventos más anodinos y propios de la cultura popular como el concierto de Bad Bunny o la canción de Shakira y Bizarrap. Como pudo verse en los resultados, ambos eventos dispararon discursos de odio expresados en choque generacional y misoginia. Por tanto, es posible señalar que los discursos de odio en Costa Rica se articulan a partir de temas transversales (como la xenofobia, la política, la misoginia, la lesbofobia, transfobia, etc.), pero también por eventos aleatorios que también detonan mensajes violentos en redes sociales.

Una razón que podría explicar lo anterior es que los discursos de odio nutren y retroalimentan la “guerra cultural” que se disputa el control sobre diversos aspectos de la vida social. La expresión de los discursos de odio sugiere que, en Costa Rica, esas batallas tienen que ver con un amplio rango de temas que van desde la ideología política hasta la música que “conviene” escuchar. Estas tendencias locales también guardan relación con el fenómeno global del neoconservadurismo y la reacción contra el *Welfare State* (Estado de Bienestar), la contracultura y la “nueva izquierda”, como señala de Almeida (2018, p.18)

En un sentido más amplio, los ataques que se transmiten en los discursos de odio contra colectivos vulnerables —como las mujeres y las personas del co-

lectivo LGTBIQ+— sugieren que en Costa Rica hay discrepancias violentas sobre qué consiste un derecho y quiénes tienen la potestad de disfrutarlo y ejercerlo. Los mensajes de odio y discriminación contra las mujeres o las personas activistas de derechos humanos así lo evidencian.

Si se asume que el discurso de odio es un fenómeno estructural, es posible indicar que los malestares y problemáticas sociales que atraviesa el país motivan la expresión y difusión de este tipo de mensajes en redes sociales. Y que su combate y erradicación implica, necesariamente, un cambio cultural más amplio que trasciende el espacio digital.

3.9. Conclusiones

Los discursos de odio y de la discriminación en Costa Rica no empiezan ni terminarán en las redes sociales. Su contenido y difusión reflejan dinámicas coyunturales y problemáticas sociales que encuentran una forma de expresión a través de las plataformas de la comunicación digital. Por tanto, la erradicación de los discursos de odio no pasa por la censura sino por desnaturalizar un sistema de dominación que normaliza la explotación, la dominación y la violencia simbólica. Asimismo, implica también pensar los efectos que el sistema económico tiene sobre las dinámicas de convivencia pues, como afirma Alemán (2022), la presencia del odio es un elemento constitutivo del neoliberalismo y de la frustración que surge tras experimentar una serie de necesidades que el mismo modelo impide satisfacer. En ese sentido, se plantea que el fenómeno de los discursos de odio obedece, entre otras cosas, a la “disfuncionalidad de la crisis del capitalismo” expresada en la incapacidad del sistema por mantener un nivel de producción que no devenga en conflicto y antagonismo social (de Almeida, 2022, p. 51).

En este contexto de crispación social y crisis económica, es necesario tener presente que el objetivo principal es lograr un equilibrio entre la protección del derecho a la libertad de expresión y frenar la violencia simbólica que se expresa a través de los discursos de odio y de la discriminación. Si bien la libertad de expresión es un derecho fundamental que protege la capacidad de las personas para expresar sus opiniones, incluso

aquellas que puedan parecer controvertidas, no es absoluta y acaba cuando se trata de expresiones que incitan a la violencia o a crímenes de odio. Por esas razones es necesario también tomar en cuenta quién emite el discurso de odio y hacia quiénes va dirigido; pues como se señaló con anterioridad, a mayor poder político del emisor, mayor posibilidad de que un discurso de odio se convierta en una agresión física real.

El otro gran desafío que impone el estudio de los discursos de odio radica en la aplicación justa de las restricciones pues si se aplican de forma selectiva o desproporcionada, existe el riesgo de silenciar voces legítimas que denuncian injusticias o problemáticas sociales.

Por otro lado, en materia de las futuras investigaciones sobre el tema, se podría explorar si en la actualidad hay un uso político de esos malestares por parte de las figuras que desempeñan cargos de elección popular en Costa Rica. Asimismo, conviene explorar si la retórica autoritaria que recientemente ha irrumpido en la esfera pública nacional fomenta los discursos de odio o, en su defecto, la banalización del término. Pues como ha sucedido con la noción de “violencia política” las mismas voces que difunden discurso de odio se escudan en que están ejerciendo su derecho a la libertad de expresión y que son objeto de violencia política por externar su posición.

Para concluir resaltamos que los discursos de odio constituyen un reflejo del estado de la democracia costarricense y del tono que domina el debate a nivel nacional, caracterizado por dinámicas de interacción en las que el diálogo ha sido sustituido por el insulto.

CAPÍTULO 4

Accesibilidad web: barrera pendiente de la libertad de expresión en Costa Rica

Fernando José Martínez de Lemos*

4.1 Introducción y justificación

La problemática de accesibilidad de contenidos de interés público es una limitación poco estudiada a nivel académico en Costa Rica. El desconocimiento o desinterés en dicha limitación impulsa el desarrollo de nuevas barreras y se constituye como un factor multiplicador de vulneraciones a los derechos de las personas con discapacidad. Por tanto, el presente capítulo profundiza en el estudio del cumplimiento de estándares internacionales, la legislación aplicable al país para su desarrollo, así como la vinculación que tiene esta problemática con la garantía del derecho a la libre expresión en Costa Rica.

Al comprender la libertad de expresión como el derecho de las personas a recibir información y de poder crear criterio propio, es posible determinar que la accesibilidad web, especialmente aquella de contenidos de interés público y de servicios públicos, se constituye como un pilar adicional para la garantía de este derecho. Asimismo, que al limitar la libertad de expresión los sitios web inaccesibles constituyen también una problemática para el ejercicio de la participación ciudadana en democracia.

Un informe realizado por el Observatorio de Tecnologías Accesibles e Inclusivas (OTAI) del Instituto Tecnológico de Costa Rica (TEC) develó que, de 150 sitios web analizados de instituciones públicas, únicamente dos portales cumplieron con la meta de los niveles de accesibilidad planteados como objetivo nacional (2018).

De esta forma, el presente capítulo aporta al IV Informe del Estado de Libertad de Expresión una aproximación transdisciplinaria desde la informática y la comunicación, para analizar la problemática, profundizar los estudios realizados previamente y establecer posibles soluciones desde la política pública, así como evidenciar las barreras construidas desde el sector público.

De esta manera, el capítulo consta de seis secciones: la primera realiza una aproximación teórica y conceptual de la discapacidad, la accesibilidad, la accesibilidad web y su vinculación con la libertad de expresión; la segunda analiza la normativa aplicable al caso de Costa Rica para el desarrollo de contenidos web; la tercera realiza una exploración de estudios previamente realizados en la materia y aproximaciones internacionales a la problemática; la cuarta consolida la aproximación metodológica por ejecutar en el presente estudio; la quinta analiza los resultados obtenidos desde una perspectiva general y desde un acercamiento más específico desde las instituciones públicas; la quinta establece recomendaciones de política pública para la garantía de la accesibilidad de los contenidos web en Costa Rica; y, finalmente, la sexta presenta conclusiones generales respecto al estudio realizado así como propone posibles aproximaciones futuras al objeto de investigación.

*Candidato a máster en Políticas Públicas y Sociales por la Universidad Pompeu Fabra. Licenciado en Informática y Tecnología Multimedia por la Universidad de Costa Rica, donde se especializó en diseño de experiencias y realizó su trabajo final de graduación sobre accesibilidad web en Costa Rica. Además, es bachiller en Informática y Tecnología Multimedia y bachiller en Ciencias de la Comunicación Colectiva con concentración en Comunicación Social, ambas por la Universidad de Costa Rica. Ha sido investigador en temas de libertad de expresión para Freedom House y la Fundación Heinrich Böll-Stiftung, así como en temas de tecnología para el Banco Interamericano de Desarrollo. Se desempeña como desarrollador web, productor multimedia y comunicador social, y cuenta con experiencia como asesor en comunicación política e institucional en la Asamblea Legislativa y la Presidencia de la República de Costa Rica, y consultor en comunicación para el Instituto Interamericano de Derechos Humanos.

4.2 Descripción del tema y problema de investigación

El presente capítulo explora la consolidación de la accesibilidad web en sitios web institucionales en Costa Rica con la finalidad de poder comprender la situación en la cual se encuentra el país en esta materia, los principales retos a los que se enfrenta y alternativas de política pública para mejorar la garantía de los derechos de las personas con discapacidad.

4.3 Objetivos

Objetivo General

- Diagnosticar las barreras de accesibilidad presentadas por sitios web institucionales y de los principales medios de comunicación de Costa Rica a través del uso de herramientas digitales especializadas para la evaluación del cumplimiento de los estándares AA de accesibilidad de la WCAG 2.1 para presentar propuestas y acciones que permitan enfrentar los problemas de accesibilidad en los sitios web de Costa Rica.

Objetivos Específicos:

- Consolidar un listado de las principales barreras de accesibilidad presentadas por parte de sitios web institucionales y de los principales medios de comunicación de Costa Rica.
- Definir los principales retos en materia de accesibilidad web a través de una categorización de las principales barreras identificadas.
- Proponer acciones y políticas públicas para enfrentar la problemática de accesibilidad parcial de los sitios web de Costa Rica.

4.4 Abordaje teórico - conceptual

De Da Silva Bermúdez et al. (2023) se puede definir que la discapacidad es el producto de las barreras del entorno en las deficiencias de las personas, es decir, es el efecto de las limitaciones provocadas por las características del entorno en las condiciones de las perso-

nas. En tal sentido, las personas con discapacidad, de acuerdo con la Encuesta Nacional de Discapacidad del año 2018, constituyen el 18.2% de la población mayor de edad en Costa Rica (Consejo Nacional de Personas con Discapacidad & Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2019).

A nivel internacional, el *World Wide Web Consortium* (W3C) organización dedicada a la estandarización de la red, define la accesibilidad web como aquellos contenidos que han sido ideados y producidos para que las personas con alguna discapacidad puedan hacer uso de ellos, tanto utilizándolos como contribuyendo a la red (W3C Web Accessibility Initiative, 2019) Con el fin de promover la accesibilidad web, el W3C estableció la Iniciativa para la Accesibilidad Web (W3C WAI, por sus siglas en inglés), la cual se dedica a trabajar lo relacionado con las discapacidades “auditivas, cognitivas, neurológicas, físicas, del habla, visuales” (W3C Web Accessibility Initiative, 2019). Dicha iniciativa consolidó el estándar de las Pautas de Contenidos Web Accesibles (WCAG), para guiar y crear lineamientos que permitan evaluar la accesibilidad de un sitio web.

W3C Web Accessibility Initiative (2019) señala el carácter multidimensional de la accesibilidad web, destacando algunos de los beneficios universales, tanto para personas con como personas sin discapacidad, que implican su garantía. Entre otros, W3C ejemplifica que beneficia a personas utilizando dispositivos con pantallas pequeñas, personas cuyas habilidades van cambiando a través de los años, y personas con baja, mala o costosa conectividad a Internet.

Profundizando sobre el estándar WCAG, Da Silva Bermúdez et al. (2023) y W3C (s/f-c) explican define sus pautas a partir de cuatro macroestructuras, primero los principios, que cada uno posee lineamientos, que a su vez incluyen en sí mismos los criterios de éxitos, y estos poseen tres niveles de conformidad (A, AA, y AAA) y técnicas para cumplirlos; requiriendo cada nivel del cumplimiento del anterior para su garantía y siendo AAA el más alto.

En tal sentido, Da Silva Bermúdez et al (2023) rescatan que los cuatro principios general del desarrollo de un sitio web son Perceptibilidad, Operatividad, Comprensibilidad y Robustez. W3C (s.f) y Da Silva Bermúdez et al. (2023) explican los principios de la si-

guiente manera:

- 1- Perceptibilidad, implica que los componentes gráficos y la información que se presenta en el sitio web pueda ser percibida por todas las personas al menos a través de uno de sus sentidos.
- 2- Operatividad, significa que todas las personas usuarias puedan utilizar y navegar plenamente por todos los componentes gráficos de un sitio web.
- 3- Comprensibilidad, se caracteriza porque todas las personas usuarias puedan comprender la información y el uso del sitio web.
- 4- Robustez, requiere que el sitio web pueda ser accesible en el tiempo pese al avance de las tecnologías.

Rodríguez Segura (2014) detalla que la accesibilidad está entrelazada con el diseño universal, el cual define, citando al Consejo Nacional de Rehabilitación y Educación Especial (Cnree; ahora conocido como Consejo Nacional de las Personas con Discapacidad, CONAPDIS) y el Colegio Federado de Ingenieros y de Arquitectos de Costa Rica (CFIA), como “productos, entornos, programas y servicios que puedan utilizar todas las personas, en la mayor medida posible, sin necesidad de adaptación ni diseño especializado” (2008, p.21). Del mismo modo, la cita profundiza aclarando que este diseño no excluye la asistencia técnica que requieran determinadas poblaciones. Pavón Mestras (2012) lo engloba en el concepto de diseño accesible, el cual define como “diseñar los productos para que sean utilizables por el mayor rango posible de usuarios, con sus capacidades y discapacidades”.

A nivel costarricense, la directriz número 051-MTSS-MICITT establece los lineamientos mínimos a cumplir en materia de accesibilidad para instituciones del sector público mediante su artículo 9 que apunta al cumplimiento de un nivel A y AA al cabo de tres y seis años de publicada la norma, respectivamente (Implementación de sitios Web accesibles en el sector público costarricense, 2019).

Institucionalmente, el Consejo Nacional de Personas con Discapacidad (CONAPDIS), como institu-

ción rectora del sector, es instruido a verificar el avance del cumplimiento de estos criterios (Ulate, 2019). La misma directriz instruye al CONAPDIS publicar informes anuales durante el periodo de aplicación de la misma (Implementación de sitios Web accesibles en el sector público costarricense, 2019).

Rodríguez Segura (2014) detalla que la accesibilidad está entrelazada con el diseño universal, el cual define, citando a Consejo Nacional de Rehabilitación y Educación Especial (Cnree; ahora conocido como Consejo Nacional de las Personas con Discapacidad, CONAPDIS) y el Colegio Federado de Ingenieros y de Arquitectos de Costa Rica (CFIA), como “productos, entornos, programas y servicios que puedan utilizar todas las personas, en la mayor medida posible, sin necesidad de adaptación ni diseño especializado” (2008, p.21). Del mismo modo, la cita profundiza aclarando que este diseño no excluye la asistencia técnica que requieran determinadas poblaciones. Pavón Mestras (2012) lo engloba en el concepto de diseño accesible, el cual define como “diseñar los productos para que sean utilizables por el mayor rango posible de usuarios, con sus capacidades y discapacidades”.

Rodríguez Segura (2014) señala que debido a que actualmente hay una tendencia a digitalizar procesos y documentación, los contenidos en los sitios web del sector público deben difundirse cumpliendo con lineamientos para la accesibilidad, así como criterios de diseño universal, entre otros.

Por su parte, de Pavón Mestras (2012) se puede extrapolar que para alcanzar el diseño accesible es necesario que los sitios web puedan ser utilizados por la mayoría de personas sin ser modificados, adaptándolos a las deficiencias de las personas o realizando interfaces compatibles con tecnologías asistivas. El autor define las tecnologías asistivas como “dispositivos de interacción que permiten prevenir, compensar, suavizar o neutralizar diferentes discapacidades” (p.9).

A nivel técnico, es importante definir el término Hyperlink Text Markup Language (HTML). Esto hace referencia al tipo de documento de texto estándar para el desarrollo de páginas web estáticas que estructura sus elementos mediante la declaración de etiquetas (Ragget, 2005; Astari, 2023; W3Schools, s/f-b), y en el que cada tipo de contenido posee un tipo de etiqueta particular.

Existen componentes básicos de un elemento HTML: 1) una etiqueta que abre la declaración del elemento, 2) una etiqueta de cierre para finalizar la declaración del elemento, 3) el contenido del elemento que va en medio de ambas etiquetas, y 4) atributos que se le añaden a los elementos, que se ubican en la etiqueta de apertura (Astari, 2023; W3Schools, s/f-a).

Para el desarrollo de una página web en la actualidad el HTML es acompañado por otros tipos de documentos como Cascading Style Sheet (CSS), para el desarrollo visual, o Javascript, para funcionalidades dinámicas, entre otros (Astari, 2023).

4.5. Aproximación desde la política pública

A nivel de fundamentación de la política pública, el objetivo 10.2 de la Agenda de Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) 2030, establece, entre otras, la inclusión social, política y económica de las personas con discapacidad (Organización de las Naciones Unidas, s/f). Al mismo tiempo, el Banco Mundial reconoce, entre otros, “la falta de disponibilidad de dispositivos y tecnologías de apoyo, los medios de comunicación no adaptados, las deficiencias en la prestación de servicios” como algunos de los principales obstáculos para la inclusión social y económica de las personas con discapacidad (2023).

Por otra parte, el artículo 19 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos, el artículo 4 de la Declaración Americana Derechos y Deberes del Hombre (Boza, 2023) reconocen el derecho a la libre opinión y expresión garantizando la capacidad de emitir y recibir información. La Constitución Política de Costa Rica ratifica este derecho en sus artículos, 28, 29 y 30, que protegen la libertad de opinión, el derecho a expresar libremente sus ideas sin censura previa, y la libertad de acceder a los departamentos administrativos con propósito de acceder a información sobre asuntos públicos (Boza, 2023).

La ley de Igualdad de Oportunidades para las Personas con Discapacidad, ley 7600, indica en su artículo 7 que las instituciones públicas y las privadas “que brindan servicios a personas con discapacidad y a sus familias deberán proporcionar información veraz, com-

preensible y accesible en referencia a la discapacidad y los servicios que presten” (Ley de Igualdad de Oportunidades para las Personas con Discapacidad, 1996), además en su artículo 50 le establecen a estas mismas entidades la obligación de “garantizar que la información dirigida al público sea accesible a todas las personas, según sus necesidades particulares” (Ley de Igualdad de Oportunidades para las Personas con Discapacidad, 1996).

Adicionalmente, mediante la ley número 9171 en Costa Rica se crearon las Comisiones Institucionales sobre Accesibilidad y Discapacidad (CIAD); estos son organismos, en los ministerios y órganos desconcentrados, creados para constituirse como brazos operativos para la promoción de la accesibilidad y la transversalización de las políticas de discapacidad en cada una de estas instituciones (Creación de las Comisiones Institucionales sobre Accesibilidad y Discapacidad (CIAD), 2013).

A nivel de políticas públicas, la siguiente tabla muestra las menciones realizadas respecto a la accesibilidad web en los planes nacionales de Desarrollo de las Telecomunicaciones, 2022-2027, 2015-2021, y 2009-2014:

Tabla 4.1 Análisis de menciones de accesibilidad digital en planes nacionales de telecomunicaciones [menciones].

Plan	Menciones	Meta	Plazo	Presupuesto
2022-2027	Acción: “Desarrollo de sistemas de IA comprensibles y accesibles al alcance de todas las personas: que permitan promover una mayor participación y, al mismo tiempo, garantizar que las brechas sociales que existen en el ‘mundo analógico’ no se trasladen al ‘mundo digital’” (MICITT, 2021, p. 31)	Cerrar la brecha de competencias en IA para obtener beneficios sociales a partir de ello.	No especifica	No especifica
2015-2021	Objetivo de programa: “Promover la aplicación de criterios de accesibilidad y diseño universal que permitan a las personas con discapacidad el uso de la plataforma tecnológica y el acceso a la información y la comunicación en las instituciones del Gobierno Central” (MICITT, 2015, p.111)	“100% de la estrategia para la aplicación de criterios de accesibilidad y diseño universal en las tecnologías de la información y la comunicación implementadas en las instituciones del Gobierno Central al 2021” (MICITT, 2015, p.111)	100% de implementación para 2021	100 millones de colones provenientes de CONAPDIS
2009-2014	Línea de acción: “Asegurar la incorporación de tecnologías con criterios de accesibilidad que permitan su uso para las personas con discapacidad” (MINAET, 2009, p.67)	Reducir brecha digital, fomentar la integración social e introducir nuevos servicios y tecnologías.	No especifica	No especifica

Fuente: Elaboración propia a partir del Ministerio de Ambiente, Energía y Telecomunicaciones (MINAET), 2009; Ministerio de Ciencia, Tecnología y Telecomunicaciones (MICITT), 2015; Ministerio de Innovación Ciencia, Tecnología y Telecomunicaciones (MICITT), 2021.

Destaca específicamente la mención del Plan Nacional de Desarrollo de las Telecomunicaciones 2015-2021: “Costa Rica una sociedad conectada”, que se planteó objetivo de consolidar una política pública para promover la accesibilidad de las tecnologías de la información y las comunicaciones para personas con discapacidad, entre estas “impulso e incentivo de la adopción de los estándares de la W3C en las páginas Web del Estado.” (Micitt, 2015, pp. 59-60).

De ahí surge la directriz número 051-MTSS-MICITT, que establece los lineamientos mínimos a cumplir en materia de accesibilidad para instituciones del sector público mediante su artículo 9 que apunta al cumplimiento de un nivel A y AA al cabo de tres y seis años de publicada la norma, respectivamente (Implementación de sitios Web accesibles en el sector público

costarricense, 2019).

Institucionalmente, el Consejo Nacional de Personas con Discapacidad (CONAPDIS), como institución rectora del sector, es instruido a verificar el avance del cumplimiento de estos criterios (Ulate, 2019). La misma directriz instruye al CONAPDIS publicar informes anuales durante el periodo de aplicación de la misma (Implementación de sitios Web accesibles en el sector público costarricense, 2019).

De esta forma, la consolidación de servicios públicos en la red accesibles se consolida en un objetivo institucional compartido a través de administraciones y, pese a que el objetivo se haya reenfocado en política vigente, se reconoce el reto público de consolidar tecnologías que puedan ser aprovechadas de manera universal por parte de todas las poblaciones.

4.6. Accesibilidad web y acceso a la información como pilar de la libertad de expresión

Freedom House (2023) y Boza (2024) destacan que en Costa Rica no existe legislación de acceso a la información pública, y que, por el contrario, las garantías para ejercer de manera efectiva este derecho están sustentadas jurisprudencialmente y a través de políticas públicas, principalmente aquellas relacionadas con gobierno abierto.

El derecho a la información pública se constituye como una piedra fundamental del derecho a la libre expresión. Así lo reconoce la Convención Americana de Derechos Humanos cuando establece que el derecho a la libertad de expresión “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” (1969).

De esta forma, Boza (2024) califica este como un derecho esencial de las sociedades contemporáneas debido a que “garantiza el control democrático de quienes gobiernan, la rendición de cuentas y la transparencia de las administraciones públicas, la participación ciudadana en la cosa pública y el ejercicio amplio de los derechos comunicativos”.

La accesibilidad web, a su vez, se constituye como una parte fundamental del derecho de acceso a la información pública, en tanto su garantía implica atender los obstáculos establecidos por los servicios públicos brindados mediante sitios web para que una mayor cantidad de población pueda aprovecharlos con el fin de poder ejercer plenamente sus derechos a recibir información y, por ende, expresarse libremente. Esto va en línea con la Ley General de la Administración Pública que define las acciones de las entidades públicas como aquellas que deben sujetarse a los principios del servicio público “para asegurar su continuidad, su eficiencia, su adaptación a todo cambio en el régimen legal o en la necesidad social que satisfacen y la igualdad en el trato de los destinatarios, usuarios o beneficiarios” (art. 4).

4.5 Metodología

El presente capítulo se constituye como una investigación descriptiva, para la cual se utilizó un método mixto combinando evaluación automatizada cuantitativa y cualitativa, y una revisión documental.

En detalle, se realizó una evaluación de la accesibilidad de 25 sitios web de instituciones del Estado costarricense, tanto del Poder Ejecutivo, Poder Legislativo, Poder Judicial, Tribunal Supremo de Elecciones e instituciones autónomas, así como de cinco medios de comunicación de Costa Rica y dos entidades bancarias. Esta evaluación se hizo de acuerdo con el estándar internacional WCAG 2.1 en su nivel AA, con el fin de evaluar las barreras que presentan para la garantía del derecho al acceso a la información y la libertad de expresión.

Los medios de comunicación analizados fueron seleccionados a partir de los índices de confianza presentados en la I Encuesta Nacional sobre Libertad de Expresión y Confianza en Medios de Comunicación (Boza Solano et al., 2023).

Se realizó una evaluación automatizada con una profundidad de tres páginas por cada una de las organizaciones utilizando herramientas para la evaluación de la accesibilidad, como son Wave, Taw, HeadingsMap y Accesible Web, además se realizó una evaluación manual utilizando tanto Image Alt-Viewer como navegación con teclado mediante tabulación.

Wave fue creada por Utah State University para realizar un análisis automatizado y apoyar la evaluación manual del cumplimiento de la WCAG (Utah State University, s/f). TAW, similarmente, se constituye como herramienta especializada en habla hispana creada para la revisión automática de cumplimiento de lineamientos WCAG (Fundación CTIC, s/f). Headings Map, por su parte, se constituye en una herramienta para la detección automatizada de jerarquías de contenidos mediante encabezados (Rumoroso, s/f). Por su parte, Accesible Web (s/f) es una herramienta de auditoría web especializada en WCAG, entre otros estándares. Por su parte, Image Alt-Viewer se constituye como una herramienta para identificar los textos alternativos de las imágenes.

A esto se sumó un proceso de descripción de contenidos a partir de observación y uso de cada página.

En específico, se realizó una revisión de la página de Inicio de cada uno de los sitios web, así como también se evaluaron las páginas de Noticias o Contacto. En cuanto a la página de Inicio de los sitios web, esta fue seleccionada debido a ser la cara principal del sitio web, y de tal forma, representa los contenidos priorizados por parte de las organizaciones. Con respecto a la página de Noticias, esta fue seleccionada debido a ser el principal portal de contenido de actualidad. En caso de no existir una de estas páginas, se procedió a buscar similares como blog, contenidos para prensa o contenidos de actualidad. Finalmente, se seleccionaron las

páginas de Contacto debido a ser los principales referentes en cuanto a información para entrar en comunicación directa con la institución u organización.

En caso de no existir alguna de estas páginas, se procedió a seleccionar una página de contenido dinámico y una página de contenido estático. En cuanto a medios de comunicación, se priorizó la selección de páginas específicas de noticias y páginas de contacto, o, en su ausencia, una noticia y una sección de noticias.

En la tabla 4.2 se muestran las páginas seleccionadas para el desarrollo del presente análisis:

Tabla 4.2 Cuadro de instituciones y organizaciones analizadas.

Organización	Página 1	Página 2	Página 3
Presidencia de la República	Inicio	Noticias	Contacto (Whatsapp del Presidente)
Ministerio de Trabajo y Seguridad Social	Inicio	Prensa	Contáctenos
Instituto Mixto de Ayuda Social	Inicio	Comunicados	Oficinas Centrales
Caja Costarricense de Seguro Social	Inicio	Blog de noticias	Directorio Telefónico
Registro Nacional	Inicio	Noticias	Sedes y contactos
Red de Cuido	Inicio	Guías, Artículos...	Contacto
Instituto Nacional de Vivienda y Urbanismo	Inicio	Principales noticias	Contáctenos
Dirección General de Migración y Extranjería	Inicio	Comunicación	Información sobre Oficinas, Horarios y Formas de Contacto
Consejo de Seguridad Vial	Inicio	Noticias	Contáctenos
Pura Vida Digital	Inicio	Sección de trámites	Trámite en específico
Soporte Firma Digital	Inicio	Noticias	Contáctenos
Procuraduría General de la República	Inicio	Publicaciones	Contacto
Banco Nacional de Costa Rica	Inicio	Blog	Dónde estamos
Banco de Costa Rica	Inicio	Blog BCR	Soporte y ayuda
Asamblea Legislativa	Inicio	Noticias	Instalaciones y horarios
Contraloría General de la República	Inicio	Noticias CGR	Contáctenos
Defensoría de los Habitantes de la República	Inicio	Comunicados de prensa	Contáctenos
Tribunal Supremo de Elecciones	Inicio	Comunicados de prensa y notas TSE	Contáctenos
Poder Judicial	Inicio	Sala de prensa	Contáctenos
Ministerio Público	Inicio	Noticias judiciales	Directorio de oficinas

Organización	Página 1	Página 2	Página 3
Teletica	Inicio	Noticia en específico	Sección de Sucesos
Repretel	Inicio	Noticia en específico	Contáctenos
Telediario (Multimedios)	Inicio	Noticia en específico	Contáctenos
CRHoy	Inicio	Noticia en específico	Contáctenos
Columbia	Inicio	Noticia en específico	Contáctenos

Fuente: Elaboración propia a partir del base de datos.

Sumado a lo anterior, se realizó un análisis comparado del marco normativo actual de Costa Rica, Estados Unidos, la Unión Europea y Canadá, y se propusieron mejoras a las normas establecidas, iniciativas de políticas públicas para enfrentar dicha problemática y acciones a tomar en cuenta por parte de las personas tomadoras de decisión y de las organizaciones analizadas para enfrentar las problemáticas de accesibilidad.

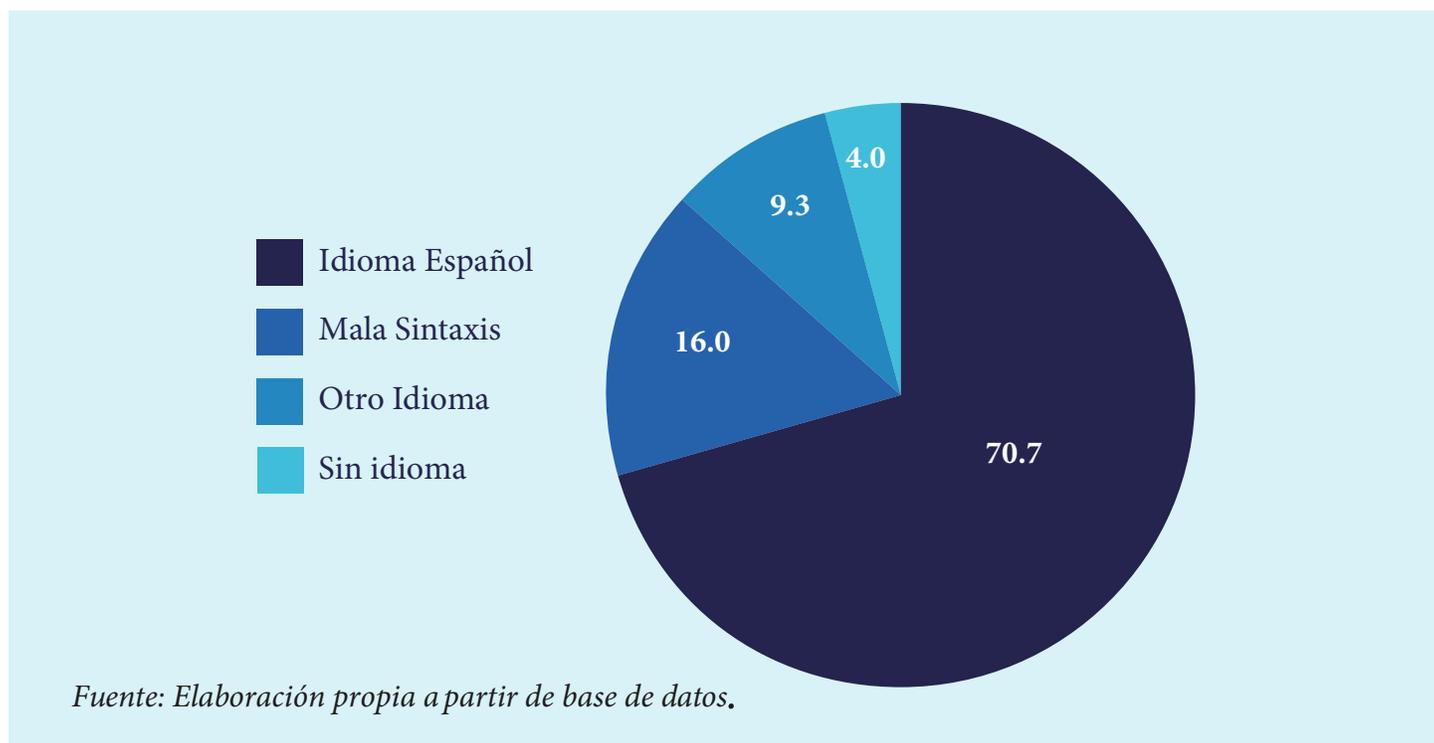
4.8 Resultados

4.8.1 Evaluación

4.8.1.1. Resultados generales

En el proceso de evaluación se logró identificar que 22 de las 75 páginas analizadas no cumplen con criterios de realizar una identificación adecuada del idioma en que están desarrolladas. En tal sentido, en la figura 4.1 se visibiliza que 12 de estas páginas no lo realizan debido a una mala sintaxis técnica, en la cual se indica incorrectamente el idioma de la página, asimismo 7 páginas declaran inglés como su idioma y 3 no indican idioma del todo.

Figura 4.1 Idiomas declarados en las páginas, según herramienta Wave [% de menciones, n=75].



En general, tras realizar el análisis mediante el uso de Wave, se lograron identificar 1189 errores, 1278 errores de contraste y 7467 alertas. Los errores de contraste son aquellos donde las herramientas, tras realizar un análisis logran determinar que el contraste visual entre dos elementos podría no ser suficiente para facilitar la interacción de personas con discapacidad. Por su parte, las alertas se constituyen como elementos que deben ser revisados para verificar que no sean errores. Es decir, en promedio se registran alrededor de 15.59

errores, 17.23 errores de contraste y 99.56 alertas por página. Es importante destacar que de las 75 páginas analizadas, solamente 9 mostraron errores. A nivel de tasa de incidencia promedio de errores, se destaca que entre las páginas que presentaron errores, el promedio de incidencia son 18.02 errores por página. La relevancia de estos datos es que permiten comprender posibles obstáculos en el proceso de interacción de las personas con discapacidad. En la tabla 4.3 se visualiza con detalle la incidencia de errores:

Tabla 4.3 Incidencia de errores, según herramienta Wave [# de menciones, n=75].

	Total de errores	Promedio	Tasa de errores	Promedio de incidencia de errores
Texto alternativo faltante	494	6.59	27	18.30
Enlace vacío	204	2.72	50	4.08
Imagen enlazada con texto alternativo faltante	163	2.17	29	5.62
Etiqueta de formulario faltante	117	1.56	39	3.00
Encabezado vacío	70	0.93	15	4.67
Botón vacío	41	0.55	15	2.73
Idioma faltante o vacío	37	0.49	4	9.25
Menú ARIA roto	29	0.39	4	7.25
Etiqueta de formulario vacía	14	0.19	8	1.75
Referencia ARIA rota	7	0.09	6	1.17
Imagen espaciadora con texto alternativo faltante	6	0.08	3	2.00
Múltiples etiquetas de formulario	4	0.05	4	1.00
Enlace para saltar a contenido roto	3	0.04	3	1.00
Enlace ARIA roto	3	0.04	3	1.00
Texto animado que se desplaza lateralmente	1	0.01	1	1.00
Encabezado de tabla vacío	1	0.01	1	1.00
Total de errores	1189	15.85	66	18.02

Fuente: Elaboración propia a partir del base de datos.

En tal sentido, se visibilizan cuatro tipos de errores que superan las 100 menciones: estas son las de textos alternativos faltantes, enlaces vacíos, imágenes enlazadas con texto alternativo faltante y etiqueta de formulario faltante. Asimismo, se puede identificar que estos cuatro tipos de errores concentran una incidencia superior a 25 ocasiones. Es decir, más de 25 de las páginas analizadas presentan estos tipos de errores.

Con respecto a los seis tipos de errores que presentan una mayor tasa de incidencia es importante explicar que:

1. Texto alternativo faltante e Imagen enlazada con texto alternativo faltante. Es necesario detallar y valorar individualmente aquellos relacionados con textos alternativos, dado que podrían haber falsos positivos. El texto alternativo es aquel que sustituye a una imagen para apoyar la navegación de personas con discapacidad visual, principalmente enfocado en facilitar la navegación a través de lectores de pantalla (Typeform, s/f). De acuerdo con W3C Web Accessibility Initiative (2024) una imagen en la mayoría de los casos no requiere texto alternativo si cumple con las siguientes cinco condiciones: 1) no contiene texto o este es meramente decorativo o redundante, 2) no se usa como imagen o botón, o estos podrían ser fáciles de comprender como tales sin la imagen, 3) la imagen no contribuye significativamente al mensaje que se busca transmitir o, pese a hacerlo, es redundante con texto no alternativo del mismo contenido.

2- Enlace vacío. Equalize Digital (s/f-b) destaca que los errores por enlaces vacíos están comúnmente relacionados con enlaces con tipografías o elementos creados mediante vectores o a través de archivos externos de hojas de estilo (CSS, por sus siglas en inglés), o también por enlaces creados sin contenidos.

3-Etiqueta de formulario faltante. Se refiere a errores en los cuales los formularios no están bien creados, de forma que puede propiciar errores a la hora de llenar los mismos por parte de personas usuarias que utilizan tecnologías asistivas (Equalize Digital, s/f-c), como podrían

ser personas usuarias de lectores de pantalla.

4-Encabezado vacío. Este error implica la existencia de un encabezado en la estructura del sitio web que no posee contenido (The Regents of University of Colorado, s/f; Deque University, s/f).

5-Botón vacío. En el mismo sentido, un error de botón vacío hace referencia a un botón que no está configurado correctamente (Equalize Digital, s/f-a).

Al hacer un análisis de alertas, se puede identificar que todas las páginas presentaron al menos una. Entre las más recurrentes destacan el uso de enlaces redundantes, presente en 57 páginas, el uso de texto de títulos redundantes, en 46 páginas, y texto muy pequeño, en 43 páginas. En la tabla 4.4 se visualiza la incidencia de alertas:

Tabla 4.4 Incidencia de alertas, según herramienta Wave [# de menciones, n=75].

	Total de alertas	Promedio	Tasa de alertas	Promedio de incidencia de alertas
Texto justificado	2772	36.96	24	115.50
Texto muy pequeño	1234	16.45	43	28.70
Texto de título redundante	908	12.11	46	19.74
Enlace redundante	789	10.52	57	13.84
Diseño de tabla	206	2.75	24	8.58
Enlace a documento PDF	154	2.05	23	6.70
Texto subrayado	150	2.00	14	10.71
Nivel de encabezado omitido	129	1.72	25	5.16
Elemento Noscript	117	1.56	36	3.25
Posible encabezado	116	1.55	12	9.67
Texto alternativo redundante	116	1.55	15	7.73
Texto alternativo sospechoso	106	1.41	11	9.64
Controlador de eventos dependiente del dispositivo	94	1.25	21	4.48
Accesskey	90	1.20	17	5.29
Una imagen cercana tiene el mismo texto alternativo.	80	1.07	22	3.64
Video o audio HTML5	71	0.95	9	7.89
Etiqueta de formulario huérfano	68	0.91	12	5.67
Enlace a documento de Word	25	0.33	2	12.50
Texto alternativo largo	22	0.29	10	2.20
Enlace roto a la misma página	21	0.28	9	2.33
Etiquetar Seleccionar faltante	19	0.25	15	1.27
Control de formulario sin etiqueta con título	18	0.24	12	1.50
Tabindex	14	0.19	8	1.75
Nivel de encabezado faltante	11	0.15	11	1.00
Posible lista	9	0.12	3	3.00
Sin estructura de encabezado	9	0.12	9	1.00
Imagen con título	8	0.11	4	2.00
Salto de menú JavaScript	7	0.09	5	1.40
Video Youtube	7	0.09	5	1.40
Falta el encabezado de primer nivel	5	0.07	5	1.00
Conjunto de campos faltante	4	0.05	4	1.00
Texto de enlace sospechoso	4	0.05	3	1.33
Enlace a hoja de Excel	4	0.05	3	1.33
Encabezado omitido	3	0.04	3	1.00
Falta leyenda en el conjunto de campos	1	0.01	1	1.00
Descripción larga	1	0.01	1	1.00
Audio/Video	1	0.01	1	1.00
Total Alertas	7467	99.56	75	99.56

Fuente: Elaboración propia a partir del base de datos.

Al hacer un análisis de encabezados de cada una de las páginas, es importante destacar que 30 de las páginas analizadas no poseen un encabezado de primer nivel, dentro de las cuales 8 no poseen encabezados del todo. Es decir, un 40% de las páginas analizadas no poseen encabezados de primer nivel.

De las páginas analizadas, 13 poseen más de un encabezado de primer nivel, 5 poseen más de dos encabezados de primer nivel y 6 poseen más de tres encabezados de primer nivel.

Los encabezados son relevantes debido a que permiten identificar la relevancia de los contenidos y delimitar secciones en cada una de las páginas (W3C Web Accessibility Initiative, 2017). La correcta definición de encabezados permite que las personas puedan navegar a través de un sitio web mediante tecnologías asistivas, como lectores de pantalla, dado que los enca-

bezados permiten estructurar la jerarquía de los contenidos en una página web (Michigan Technological University, s/f; UC Regents, s/f).

Por tanto, la incorrecta definición de encabezados puede propiciar una barrera adicional para personas usuarias de este tipo de tecnologías asistivas en el proceso de acceder a servicios públicos básicos como páginas de contacto o páginas para conocer la actualidad de una institución pública.

Al realizar un análisis con el uso de TawDis, solamente 2 páginas no presentaron errores. Por otra parte, es pertinente destacar que hubo 17 páginas que no fue posible analizar mediante el uso de esta herramienta. Además, se logró determinar que hubo 9 criterios específicos en los cuales se concentraron los errores identificados. La tabla 4.5 muestra los criterios, su ex-

Tabla 4.5 Criterios incumplidos de niveles A y AA, según herramienta TawDis [menciones, n=58].

Criterio	Nivel	Descripción del criterio	Cantidad de páginas con error
1.3.1 - Info and Relationships	A	Se cumple cuando la estructura, la relación y los contenidos de un sitio web pueden ser determinados automáticamente.	49
1.1.1 - Non-text Content	A	Explica que todo aquel contenido que no sea textual debe tener alternativa textual para ser comprendido. Establece excepciones para contenidos CAPTCHA, pruebas, experiencias sensoriales, contenidos decorativos, entre otros.	43
2.4.4 - Link Purpose (In Context)	A	Cada enlace tiene la capacidad de dejar claro su objetivo, automáticamente o por sí solo.	42
4.1.2 - Name, Role, Value	A	Los elementos de la interfaz pensados para interacción (como formularios, enlaces, entre otros) presentan la posibilidad que las personas puedan utilizarlos y comprender su nombre y rol programáticamente, como por ejemplo con tecnologías asistivas.	36
3.3.2 - Labels or Instructions	A	Las personas usuarias reciben etiquetas e instrucciones en aquellos elementos en los cuales deben ingresar información, como por ejemplo formularios.	32
3.2.2 - On Input	A	Los cambios que hayan en el sitio web a partir de algún cambio en un contenido de ingreso de información o interacción son comunicados efectivamente a la persona usuaria.	18
3.1.1 - Language of Page	A	El idioma de la página web se puede determinar programáticamente	11
3.2.3 - Consistent Navigation	AA	Se proveen elementos consistentes para la navegación a nivel del sitio web.	2
2.2.2 - Pause, Stop, Hide	A	Para contenidos que están en movimiento, parpadeo o que se actualizan automáticamente se le presentan a las personas usuarias, en la medida en que esto no sea esencial, la capacidad de pausar, detener u ocultar el contenido o, en el caso de contenidos que se actualizan automáticamente, se puede ajustar la frecuencia.	1

Fuente: Elaboración propia a partir de base de datos, W3C, s/f-a, s/f-b, s/f-d, s/f-e, s/f-f, s/f-g, s/f-h, s/f-i, s/f-j, s/f-h.

plicación y la incidencia con la cual aparecieron.

4.8.1.2. Resultados de evaluaciones

Tras haber realizado un análisis general de las condiciones de accesibilidad de las organizaciones seleccionadas se procede a realizar un análisis de cada una de las organizaciones en específico, para lo cual se realizará una caracterización general de los resultados de las páginas del sitio web y, posteriormente, se presentarán los resultados específicos de cada organización:

Asamblea Legislativa

A nivel del sitio web de la Asamblea Legislativa los resultados generales son positivos en cuanto a la evaluación automatizada, pero no se pudo realizar plenamente. También es importante destacar que se identifican muchos elementos de imágenes que podrían ser encabezados, pero que no se manejan como tales. Al hacer una evaluación del texto alternativo es posible identificar que su uso sí es extendido.

Por otra parte, se identifica una estructura de encabezados poco representativa y con enlaces que no

dejan claro el propósito de cada una de las páginas; por tanto, se puede considerar como una limitación al acceder o diferenciar los contenidos presentados entre sí. Además, se puede identificar un mapa de sitio complejo que implica muchos pasos para llegar a los contenidos deseados. De igual forma, cabe destacar que el idioma declarado en la página de Inicio corresponde a inglés, lo que podría causar problemas en su navegación mediante tecnologías asistivas.

Banco de Costa Rica

En cuanto a las páginas del Banco de Costa Rica se puede mencionar que en general poseen niveles altos de cumplimiento. También es importante destacar que en general el sitio web es navegable mediante el uso de teclado. Sin embargo, específicamente en la página de Blog se encuentran algunos elementos que no lo son. Por otra parte, cabe destacar que los textos alternativos presentados, en general, no son significativos.

Tabla 4.6 Resumen de evaluación páginas web, Asamblea Legislativa.

Organización Asamblea Legislativa				
Wave				
Idiomas declarados	Promedio errores	Tres principales	Promedio alertas	Tres principales
en-US en-ES	6.33	Texto alternativo faltante Etiqueta de formulario faltante Enlace vacío	22.33	Disposición de tabla Enlace redundante Controlador de eventos dependiente del dispositivo
Accesible Web			HeadingsMap	TawDis
Evaluación A	Evaluación AA	Evaluación AAA	Estructura de encabezados adecuada	Criterios incumplidos
100	98	97	Sí	No se pudo evaluar con TawDis

Fuente: Elaboración propia a partir de base de datos

Tabla 4.7 Resumen de evaluación páginas web, Banco de Costa Rica.

Organización Banco de Costa Rica				
Wave				
Idiomas declarados	Promedio errores	Tres principales	Promedio alertas	Tres principales
es	5.33	Botón vacío Etiqueta de formulario vacía Texto que se desplaza lateralmente	31.33	Texto de título redundante Texto justificado Texto muy pequeño
Accesible Web			HeadingsMap	TawDis
Evaluación A	Evaluación AA	Evaluación AAA	Estructura de encabezados adecuada	Criterios incumplidos
96.67	93.67	93.67	Sí, salvo en la página de Blog que se omite un nivel	1.1.1 - Non-text Content 1.3.1 - Info and Relationships 2.2.2 - Pause, Stop, Hide 2.4.4 - Link Purpose (In Context) 3.3.2 - Labels or Instructions 4.1.2 - Name, Role, Value

Fuente: Elaboración propia a partir de base de datos.

Banco Nacional de Costa Rica

A nivel de organización, uno de los principales problemas que se visibilizan es la falta de declaración de un idioma, esto puede significar problemas relevantes a la hora de hacer navegación mediante el uso de tecnologías asistivas. Adicionalmente, cabe destacar que en el análisis de textos alternativos, se puede determinar un faltante de este tipo de contenidos, inclusive en imágenes que funcionan como enlaces.

De tal forma, es posible diagnosticar que muchos de los errores presentados son de simple solución mediante una correcta definición de contenidos y un trabajo de análisis en profundidad de la información presentada.

Caja Costarricense de Seguro Social

A nivel de páginas, es importante destacar que la Caja Costarricense de Seguro Social en general posee

los mejores resultados. También es necesario destacar que es la única página que muestra un proceso de evaluación de su contenido, en este caso lo realiza a través del NuValidator de W3C.

Columbia

El sitio web de Radio Columbia presenta algunas dificultades en su navegación que podrían dificultar el uso por parte de personas con discapacidad. En específico, es importante señalar que en el análisis se logró determinar que la página principal presenta una pantalla de protección mediante el uso de Cloudflare, así como un elemento pop-up publicitario que dificulta la navegación inicial a través del sitio web. Este elemento se despliega nuevamente cada cierto tiempo y bloquea el acceso al contenido del sitio web. En caso de no realizar un aviso del cambio, el contenido puede desubicar a las personas usuarias del sitio.

Tabla 4.8 Resumen de evaluación páginas web, Banco Nacional de Costa Rica.

Organización Banco Nacional de Costa Rica				
Wave				
Idiomas declarados	Promedio errores	Tres principales	Promedio alertas	Tres principales
-	22.67	Imagen enlazada con texto alternativo faltante Texto alternativo faltante Etiqueta de formulario faltante	13.67	Etiqueta Seleccionar faltante Diseño de tabla Elemento Noscript
Accesible Web			HeadingsMap	TawDis
Evaluación A	Evaluación AA	Evaluación AAA	Estructura de encabezados adecuada	Criterios incumplidos
74.67	70	64	No se pudo analizar	1.1.1 - Non-text Content 1.3.1 - Info and Relationships 2.4.4 - Link Purpose (In Context) 3.1.1 - Language of Page 3.2.2 - On Input 3.3.2 - Labels or Instructions 4.1.2 - Name, Role, Value

Fuente: Elaboración propia a partir de base de datos.

Tabla 4.9 Resumen de evaluación páginas web, Caja Costarricense de Seguro Social.

Organización Caja Costarricense de Seguro Social				
Wave				
Idiomas declarados	Promedio errores	Tres principales	Promedio alertas	Tres principales
es	2.67	Enlace vacío Botón vacío Etiqueta de formulario faltante Texto alternativo faltante	12	Texto justificado Enlace redundante Nivel de encabezado omitido Posible encabezado
Accesible Web			HeadingsMap	TawDis
Evaluación A	Evaluación AA	Evaluación AAA	Estructura de encabezados adecuada	Criterios incumplidos
91.33	90	83.33	Sí, salvo en la página principal que omite el primer nivel de encabezado y en la página específica de noticias omite el segundo nivel.	1.1.1 - Non-text Content 1.3.1 - Info and Relationships 2.4.4 - Link Purpose (In Context) 3.3.2 - Labels or Instructions 4.1.2 - Name, Role, Value

Fuente: Elaboración propia a partir de base de datos.

Tabla 4.10 Resumen de evaluación páginas web, Colombia.

Organización Columbia				
Wave				
Idiomas declarados	Promedio errores	Tres principales	Promedio alertas	Tres principales
es	35.67	Imagen enlazada con texto alternativo faltante Etiqueta de formulario faltante Texto alternativo faltante	297.33	Texto muy pequeño Texto de título redundante Enlace redundante
Accesible Web			HeadingsMap	TawDis
Evaluación A	Evaluación AA	Evaluación AAA	Estructura de encabezados adecuada	Criterios incumplidos
59.67	46	37	No, presenta errores como dos encabezados de primer nivel, páginas sin encabezado de primer nivel y páginas que omiten niveles de encabezados	No se pudo realizar la evaluación

Fuente: Elaboración propia a partir de base de datos.

Contraloría General de la República

Es importante destacar que la nomenclatura de las páginas de la CGR es confusa, existen diversas páginas que podrían apuntar a brindar noticias. En cuanto a contenidos, los colores también presentan una complicación para diferenciar entre las distintas secciones presentadas. Tiene tecnologías asistivas integradas para mejorar la experiencia de las personas en el proceso de uso del sitio web, pese a ello le hace falta texto alternativo en ciertos íconos e imágenes. En general, la página posee elementos que no son navegables mediante teclado.

Consejo de Seguridad Vial

Respecto a las páginas del sitio web del Consejo de Seguridad Vial, se puede mencionar que estas realizan un mal manejo de textos alternativos, agregando información innecesaria a imágenes decorativas e imágenes sin el texto alternativo requerido. Además, aquellas que acompañan las noticias tienen un título redundante, lo que provoca que las personas que navegan mediante

lector de pantalla podrían recibir la misma información varias veces y esto tiene la capacidad de desubicarles en el proceso de navegación.

CRHoy

A nivel general, es posible mencionar que el sitio web posee un slider que cambia cada cierto tiempo, y esto provoca cambios en los niveles de encabezado que se están mostrando para las personas que navegan mediante tecnologías asistivas. Es decir, por ejemplo, si una persona con discapacidad visual está usando un lector de pantalla y está navegando mediante encabezados. Asimismo, pese a contener textos alternativos, muchos de ellos son redundantes con otros contenidos presentados. Esto provoca que los contenidos se repitan, lo cual puede desubicar a las personas.

Tabla 4.11 Resumen de evaluación páginas web, Contraloría General de la República.

Organización Contraloría General de la República				
Wave				
Idiomas declarados	Promedio errores	Tres principales	Promedio alertas	Tres principales
es-419	11.33	Etiqueta de formulario faltante Encabezado vacío	102.33	Texto de título redundante Enlace redundante Diseño de tabla
Accesible Web			HeadingsMap	TawDis
Evaluación A	Evaluación AA	Evaluación AAA	Estructura de encabezados adecuada	Criterios incumplidos
93	89	85.33	No, solamente la página de Inicio	1.1.1 - Non-text Content 1.3.1 - Info and Relationships 2.4.4 - Link Purpose (In Context) 3.2.2 - On Input 3.3.2 - Labels or Instructions 4.1.2 - Name, Role, Value

Fuente: Elaboración propia a partir de base de datos.

Tabla 4.12 Resumen de evaluación páginas web, Consejo de Seguridad Vial.

Organización Consejo de Seguridad Vial				
Wave				
Idiomas declarados	Promedio errores	Tres principales	Promedio alertas	Tres principales
es-ES	12	Enlace vacío Botón vacío Etiqueta de formulario faltante Texto alternativo faltante	35	Nivel de encabezado omitido Enlace redundante Texto muy pequeño
Accesible Web			HeadingsMap	TawDis
Evaluación A	Evaluación AA	Evaluación AAA	Estructura de encabezados adecuada	Criterios incumplidos
70.67	62.33	52.67	No, en todas las páginas analizadas se omiten niveles de encabezado.	1.1.1 - Non-text Content 1.3.1 - Info and Relationships 2.4.4 - Link Purpose (In Context) 4.1.2 - Name, Role, Value

Fuente: Elaboración propia a partir de base de datos.

Tabla 4.13 Resumen de evaluación páginas web, CRHoy.

Organización CRHoy				
Wave				
Idiomas declarados	Promedio errores	Tres principales	Promedio alertas	Tres principales
es	15.67	Imagen enlazada con texto alternativo faltante Etiqueta de formulario faltante Texto alternativo faltante Enlace vacío	201	Enlace redundante Texto de título redundante Texto justificado
Accesible Web			HeadingsMap	TawDis
Evaluación A	Evaluación AA	Evaluación AAA	Estructura de encabezados adecuada	Criterios incumplidos
59	48.67	45	Sí, salvo la página de Contacto que omite el primer nivel de encabezado	1.1.1 - Non-text Content 1.3.1 - Info and Relationships 2.4.4 - Link Purpose (In Context) 3.2.3 - Consistent Navigation 3.3.2 - Labels or Instructions 4.1.2 - Name, Role, Value

Fuente: Elaboración propia a partir de base de datos.

Defensoría de los Habitantes

En general, el sitio posee problemas en términos de redundancias y textos alternativos. Además, el idioma declarado, pese a ser el correcto, posee una nomenclatura inadecuada. En específico, las páginas del sitio poseen imágenes informativas que no poseen texto alternativo, esto podría implicar una limitación en el proceso de navegación. Además, el sitio web posee elementos del menú que no se enfocan a través del teclado. De igual forma, es importante indicar que posee tecnologías asistivas integradas; esto pese a ser una ayuda no soluciona las problemáticas que pueda poseer el sitio web.

Dirección General de Migración y Extranjería

En general, el sitio posee problemas en términos de redundancias y textos alternativos. En específico, las páginas del sitio poseen imágenes informativas que no poseen texto alternativo, esto podría implicar una limitación en el proceso de navegación. Además, el si-

tio web posee elementos del menú que no se enfocan a través del teclado. De igual forma, es importante indicar que posee tecnologías asistivas integradas; esto pese a ser una ayuda no soluciona las problemáticas que pueda poseer el sitio web.

Instituto Mixto de Ayuda Social

En general, el sitio web posee muchos textos alternativos; algunos de ellos están de más. En general, los problemas encontrados parecen asociarse más con aspectos propios de interfaz que con estructuración general del sitio web. Posee problemas de jerarquización de los encabezados, así como también ciertas redundancias o inclusive posiciona como encabezados contenidos que podrían no serlo. A nivel general, al hacer una navegación mediante teclado no se sigue un orden lógico y eso podría desubicar a las personas usuarias que realizan estas prácticas.

Tabla 4.14 Resumen de evaluación páginas web, Defensoría de los Habitantes.

Organización Defensoría de los Habitantes				
Wave				
Idiomas declarados	Promedio errores	Tres principales	Promedio alertas	Tres principales
es-es	2.33	Imagen enlazada con texto alternativo faltante Enlace vacío	23	Enlace redundante Texto de título redundante Texto alternativo sospechoso
Accesible Web			HeadingsMap	TawDis
Evaluación A	Evaluación AA	Evaluación AAA	Estructura de encabezados adecuada	Criterios incumplidos
83.33	78.33	67.67	No, pese a poseer niveles adecuados en la página de Inicio, se prioriza el contenido de Sitios de Interés que remite a otras páginas sobre otros que están visualmente al inicio de la página.	1.1.1 - Non-text Content 1.3.1 - Info and Relationships 2.4.4 - Link Purpose (In Context) 3.2.3 - Consistent Navigation 4.1.2 - Name, Role, Value

Fuente: Elaboración propia a partir de base de datos.

Tabla 4.15 Resumen de evaluación páginas web, Dirección General de Migración y Extranjería.

Organización Dirección General de Migración y Extranjería				
Wave				
Idiomas declarados	Promedio errores	Tres principales	Promedio alertas	Tres principales
es-ES	14.67	Texto alternativo faltante Enlace vacío Encabezado vacío Etiqueta de formulario faltante	24.33	Diseño de tabla Accesskey Enlace redundante
Accesible Web			HeadingsMap	TawDis
Evaluación A	Evaluación AA	Evaluación AAA	Estructura de encabezados adecuada	Criterios incumplidos
88	91.33	84.33	No, en general hay una omisión de encabezados	1.1.1 - Non-text Content 1.3.1 - Info and Relationships 2.4.4 - Link Purpose (In Context) 3.3.2 - Labels or Instructions 4.1.2 - Name, Role, Value

Fuente: Elaboración propia a partir de base de datos.

Tabla 4.16 Resumen de evaluación páginas web, Instituto Mixto de Ayuda Social.

Organización Instituto Mixto de Ayuda Social				
Wave				
Idiomas declarados	Promedio errores	Tres principales	Promedio alertas	Tres principales
es	3	Encabezado vacío Enlace vacío Imagen enlazada con texto alternativo faltante	73	Texto justificado Texto de título redundante Enlace a documento PDF
Accesible Web			HeadingsMap	TawDis
Evaluación A	Evaluación AA	Evaluación AAA	Estructura de encabezados adecuada	Criterios incumplidos
85.67	78.67	73	Sí en estructura, pero no en jerarquía, además presenta redundancias	1.1.1 - Non-text Content 1.3.1 - Info and Relationships 2.4.4 - Link Purpose (In Context) 4.1.2 Name, Role, Value

Fuente: Elaboración propia a partir de base de datos.

Instituto Nacional de Vivienda y Urbanismo

Las páginas analizadas del sitio web del Instituto de Vivienda y Urbanismo en general posee buenos resultados. Pese a ello, se presentan algunos retos para lograr la accesibilidad plena de sus contenidos. Entre ellos, destaca que muchos de los elementos no se enfocan al navegar con el teclado. Asimismo, muchas imágenes decorativas poseen texto alternativo a pesar de no requerirlo. Por otro lado, es necesario destacar que el sitio posee muchos textos muy pequeños y esto podría implicar una barrera para el uso por parte de muchas personas usuarias.

Ministerio Público

De acuerdo con el análisis automatizado de los contenidos, se podría decir que las páginas tienen una buena estructura de encabezados en la que únicamente hay problemas de omisión del primer nivel en dos de ellas y jerarquización. Sin embargo, al hacer el análisis manual es posible identificar que las páginas analizadas tienen mala estructura de encabezados y que pueden caer en un exceso de denominación de contenidos como encabezados.

El sitio web cuenta con muchas animaciones, que aumentan tamaño o cambian colores. Pese a ello, también cuenta con tecnología asistiva incorporada.

Ministerio de Trabajo y Seguridad Social

A nivel general, se puede mencionar que las páginas presentan mala denominación de textos alternativos dado que muchos de estos refieren a nombres de archivos. Además, se debe mencionar que tanto la página de contacto como la página de noticias poseen elementos de slider automáticos y elementos que dependen del uso de un *mouse* para detener.

Multimedios

Las páginas presentan elementos redundantes en cuanto a texto alternativo, así como la presentación de créditos como texto alternativo de imágenes utilizadas en noticias. Requiere mejoras en términos de facilitar la navegación mediante teclado.

Tabla 4.17 Resumen de evaluación páginas web, Instituto Nacional de Vivienda y Urbanismo.

Organización Instituto Nacional de Vivienda y Urbanismo				
Wave				
Idiomas declarados	Promedio errores	Tres principales	Promedio alertas	Tres principales
es-ES	5	Etiqueta de formulario faltante	21.33	Texto justificado Texto muy pequeño Texto alternativo redundante
Accesible Web			HeadingsMap	TawDis
Evaluación A	Evaluación AA	Evaluación AAA	Estructura de encabezados adecuada	Criterios incumplidos
96.67	65.67	89.67	Sí, salvo en la página de Inicio que no tiene encabezado de primer nivel	1.1.1 - Non-text Content 1.3.1 - Info and Relationships 3.1.1 - Language of Page 3.2.2 - On Input 3.3.2 - Labels or Instructions 4.1.2 - Name, Role, Value

Fuente: Elaboración propia a partir de base de datos.

Tabla 4.18 Resumen de evaluación páginas web, Ministerio Público.

Organización Ministerio Público				
Wave				
Idiomas declarados	Promedio errores	Tres principales	Promedio alertas	Tres principales
es-es	2	Etiqueta de formulario faltante Enlace vacío Encabezado vacío	31	Texto de título redundante Enlace a documento PDF Accesskey Tabindex
Accesible Web			HeadingsMap	TawDis
Evaluación A	Evaluación AA	Evaluación AAA	Estructura de encabezados adecuada	Criterios incumplidos
83.67	76	70.33	Sí, pero únicamente la página de Noticias poseen encabezado de primer nivel	1.1.1 - Non-text Content 1.3.1 - Info and Relationships 2.4.4 - Link Purpose (In Context) 3.3.2 - Labels or Instructions 4.1.2 - Name, Role, Value

Fuente: Elaboración propia a partir de base de datos.

Tabla 4.19 Resumen de evaluación páginas web, Ministerio de Trabajo y Seguridad Social.

Organización Ministerio de Trabajo y Seguridad Social				
Wave				
Idiomas declarados	Promedio errores	Tres principales	Promedio alertas	Tres principales
es	6.67	Encabezado vacío Imagen enlazada con texto alternativo faltante Texto alternativo faltante Enlace vacío	35	Controlador de eventos dependiente del dispositivo Texto subrayado Texto de título redundante
Accesible Web			HeadingsMap	TawDis
Evaluación A	Evaluación AA	Evaluación AAA	Estructura de encabezados adecuada	Criterios incumplidos
83.67	83.67	81.67	Sí, aunque la página principal no presenta estructura de encabezados	No se pudo realizar la evaluación

Fuente: Elaboración propia a partir de base de datos.

Tabla 4.20 Resumen de evaluación páginas web, Multimedios.

Organización Multimedios				
Wave				
Idiomas declarados	Promedio errores	Tres principales	Promedio alertas	Tres principales
es	2	Etiqueta de formulario faltante Etiqueta de formulario vacía Referencia ARIA rota	49.33	Elemento Noscript Texto de título redundante Texto justificado
Accesible Web			HeadingsMap	TawDis
Evaluación A	Evaluación AA	Evaluación AAA	Estructura de encabezados adecuada	Criterios incumplidos
94.33	81.33	72.67	Sí, aunque requiere mejor jerarquía y definición y que en la página de contacto no posee encabezado de primer nivel	No se pudo realizar la evaluación

Fuente: Elaboración propia a partir de base de datos.

Poder Judicial

Las páginas presentan diversos problemas técnicos, como mala definición de encabezados y enlaces complejos. La gran mayoría de sus errores son descuidos técnicos. A nivel visual se suman otras problemáticas como la diversidad de tamaños tipográficos no ligados con diferentes tipos de contenidos o tipos de información.

El menú principal presenta bajos niveles de contraste. Existen errores que están más ligados con la revisión automática, con imágenes decorativas que poseen textos alternativos. El sitio también posee un complemento de tecnología asistiva incorporado.

Presidencia de la República

Todas las páginas analizadas declaran el inglés como su idioma, lo cual puede constituir un problema para las tecnologías asistivas. A nivel de encabezados,

existe un problema de omisión de niveles y de jerarquización adecuada de contenidos, que podría desorientar a las personas usuarias en su uso. Al momento de la realización de la presente evaluación, se presentaban imágenes con textos alternativos en inglés.

Procuraduría General de la República

A nivel general, las páginas analizadas del sitio web presentan un alto nivel de accesibilidad. Sin embargo, se pueden visibilizar textos alternativos en imágenes con propósito únicamente decorativo. Algunas de estas presentan además presenten textos alternativos redundantes con el título de los artículos.

Tabla 4.21 Resumen de evaluación páginas web, Poder Judicial.

Organización Poder Judicial				
Wave				
Idiomas declarados	Promedio errores	Tres principales	Promedio alertas	Tres principales
es-es	126.67	Texto alternativo faltante Idioma faltante o vacío Etiqueta de formulario faltante	1071.33	Texto justificado Texto muy pequeño Diseño de tabla
Accesible Web			HeadingsMap	TawDis
Evaluación A	Evaluación AA	Evaluación AAA	Estructura de encabezados adecuada	Criterios incumplidos
82	82	79	No, hay duplicidad de encabezado de primer nivel en la página de Inicio, falta de encabezado de primer nivel en la página de contacto y redundancia de contenidos en encabezados de primer y segundo nivel en noticias.	No se pudo evaluar la página principal. 1.1.1 - Non-text Content 1.3.1 - Info and Relationships 2.4.4 - Link Purpose (In Context) 3.2.2 - On Input 3.3.2 - Labels or Instructions 4.1.2 - Name, Role, Value

Fuente: Elaboración propia a partir de base de datos.

Tabla 4.22 Resumen de evaluación páginas web, Presidencia de la República.

Organización Presidencia de la República				
Wave				
Idiomas declarados	Promedio errores	Tres principales	Promedio alertas	Tres principales
en	19.33	Enlace vacío Enlace para saltar a contenido roto Enlace ARIA roto	50.33	Enlace redundante Nivel de encabezado omitido Nivel de encabezado faltante Texto muy pequeño
Accesible Web			HeadingsMap	TawDis
Evaluación A	Evaluación AA	Evaluación AAA	Estructura de encabezados adecuada	Criterios incumplidos
81.67	77.33	72.33	No, ninguna página posee primer nivel de encabezado y todas omiten al menos un nivel de encabezado.	1.1.1 - Non-text Content 1.3.1 - Info and Relationships 2.4.4 - Link Purpose (In Context) 3.1.1 - Language of Page 3.3.2 - Labels or Instructions 4.1.2 - Name, Role, Value

Fuente: Elaboración propia a partir de base de datos.

Tabla 4.23 Resumen de evaluación páginas web, Procuraduría General de la República.

Organización Procuraduría General de la República				
Wave				
Idiomas declarados	Promedio errores	Tres principales	Promedio alertas	Tres principales
es	0	-	9	Enlace redundante Diseño de tabla Texto justificado
Accesible Web			HeadingsMap	TawDis
Evaluación A	Evaluación AA	Evaluación AAA	Estructura de encabezados adecuada	Criterios incumplidos
98.67	94.67	91.33	Sí	4.1.2 - Name, Role, Value

Fuente: Elaboración propia a partir de base de datos

Pura Vida Digital

Ningún elemento gráfico posee texto alternativo, pese a que algunos no son meramente decorativos. Al navegar las páginas del sitio web mediante el teclado, no se enfoca ninguno de los contenidos. Además, al no poseer tampoco una estructura de encabezados, el sitio web podría presentar problemas para navegar mediante tecnologías asistivas. Es importante destacar también que el dominio del sitio web está en inglés.

Red de Cuido

A nivel general, es posible mencionar que muchas de las imágenes del sitio web no poseen texto alternativo correcto. Por ejemplo, se dan casos de imágenes informativas en las cuales el texto alternativo está limitado a únicamente describir el tema de la imagen, pero no su contenido. Cabe destacar que el sitio web posee tecnologías asistivas integradas, pero su navegación mediante teclado es limitada y no muestra enfoque de contenidos.

Tabla 4.24 Resumen de evaluación páginas web, Pura Vida Digital.

Organización Pura Vida Digital				
Wave				
Idiomas declarados	Promedio errores	Tres principales	Promedio alertas	Tres principales
en	11.33	Texto alternativo faltante Enlace vacío Imagen enlazada con texto alternativo faltante	1	Sin estructura de encabezados
Accesible Web			HeadingsMap	TawDis
Evaluación A	Evaluación AA	Evaluación AAA	Estructura de encabezados adecuada	Criterios incumplidos
83	72.33	69.33	No, no posee estructura de encabezados	1.1.1 - Non-text Content 1.3.1 - Info and Relationships 2.4.4 - Link Purpose (In Context) 3.1.1 - Language of Page 3.3.2 - Labels or Instructions 4.1.2 - Name, Role, Value

Fuente: Elaboración propia a partir de base de datos.

Registro Nacional

La navegación mediante teclado permite visibilizar que no se enfocan contenidos al hacer navegación mediante teclado. Asimismo, al no poseer estructura de encabezados, es posible que la navegación mediante tecnologías asistivas, como lector de pantalla, también presenten complicaciones adicionales para las personas usuarias.

Repretel

A nivel general, el sitio es bastante navegable con teclado, y se visibiliza texto alternativo en la mayoría de las imágenes relativas a contenidos no decorativos. Sin embargo, pese a ello, existen elementos marcados como encabezados que no deberían estarlo, además existen elementos que podrían ser encabezados que no se etiquetan como tales.

Tabla 4.25 Resumen de evaluación páginas web, Red de Cuido.

Organización Red de Cuido				
Wave				
Idiomas declarados	Promedio errores	Tres principales	Promedio alertas	Tres principales
es	23	Encabezado vacío Enlace vacío Etiqueta de formulario vacío	64,33	Enlace redundante Enlace a documento PDF Tabindex Accesskey Elemento Noscript Nivel de encabezado omitido
Accesible Web			HeadingsMap	TawDis
Evaluación A	Evaluación AA	Evaluación AAA	Estructura de encabezados adecuada	Criterios incumplidos
84	73.67	63.33	No, omite niveles, la página de Inicio posee varios encabezados de primer nivel y se pone como encabezado algunos contenidos que no deberían serlo.	1.1.1 - Non-text Content 1.3.1 - Info and Relationships 2.4.4 - Link Purpose (In Context) 3.3.2 - Labels or Instructions 4.1.2 - Name, Role, Value

Fuente: Elaboración propia a partir de base de datos.

Tabla 4.26 Resumen de evaluación páginas web, Registro Nacional.

Organización Registro Nacional				
Wave				
Idiomas declarados	Promedio errores	Tres principales	Promedio alertas	Tres principales
es	28.33	Texto alternativo faltante Imagen enlazada con texto alternativo faltante Etiqueta de formulario faltante	103.67	Texto subrayado Enlace a documento PDF Texto muy pequeño
Accesible Web			HeadingsMap	TawDis
Evaluación A	Evaluación AA	Evaluación AAA	Estructura de encabezados adecuada	Criterios incumplidos
76.67	70.67	70.67	No, no posee encabezados.	1.1.1 - Non-text Content 1.3.1 - Info and Relationships 2.4.4 - Link Purpose (In Context) 3.3.2 - Labels or Instructions

Fuente: Elaboración propia a partir de base de datos.

Tabla 4.27 Resumen de evaluación páginas web, Repretel.

Organización Repretel				
Wave				
Idiomas declarados	Promedio errores	Tres principales	Promedio alertas	Tres principales
es	9	Enlace vacío Imagen enlazada con texto alternativo faltante Etiqueta de formulario faltante	86.67	Texto de título redundante Texto muy pequeño Texto alternativo sospechoso
Accesible Web			HeadingsMap	TawDis
Evaluación A	Evaluación AA	Evaluación AAA	Estructura de encabezados adecuada	Criterios incumplidos
86.67	79.67	69	No, Inicio no posee estructura de encabezados y contacto omite niveles.	1.1.1 - Non-text Content 1.3.1 - Info and Relationships 2.4.4 - Link Purpose (In Context) 3.2.2 - On Input 3.3.2 - Labels or Instructions 4.1.2 - Name, Role, Value

Fuente: Elaboración propia a partir de base de datos.

Soporte Firma Digital

A nivel general, se puede destacar que el sitio web es navegable mediante teclado, además los elementos se enfocan visualmente. Sin embargo, es importante destacar que existen elementos de texto alternativo que podrían confundir a las personas en su navegación. También se marca la existencia de textos alternativos redundantes con encabezados. Es decir, a la hora de navegar el sitio web mediante lector de pantalla, se podría escuchar dos veces los mismos textos. Por otro lado, destaca que el sitio web declara un idioma de inglés.

Teletica

El sitio web posee una estructura muy compleja debido a la gran cantidad de contenidos dinámicos que posee. Es importante destacar que al navegar con el teclado muchos elementos no se enfocan. También es importante destacar que posee elementos embebidos y pop-ups producto del uso de Google Ads, estos pueden ser factores que potencialmente complejizan la accesibilidad.

Tribunal Supremo de Elecciones

A nivel general, el sitio web presenta niveles de accesibilidad web altos pero requiere mejor definición de textos alternativos para evitar errores de redundancia. Además, destaca que las páginas del sitio web son navegables mediante el uso de teclado y que los elementos se enfocan al ir navegando.

Tabla 4.28 Resumen de evaluación páginas web, Soporte Firma Digital.

Organización Soporte Firma Digital				
Wave				
Idiomas declarados	Promedio errores	Tres principales	Promedio alertas	Tres principales
es-us	3.67	Enlace vacío Texto alternativo faltante Etiqueta de formulario faltante	21.33	Texto justificado Enlace redundante Nivel de encabezado faltante Etiqueta Seleccionar faltante
Accesible Web			HeadingsMap	TawDis
Evaluación A	Evaluación AA	Evaluación AAA	Estructura de encabezados adecuada	Criterios incumplidos
93.33	89	83	No, todas las páginas analizadas comienzan con un encabezado de tercer nivel	No se pudo evaluar la página de inicio ni la de contacto. 1.1.1 - Non-text Content 1.3.1 - Info and Relationships 2.4.4 - Link Purpose (In Context) 3.3.2 - Labels or Instructions 4.1.2 - Name, Role, Value

Fuente: Elaboración propia a partir de base de datos.

Tabla 4.29 Resumen de evaluación páginas web, Teletica.

Organización Teletica				
Wave				
Idiomas declarados	Promedio errores	Tres principales	Promedio alertas	Tres principales
es-ES	23.33	Texto alternativo faltante Enlace vacío Etiqueta de formulario faltante Botón vacío	71.67	Nivel de encabezado omitido Video o audio HTML5 Texto muy pequeño
Accesible Web			HeadingsMap	TawDis
Evaluación A	Evaluación AA	Evaluación AAA	Estructura de encabezados adecuada	Criterios incumplidos
78.67	76	64.67	Sí, pero omite un nivel de encabezado	No se pudo evaluar con TawDis

Fuente: Elaboración propia a partir de base de datos.

Tabla 4.30 Resumen de evaluación páginas web, Tribunal Supremo de Elecciones.

Organización Tribunal Supremo de Elecciones				
Wave				
Idiomas declarados	Promedio errores	Tres principales	Promedio alertas	Tres principales
es	9	Menú ARIA roto	47	Texto muy pequeño Texto de título redundante Texto alternativo largo
Accesible Web			HeadingsMap	TawDis
Evaluación A	Evaluación AA	Evaluación AAA	Estructura de encabezados adecuada	Criterios incumplidos
93	83.67	72	Sí, aunque la página de inicio posee dos encabezados de primer nivel.	1.3.1 - Info and Relationships 2.4.4 - Link Purpose (In Context) 3.1.1 Language of Page

Fuente: Elaboración propia a partir de base de datos.

De esta forma, se visibiliza que las principales barreras detectadas corresponden a problemáticas relativas al desarrollo de las interfaces gráficas de las páginas web de las distintas organizaciones. También responden a aspectos que podrían lograr determinarse mediante evaluaciones automatizadas periódicas.

Las causas estructurales de estos incumplimientos, a partir del análisis realizado, podrían deberse a desarrollos informáticos que no contemplan regulaciones o, bien, regulaciones que no contemplan (y no proveen mejores) condiciones institucionales. Por otro lado, también podría visibilizar la necesidad de evaluaciones más constantes que conlleven un acompañamiento institucional en el desarrollo de las soluciones.

4.9. Análisis comparativo políticas públicas de accesibilidad web

Realizar un abordaje comparativo respecto a distintas regulaciones que tratan la accesibilidad web a nivel de diversos países puede permitir comprender con mayor detalle el estado de la política pública nacional, sus retos y sus oportunidades. De tal forma, se realizó un análisis comparado entre las principales políticas públicas relativas a la materia correspondientes a Costa Rica, Canadá, Estados Unidos, y la Unión Europea. En la siguiente tabla se resumen las principales diferencias:

Tabla 4.32 Análisis comparativo de políticas públicas de Costa Rica, Canadá, Estados Unidos y la Unión Europea en materia de accesibilidad web.

	Costa Rica	Canadá	Estados Unidos	Unión Europea
Nombre de la política	Directriz 051-MTSS-MICITT	Standard on Web Accessibility	Sección 508 de la Rehabilitation Act, según sus enmiendas de 1998	Directiva (EU) 2016/2102
Vigencia	abril 2019	agosto 2011	agosto 1998	octubre 2016
Rango de norma	Decreto Ejecutivo	Estándar	Ley	Directriz Europea
Ámbito de aplicación	Sector público costarricense	Departamentos incluidos en la ley de la Administración Financiera	Gobierno federal	Estados miembros de la Unión Europea
Instituciones firmantes	Ministerio de Ciencia, Tecnología y Telecomunicaciones Ministerio de Trabajo y Seguridad Social	Treasury Board of Canada Secretariat	Presidente	Parlamento europeo y Consejo Europeo
Instituciones vinculadas	Consejo Nacional de Personas con Discapacidad, para la definición de criterios de accesibilidad y la evaluación del cumplimiento junto con el Ministerio de Ciencia Tecnología y Telecomunicaciones.	Chief information Branch de la Treasury Board of Canada Secretariat	Architectural and Transportation Barriers Compliance Board (denominada como Access Board)	Lo delega a cada uno de los Estados miembros, pero establece un reporte ante el Consejo Europeo del avance de su implementación.
Obligatoriedad	<p>Sector público de primer nivel, con excepción de Poder Legislativo, Poder Judicial, Contraloría General de la República, Defensoría de los Habitantes, el Tribunal Supremo de Elecciones, y el Registro Civil; a quienes se les insta a cumplir estándares.</p> <p>También se insta a cumplir al sector público de segundo nivel, es decir instituciones autónomas, semiautónomas, empresas públicas estatales y no estatales, entes públicos no estatales, e instituciones administradoras de fondos públicos. Así como al sector público de tercer nivel, como son las municipalidades y sus órganos.</p> <p>Destaca que estos estándares deben ser cumplidos en todo proceso de contratación de servicios de desarrollo web, incluyendo procesos de donación.</p>	<p>Páginas web con servicio al público, páginas web que sean responsabilidad de los departamentos señalados en el ámbito de aplicación y aquellas que sean provistas a través de sitios web o aplicaciones web del Gobierno</p>	<p>Aplica para todas las agencias o departamentos federales cuando desarrollan, evalúan, dan mantenimiento, o usan tecnologías electrónicas o de la información.</p>	<p>Para mejorar el funcionamiento del mercado interno, la directiva incluye todos los sitios web y aplicaciones móviles del sector público, salvo:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Aquellos de medios de comunicación de radiodifusión pública y aquellos organismos que cumplan una labor de radiodifusión pública. 2. Aquellos de organismos no gubernamentales que no provean servicios esenciales al público ni servicios específicamente destinados a personas con discapacidad. <p>Cada Estado Miembro puede introducir nuevas disposición y tiene la potestad de excluir de la aplicación a determinadas organizaciones como escuelas y enfermerías, con algunas excepciones.</p>

	Costa Rica	Canadá	Estados Unidos	Unión Europea
Requerimiento	Cumplimiento de estándares WCAG 2.1 y posteriores: Nivel A para abril 2022 Nivel AA para abril de 2025	Cumplimiento del estándar WCAG 2.0 en su nivel AA	Refiere a estándares técnicos a publicar por el Access Board	Sitios web y aplicaciones móviles deben ser perceptibles, operables, comprensibles y robustas, según cumplimiento total o parcial de normas armonizadas de accesibilidad o, en su defecto, el cumplimiento de al menos un nivel de la norma EN 301 549 V1.1.2 (2015-04); la cual a su vez hace referencia a los estándares WCAG 2.0.
Evaluación	Tras seis meses de su publicación, CONAPDIS establecerá criterio de evaluación y, anualmente, realizará una evaluación del cumplimiento.	Consolida tres niveles de evaluación: 1. Nivel gubernamental, el Treasury Board of Canada Secretariat hace un análisis a nivel gubernamental. Además, en un periodo de cinco años tras su publicación, realizarán una evaluación general de la política. 2. Nivel de instituciones, las jefaturas de despacho de las instituciones serán responsables de monitorear el avance de la implementación de las consideraciones de accesibilidad. 3. A nivel departamental, se establecen asesorías senior para dar reportar el avance significativo de la implementación de la política a jefaturas de las instituciones.	Tras 6 meses de su publicación, las cabezas de cada uno de los departamentos o agencias realizarán una evaluación para determinar la accesibilidad y la usabilidad de sus productos. Los resultados se deben enviar al Abogado del Estado, quien a su vez realiza un reporte al Presidente y al Congreso de los Estados Unidos. Posteriormente, cada dos años se preparará un análisis para presentar al Presidente y el Congreso con respecto al cumplimiento de las disposiciones y las denuncias presentadas por las personas	Lo delega a cada uno de los Estados miembros, pero les establece una estructura mínima de evaluación. Asimismo, define que tres años tras su publicación debe hacerse una evaluación de la política e igualmente cada tres años.

	Costa Rica	Canadá	Estados Unidos	Unión Europea
Información a la ciudadanía	Las instituciones deben publicar el nivel de accesibilidad que poseen y la fecha de su evaluación.	No especifica	No especifica, pero sí indica que el Access Board debe brindar acompañamiento técnico a instituciones y personas individuales que requieran asistencia con el cumplimiento de la ley	Establece procesos de consulta con profesionales expertos y sector privado.
Contacto con población usuaria	Las instituciones deben proveer a las personas usuarias espacios para comunicarse, presentar quejas, sugerencias o preguntas.	No especifica	Se debe garantizar la posibilidad de las personas con discapacidad de presentar reclamaciones.	No especifica, pero sí expone que se debe garantizar el derecho de las personas para presentar recursos para exigir el cumplimiento de la directiva

Fuente: Elaboración propia a partir de Directive (EU) 2016/2102, 2016; Implementación de sitios Web accesibles en el sector público costarricense, 2019; Standard on Web Accessibility, 2011; ETSI, 2015; Government of Canada, 2013; US Access Board, s/f.

La naturaleza diferenciada de los rangos normativos de cada una de las políticas públicas analizadas establece uno de los principales retos para poder realizar un análisis comparativo. Sin embargo, es posible destacar que a nivel general existe una diferencia importante en el proceso de reporte de la evaluación. También es pertinente destacar que a nivel general, salvo Costa Rica, existe un proceso de evaluación multinivel que implica distintos niveles de actores para la garantía de la accesibilidad digital.

Asimismo, es importante señalar que la política pública costarricense se podría beneficiar de la consolidación de un proceso de definición de responsabilidades diferenciadas para cada una de las entidades o personas encargadas de realizar el proceso de implementación y monitoreo del desarrollo de la política pública.

Finalmente, destaca la tendencia de una comunicación en una sola vía con la ciudadanía. En tal sentido, únicamente la directiva europea consolida espacios de consulta con poblaciones diversas, y aunque esta en su texto no involucra organizaciones de sociedad civil, tercer sector y personas individuales.

4.8 Conclusiones

A modo de cierre, es importante resaltar que Costa Rica posee una gran oportunidad para la mejora de las condiciones para garantizar la libertad de expresión desde la perspectiva de la accesibilidad de los contenidos web. El análisis realizado a páginas web de cada una de las 25 instituciones realizadas permite identificar que existen diferencias muy grandes entre instituciones respecto a la accesibilidad de sus contenidos web, pero además pone el foco sobre la efectividad de la principal política pública desarrollada para guiar el proceso de garantía de la accesibilidad digital a nivel país.

A nivel de aplicación, la metodología permitió un diagnóstico parcial de la accesibilidad web de cada una de las 75 páginas e identificar tendencias para profundizar mediante pruebas de usabilidad con distintas personas, incluyendo población con discapacidades y rangos etarios diversos. Se logra identificar el desarrollo de interfaces gráficas como unos de los principales retos en el desarrollo de sitios web accesibles.

El acceso a la información pública se constituye como un derecho violentado a través del incumplimiento de la accesibilidad web. Las barreras evidencia-

das a nivel del presente capítulo permiten identificar deficiencias en el desarrollo de políticas públicas orientadas a acabar con las desigualdades en materia de acceso a los servicios públicos digitales en Costa Rica. Esta afectación a su vez lesiona la garantía de la libertad de expresión, desde la perspectiva de poder recibir información de calidad para poder participar en el debate público se ve limitada ante situaciones en las cuales una parte grande de la población tiene limitaciones para acceder a la información pública o depende de mediaciones para hacerlo.

El capítulo invita a estudiar a mayor detalle el desempeño de diversas políticas públicas, principalmente la directriz 051-MTSS-MICITT, para poder determinar su éxito y la necesidad de propiciar una actualización. Asimismo, invita a repensar el abordaje institucional a este problema público. La gestión univocal de su modelo de evaluación y monitoreo puede no permitir mayor incidencia, y también podría estar teniendo poca permeabilidad en otros sectores de los servicios informativos nacionales, como lo son los medios de comunicación y algunas organizaciones del sector privado.

Asimismo, resulta importante valorar las funciones de las distintas organizaciones e instituciones involucradas en el proceso de posicionamiento de la accesibilidad web. Tanto desde la perspectiva interna de las organizaciones, con la finalidad de establecer responsabilidades técnicas y administrativas, como también desde la perspectiva de la labor que realizan las CIAD, asegurando la incorporación de profesionales encargados de la gestión informática.

Para propiciar el avance de estas políticas es necesario el involucramiento de las autoridades políticas, las organizaciones, las universidades, el sector privado y la ciudadanía, en general. De esta forma, el presente capítulo invita a propiciar un análisis participativo y representativo de la política pública que permita impulsar las transformaciones necesarias para nutrir la participación de las personas con discapacidad en la vida democrática a partir de atender las barreras que limitan el acceso a la información pública y, a través de este, el ejercicio pleno de la libertad de expresión.

CAPÍTULO 5

Canallas, mentirosos y otras especies: El discurso estigmatizante del Presidente Chaves en contra de periodistas y medios de comunicación

Óscar Mario Jiménez Alvarado*

5.1 Introducción

La palabra de un presidente importa. En los regímenes democráticos, quienes ocupan la silla presidencial tienen no sólo un poder político y administrativo considerable, sino que también poseen un poder simbólico y comunicativo relevante, derivado de la autoridad social que el cargo les confiere. Lo que dice un mandatario o una mandataria tiene la capacidad de modificar o crear nuevos imaginarios, incidir en las corrientes de opinión pública y hasta de condicionar los debates políticos de un país. Por eso, es pertinente analizar críticamente los discursos de quienes ejercen temporalmente este cargo.

Este capítulo del IV Informe del Estado de la Libertad de Expresión en Costa Rica indaga sobre este tema, y analiza parte de las palabras del actual presidente de la República, Rodrigo Chaves Robles, en sus primeros 20 meses de gobierno. Específicamente, profundiza en los discursos estigmatizantes en contra de la prensa, los medios y las personas periodistas emitidos en el marco de sus conferencias de prensa semanales.

Estudiar esta temática es particularmente importante debido a una serie de hechos ocurridos recientemente. Desde su llegada al poder, en mayo de 2022, el presidente Chaves ha mantenido un enfrentamiento público y notorio con periodistas, medios y grupos económicos de la comunicación. La confrontación ha escalado a niveles que han sido calificados como de “*nunca antes vistos*” por diversos periodistas y ha provocado que, durante los últimos 2 años, la Sala Constitucional

emitiera varias sentencias históricas relacionadas con libertad de expresión y libertad de prensa (Rojas, 2022; Madrigal, 2022; Murillo, 2022).

En una de estas resoluciones, las personas magistradas se pronunciaron sobre un recurso interpuesto por un periodista a raíz de una serie de insultos y ataques del presidente. En su alegato, la Sala señaló que la utilización de un lenguaje irrespetuoso y ofensivo en contra de quienes practican el periodismo constituye una lesión a la libertad de prensa, evidenciando con ello las consecuencias prácticas que tienen estos discursos en un sistema democrático como el nuestro (Córdoba, 2023).

Estos discursos violentos en contra de medios y periodistas no solo ha sido un tema de discusión en los tribunales de justicia o entre las personas directamente afectadas. Los expresidentes y expresidenta de la República, el Colegio de Periodistas y Profesionales en Ciencias de la Comunicación Colectiva (COLPER), federaciones estudiantiles universitarias y liderazgos políticos de distintos signos e ideologías han mostrado su preocupación por estas acciones, así como por el posible deterioro de los derechos comunicativos que podrían generar (Campos, 2022; Sequeira, 2022; Lara, 2023).

Como se observa, es un tema pertinente de investigar. Además, es un asunto relevante pública, social y académicamente, en tanto dichos discursos pueden llegar a constituirse en acciones político-simbólicas que lesionan derechos y garantías en nuestro país.

Profesor universitario, investigador y consultor internacional. Es politólogo por la Universidad de Costa Rica (UCR), centro académico donde también obtuvo una Maestría en Comunicación y Desarrollo. En los últimos 10 años se ha dedicado a investigar sobre concentración y consumo mediático, telecomunicaciones, libertad de expresión y ejercicio periodístico en Costa Rica y Centroamérica. Ha estado vinculado académicamente al Programa de Libertad de Expresión y Derecho a la Información, el Centro de Investigación en Comunicación y el Instituto de Investigaciones Sociales, todas instancias pertenecientes a la UCR. Además, ha trabajado como asesor político y consultor en temas de comunicación y derechos humanos para organismos internacionales, fundaciones, organizaciones no gubernamentales de Estados Unidos, empresas del sector privado e instituciones y empresas públicas de distinta índole.

En términos de estructura, este capítulo se divide en 6 secciones. Tras esta introducción, se brinda información sobre el contexto en el cual se deben leer las intervenciones y discursos recopilados. En la tercera sección, se presenta el marco teórico y conceptual utilizado para analizar la información sistematizada, haciendo un énfasis particular en el tema del estigma y en la estigmatización de las personas que ejercen el periodismo. En la cuarta y quinta parte, se expone respectivamente, la metodología, así como los principales hallazgos del estudio. Finalmente, en la sexta sección se presentan las conclusiones leídas en el marco del respeto y promoción de la libertad de expresión y la libertad de prensa que el PROLEDI suscribe, desde sus orígenes, como programa académico de la Universidad de Costa Rica (UCR).

5.2 Contexto poder y periodismo en Centroamérica

El contexto es fundamental para la práctica e institución del periodismo en cualquier parte del mundo. Es distinto publicar una investigación en un país con libertades políticas y civiles aseguradas, a hacerlo en un ambiente inseguro y violento, donde la vida de quien informa se encuentra en peligro cada vez que se escribe un reportaje.

De igual forma, el contexto también es vital para el análisis de los discursos estigmatizantes en contra de la prensa. Las narrativas no ocurren en el vacío, sino que se elaboran y propagan en un entorno específico, donde convergen tanto las realidades regionales como los desafíos específicos de un país. El estado y calidad de la práctica periodística en una región, la seguridad que tienen quienes trabajan en comunicación para investigar o hablar sobre un tema sin temor a represalias, y los niveles de autocensura o la apertura para acceder a información pública son aspectos que se deben considerar a la hora de analizar un determinado discurso en contra de la prensa. Por esa razón, a continuación, se describe de manera general el contexto centroamericano y nacional.

Centroamérica es una zona peligrosa para ejercer como periodista. El surgimiento y consolidación de gobiernos autoritarios, la expansión de una industria

global que propaga contenidos desinformativos o falsos, el aumento generalizado de la desconfianza hacia los medios y la inseguridad creciente en la zona producto del narcotráfico y la violencia, han generado un entorno inhóspito y hostil para crear y difundir trabajos periodísticos de calidad (Martínez, Rodríguez y Jiménez, 2023).

Diferentes informes dan cuenta de esta triste situación. Los datos recopilados por organizaciones como Reporteros Sin Fronteras, Voces del Sur, Freedom House, el Comité para la Protección de Periodistas o la Red Centroamericana de Periodistas coinciden en apuntar que el ejercicio periodístico en el centro del continente es sinónimo de riesgo, peligro y hasta de fatalidad (Sánchez Reyes, 2017; Garro y Solís, 2022; Reporteros sin Fronteras, 2023; Berganza, Ortíz y Rivera, 2023; Martínez y Rodríguez, 2022). La intimidación, el hostigamiento, la obstaculización de coberturas, las agresiones físicas y verbales, la violencia digital, la persecución judicial y las amenazas de muerte son prácticas que, lamentablemente, son cada vez más habituales en buena parte de los países de la región (Martínez y otros, 2023; Tejedor Calvo, Cervi y Tusa, 2022; Blanck, Alpírez y Del Cid, 2021; Bernal Piche, 2013; Carballo, 2017; Oller y Benitez, 2016).

La situación se vuelve más complicada para los y las periodistas si se consideran los obstáculos financieros y los desafíos de adaptación digital que enfrentan las empresas que los contratan. La búsqueda de un abaratamiento en los costos de producción, el declive de los ingresos por publicidad y los cambios en el consumo mediático han provocado cortes de personal, cierre de medios, unificación de salas de redacción, fusiones entre grupos económicos y una extendida precarización de las condiciones laborales (Ávila y Gutiérrez, 2013; Duarte Quintero, 2015; Killman, 2015; Carballo, 2017; Ramírez, 2018; Jiménez, 2022; Martínez y Rodríguez, 2022; Mendez-Muros y Castillo, 2023; Fischer, 2023).

A esto se le suma el hecho de que, en general, los ecosistemas mediáticos centroamericanos se han caracterizado por presentar históricamente una tendencia a la concentración de la propiedad y al establecimiento de relaciones opacas con el poder político, favoreciendo con ello entornos poco competitivos y poco propicios para la completa independencia editorial y económica

(Salzman y Zalzman, 2009; Mengo, 2010; Pérez y Carballo, 2013; Guerrero y Márquez, 2014; Gramajo, 2014; Socayón, 2016; Lucas, 2017; Robles-Rivera, 2019; Cristancho, 2019 y 2021).

Las situaciones más dramáticas las sufren los medios alternativos, los más pequeños o aquellos que trabajan en contextos dictatoriales o autoritarios. El cierre del emblemático diario *El Periódico* y la persecución judicial a su director José Ruben Zamora en Guatemala (Arroyo, 2024); el espionaje a trabajadores del prestigioso medio *El Faro* en El Salvador (Gavarrete, Reyes y Martínez, 2022); el exilio forzado de decenas de periodistas nicaragüenses, así como el despojo ilegal de su nacionalidad a varias de ellas (Maldonado, 2023), son solo algunos ejemplos del desafiante y desgarrador escenario para el periodismo centroamericano.

Además de estos ataques por medio de la institucionalidad, las personas comunicadoras de la región también son víctimas de discursos estigmatizantes. En una práctica que no conoce ni signo ideológico ni afiliación partidaria, la clase política latinoamericana ha colocado a quienes trabajan como periodistas en el centro de muchos de sus insultos y ataques (O'Donnell, 2008; Valdivieso, 2008; Muñoz, 2008; De Vengoechea, 2008). Las cabezas y representaciones de los gobiernos centroamericanos han emulado esta tendencia, y han dedicado incontables horas de sus intervenciones oficiales a decir que las y los profesionales de la comunicación que les critican son, entre otras cosas, “corruptos”, “mentirosos”, “mercenarios”, “conspiradores”, “canallas” y hasta “defensores de pandillas” (Barrera, 2019; Wallace, 2020; Reina, 2021; Martínez y otros, 2023: p. 17; Kelley, 2023).

Costa Rica había sido una excepción en este impactante y convulso contexto. Su desarrollo sociopolítico desde mediados del siglo XX consolidó instituciones sociales y un entramado político-legal que, con sus bemoles, había protegido de manera bastante efectiva la libertad de expresión y de prensa. Si bien todavía se encuentran vigentes algunas leyes de desacato, lo cierto es que el país había logrado consolidar un ecosistema mediático relativamente diverso en términos de cantidad, garantista en aspectos formales y comparativamente más libre y seguro que el de sus vecinos (Boza, 2022; Garro y Solís, 2019). Existían tensiones normales entre gobernantes, medios, periodistas y grupos econó-

micos de la comunicación, pero siempre se tramitaban dentro de los cauces institucionales, y como parte de la confrontación dialéctica usual dentro de un régimen político democrático y liberal.

Los retos costarricenses habían estado, hasta hace poco tiempo, ubicados exclusiva o mayoritariamente en otros aspectos más vinculados con el poder, la propiedad o las finanzas de las empresas de la comunicación. Por ejemplo, en la inexistencia de límites a los procesos de concentración de la propiedad, en los altos grados de desregulación normativa existentes en el derecho de la comunicación, en la ausencia de legislación para distribuir democráticamente la pauta oficial o en el desinterés estatal para promover el pluralismo y la diversidad mediática (Fournier, Ochoa y Jiménez, 2018; Garro y Solís, 2019; Jumique, 2019; Alvarado, 2021; Jiménez, 2022; Rodríguez, 2022; Pomareda, 2022).

Esta situación, no obstante, ha cambiado. En los últimos años, nuevos desafíos se han sumado a los ya existentes. Estudios recientes han alertado de un peligroso aumento de los discursos de odio y de la violencia digital en contra de las mujeres y hacia poblaciones históricamente marginalizadas (Gómez, 2022; COES, 2023). Del mismo modo, investigaciones periodísticas han advertido sobre la posible existencia de campañas para propagar contenidos desinformativos y acosar a liderazgos políticos opositores en redes sociales (Jiménez, Martínez y Rodríguez, 2023; Gutiérrez, 2023). La situación se ha agravado de tal forma, que la Organización de Naciones Unidas inclusive ha expresado su preocupación por la epidemia de odio desatada en el país, y ha animado públicamente al Gobierno de la República a elaborar una estrategia nacional para combatir este tipo de contenidos (Bolaños, 2023).

Estas situaciones han generado un deterioro en la percepción que los y las costarricenses tienen sobre el estado de la libertad de expresión en el país. Una encuesta realizada en 2023 por el PROLEDI y el Centro de Investigaciones y Estudios Políticos (CIEP) de la UCR señaló que un 64% de las personas creía que la libertad de expresión en el país se encontraba amenazada, aunque la mayoría de ellas no pudo precisar ni las razones ni los responsables de este fenómeno (Boza, Jiménez y Rodríguez, 2023: p. 10). El mismo estudio también alertó sobre la existencia de altos grados de desconfian-

za en los medios, así como de preocupantes signos de autocensura entre la población (Boza, Jiménez y Rodríguez, 2023: p. 21).

El Informe del Estado de la Nación también ha mostrado su preocupación en este asunto. En su edición de 2023, este proyecto del Consejo Nacional de Rectores (CONARE) cuantificó las denuncias de vulneración de la libertad de expresión y de prensa registradas ante la Sala Constitucional de la Corte Suprema de Justicia. El ejercicio evidenció un aumento en la cantidad de recursos de amparo que se registran para solicitar tutela y protección de ambas libertades (PEN, 2023: p. 270). El informe indicó que, desde el inicio de la gestión de la Sala Constitucional en 1989 y hasta 2013, se recibían menos de 100 casos por año. Sin embargo, la tendencia comenzó a cambiar en 2014, y se mantuvo con altibajos hasta 2022, año en que se presentaron 288 denuncias relacionadas con este tema, el mayor registro desde que existe este alto tribunal (PEN, 2023: p. 270).

Al igual que en el resto de Centroamérica, los ataques verbales contra la prensa por parte del Gobierno Nacional también se han hecho presentes en nuestro país. Como se mencionó en la sección previa, desde el ascenso del actual mandatario en mayo de 2022 diversos gremios, medios, periodistas, figuras políticas y asociaciones relacionadas con el ámbito de la comunicación han denunciado la existencia y recepción de insultos, ataques, epítetos y discursos estigmatizantes en contra de periodistas por parte de autoridades políticas y del actual presidente Rodrigo Chaves Robles (Madrigal, 2022; Rojas, 2023).

Estas denuncias inclusive han sido noticia internacionalmente. En su edición 2023, la organización sin fines de lucro Reporteros sin Fronteras comunicó un retroceso del país de 15 puestos con respecto al año previo en el informe que publica sobre el estado de la libertad de prensa en el mundo (Reporteros sin Fronteras, 2023). Entre las razones que brindó esta instancia para explicar dicha caída se encontraron los ataques verbales del gobierno hacia medios y periodistas, así como la negativa de instituciones a facilitar información de interés público a los medios. En sus conclusiones, el texto calificó estos insultos como intentos de estigmatizar a la prensa crítica (Reporteros sin Fronteras, 2023), una posición muy similar a la expresada por la Sala Constitucional en

la resolución donde hizo referencia a las consecuencias de que las autoridades se sobrepasen en sus críticas a los medios.

Esta contextualización evidencia una situación crítica para la libertad de expresión y de prensa, tanto regional como nacionalmente. Es en este marco general, de discursos de odio desatados, de violencia digital y de aumento de la desconfianza hacia las empresas periodísticas, desde el cual se debe de leer cualquier ataque que se realice desde el poder en contra de quienes hacen periodismo. No son insultos aislados, sino un síntoma más de la degradación del debate público y de los derechos de la ciudadanía en materia de comunicación. Tampoco son discursos que se generan y reciben en el vacío, sino que son narrativas que se crean y distribuyen en un entorno hostil, que ya de por sí está incentivando la violencia y la desconfianza en contra de la institución y la práctica del periodismo.

5.3. Estudiar el estigma: marco teórico y conceptual

Para el sociólogo norteamericano Erving Goffman el estigma es un concepto que hace referencia a un atributo desacreditador que una persona le impone a otra para confirmar su supuesta normalidad dentro de un grupo social específico (Goffman, 2006). Según este autor, se trata de una designación que busca degradar socialmente la identidad de alguien (Goffman, 2006: p. 58).

En el mismo sentido, Crocker, Major y Dovidio (2000) señalan que la estigmatización implica, desde la perspectiva de quien estigmatiza, una deshumanización, amenaza, aversión y despersonalización de los demás en caricaturas estereotipadas. Además, estos autores también coinciden en que esta acción busca imponer una identidad socialmente devaluada en un contexto particular, así como generar ciertos costos personales y sociales a las personas o grupos estigmatizados (Crocker y otros, 2000: p. 1-2).

Link y Phelan (2001) definen el concepto de una manera similar, pero aportan una operativización del término. Estos autores, señalan que un estigma o proceso de estigmatización ocurre cuando coexisten elemen-

tos de etiquetado, estereotipación, separación, pérdida de estatus y discriminación.

En esta conceptualización, el estigma existe cuando convergen y se interrelacionan dichos componentes (Link y Phelan, 2001: p. 367). Primero, las personas distinguen y etiquetan las diferencias humanas (etiquetado). Segundo, se vincula a esas personas marcadas con la etiqueta a estereotipos negativos o características indeseables (estereotipación). Tercero, se les coloca en una categoría social distinta, que permita crear cierto grado de separación entre unos y otros con el fin de establecer un “nosotros” y un “ellos” artificial y antes inexistente (separación). Cuarto, una vez separadas y estereotipadas, las personas etiquetadas experimentan una pérdida de estatus social que deriva, eventualmente, en una discriminación (pérdida de estatus).

Este acercamiento teórico y operativo además visibiliza un elemento esencial: el poder. Según estos autores, el estigma se encuentra estrechamente vinculado al acceso al poder social, económico y político, así como a las relaciones desiguales de poder que existen en nuestras sociedades. Por esa razón, sólo quien tiene poder con respecto a otros es capaz de estigmatizar o iniciar un proceso que, al final, lo que busca es generar desaprobación, rechazo o exclusión social.

Link y Phelan utilizan como base la propuesta de Goffman, pero le introducen un cambio fundamental. Estos autores no hablan de un “atributo” dentro del proceso de estigmatización, sino de una “etiqueta”, pues consideran que lo primero es algo que no se cuestiona e inclusive se puede tener de forma natural, mientras que una “etiqueta” se coloca y es impuesta, lo que hace posible que se pueda cuestionar (Link y Phelan, 2001).

El estigma se trata, entonces, de una especie de marca o etiqueta que vincula a una persona o grupo con un estereotipo o un conjunto de características indeseables. La interacción de estos dos elementos (etiqueta y estereotipo) genera el proceso de separación señalado por Link y Phelan, lo que permite la degradación o el descrédito social en un contexto específico.

Si se traslada esta conceptualización operativa al ámbito de la comunicación es factible afirmar que un discurso estigmatizante en contra de la prensa es una expresión pública, de connotación negativa, que trata de

vincular a quienes forman parte de este gremio con características socialmente indeseables, con el fin de desprestigiar tanto su trabajo como su perfil profesional.

La degradación del prestigio social del periodismo es requerida por quienes estigmatizan debido a que es una forma de evitar que los contenidos periodísticos críticos se consuman, o de que se les adjudique una veracidad total desde la población. Además, es una manera de limitar la participación en la esfera pública de las personas profesionales de la comunicación. Se trata, según lo han planteado algunos autores, de una estrategia común o arquetípica en gobiernos populistas que se esfuerzan por eliminar la intermediación del periodismo y los medios en los procesos de comunicación pública y estatal (Reyna, 2024: p. 5; Waisbord, 2013).

En contextos democráticos esta práctica puede afectar la libertad de expresión, especialmente si es ejecutada por autoridades políticas o personas con un liderazgo público notable.

En 2021, las relatorías para la libertad de expresión de la Organización de las Naciones Unidas (ONU), la Organización para la Seguridad y la Cooperación en Europa (OSCE), la Organización de los Estados Americanos (OEA) y la Comisión Africana de Derechos Humanos y de los Pueblos (CADHP) emitieron una *Declaración conjunta sobre líderes políticos, personas que ejercen la función pública, y libertad de expresión*. En este pronunciamiento, denunciaron un aumento de las declaraciones de liderazgos políticos que atacan a periodistas y tratan de socavar la libertad de los medios (Organización de Estados Americanos, 2021). También le recomendaron a quienes ejercen la función pública no realizar intencionadamente declaraciones falsas, que ataquen la integridad de periodistas o de las personas trabajadoras de los medios de comunicación (Organización de Estados Americanos, 2021).

Por su parte, la Relatoría Especial para la Libertad de Expresión (RELE) de la OEA ha señalado que el uso de discursos estigmatizantes en contra de la prensa por parte de liderazgos políticos puede derivar en un aumento del riesgo para quienes ejercen el periodismo (Relatoría Especial para la Libertad de Expresión, 2022). De igual forma, ha indicado que este tipo de narrativas pueden constituir una amenaza a los derechos de quienes buscan participar en el debate público me-

dianate la expresión y difusión de ideas, en tanto generan una agudización de la violencia en su contra (Relatoría Especial para la Libertad de Expresión, 2022). Por esa razón, la RELE ha solicitado a quienes ocupan cargos de autoridad política que se abstengan de realizar declaraciones que promuevan la intolerancia en contra de medios y periodistas (Relatoría Especial para la Libertad de Expresión, 2023: p. 65).

El tema no solo ha sido motivo de pronunciamientos por parte de la RELE, sino que también se encuentra presente en la jurisprudencia de la Corte Interamericana de Derechos Humanos (Corte IDH). Por ejemplo, en la sentencia del caso Ríos y otros contra Venezuela, esta instancia señaló que, en su actuar, las personas funcionarias públicas adquieren una posición de garante de los derechos de las personas, y que por tanto sus declaraciones “... *no pueden desconocer éstos ni constituir formas de injerencia directa o indirecta o presión lesiva en los derechos de quienes pretenden contribuir a la deliberación pública mediante la expresión y difusión de su pensamiento*” (Corte Interamericana de Derechos Humanos, 2009). La Corte IDH también reconoció en este caso que, en determinados contextos, los pronunciamientos de altos funcionarios públicos pueden crear, o al menos contribuir, a acentuar o exacerbar, situaciones de hostilidad, intolerancia o animadversión hacia las personas vinculadas con los medios (Corte Interamericana de Derechos Humanos, 2009: p. 42-43).

Las posibles consecuencias para la libertad de expresión de este tipo de discursos también están presentes en la jurisprudencia constitucional de nuestro país. Mediante la resolución 2023-12085, la Sala Constitucional resolvió un recurso interpuesto por un periodista del medio digital CRHoy, a raíz de una serie de insultos que el presidente Chaves profirió en una conferencia de prensa.

En su sentencia, el Tribunal Constitucional consideró que a quienes trabajan en la función pública les asiste el derecho, y a veces el deber, de formular críticas contra los medios y periodistas cuando, según sus puntos de vista, informan de manera injusta o falaz. No obstante, para la Sala ciertas expresiones no caben dentro de este derecho, y no son justificables porque constituyen un exceso que podrían promover un hostigamiento en contra de medios y periodistas, así como una lesión

a la libertad de expresión (Sala Constitucional, 2023).

Este artículo, entonces, se acerca a estos discursos asumiendo que son expresiones negativas que buscan desprestigiar socialmente a los medios y a quienes trabajan en el periodismo. Se trata de una práctica que tiene como fin último desacreditar y limitar la circulación de los contenidos periodísticos, así como disminuir la posibilidad de expresión e incidencia en el debate público de quienes los producen. Es una acción que se vuelve más peligrosa si es realizada por autoridades políticas de alto rango, en tanto tiene la capacidad de lesionar la libertad de expresión y de generar, potencialmente, un aumento de la violencia en contra de periodistas, así como un efecto amedrentador en contra de quienes deben o quieren informar sobre hechos públicos relevantes.

5.4. Apuntes metodológicos

Para estudiar los discursos estigmatizantes en contra de la prensa, los medios y los periodistas el trabajo utilizó la técnica de investigación cualitativa de análisis de discurso. Específicamente, se estudiaron las intervenciones sobre este tema que el presidente de la República, Rodrigo Chaves Robles, realizó en 64 conferencias de prensa celebradas entre mayo de 2022 y enero de 2024. Se trata de un estudio de prevalencia, descriptivo y deductivo que reduce y sistematiza específicamente estos discursos hechos en estos espacios institucionales para dotarlos de sentido en el contexto costarricense actual.

Se utilizó la técnica de análisis del discurso debido a su utilidad para analizar cómo las estructuras de poder se reflejan en los medios y en los discursos políticos, y porque permite acercarse al lenguaje como algo que no es neutral y como una herramienta que permite construir o mantener el poder (van Dijk, 2008; Fairclough 2015). Dado que la estigmatización, así como el descrédito social que se busca con ella, solo puede ocurrir cuando existe un poder asimétrico en beneficio de un determinado actor, esta técnica emerge como la más adecuada para estudiar este fenómeno.

Se eligieron las intervenciones sobre medios hechas en el marco de la atención semanal a prensa por varias razones. Primero, porque se trata de un evento institucional y con un carácter oficial, en donde se

despliega parte de la estrategia discursiva y de comunicación política gubernamental, y en donde se realizan anuncios relevantes para la opinión pública y el país.

Segundo, porque es un poderoso espacio de interacción simbólica que permite observar los usos y costumbres en materia de comunicación oral del presidente Chaves con respecto a los medios y periodistas, los cuales también se encuentran presentes.

Tercero, porque el mandatario es el protagonista indiscutible de estas actividades. En este evento, cada semana el presidente se despacha a gusto, sin límite de tiempo, en sus respuestas a la prensa. Es aquí, además, donde asume un rol más cercano al de un presentador de televisión que al de vocero de gobierno, pues brinda la palabra a los ministros de su gabinete y se la quita, les hace preguntas específicas a quienes intervienen y solicita exponer o quitar material audiovisual. Es un espacio que él controla, y en donde se siente comunicativamente a gusto.

Cuarto, porque el material se encuentra disponible y expuesto públicamente en canales oficiales de la Presidencia de la República y el Gobierno Nacional. Se trata de un material de libre consulta, visionado y descarga, avalado por instituciones y por el propio mandatario, lo que facilita su análisis y recopilación.

Para realizar el análisis se realizaron varios pasos. En primer lugar, se ubicaron en las redes sociales de la Presidencia de la República las grabaciones de las 65 conferencias de prensa semanales realizadas por el mandatario entre mayo de 2022 y enero de 2024 (Anexo 1).

Después de ubicar en internet las grabaciones, se realizó una transcripción completa de cada una de ellas utilizando un software especializado. Posteriormente, se utilizó el programa de análisis de información cualitativa *Atlas.ti* para identificar las menciones o señalamientos a la prensa, medios, grupos económicos de la comunicación o periodistas que el presidente realizó en estos espacios. Con dicho ejercicio se construyó una base de datos conformada por 291 intervenciones. No se contabilizaron como intervenciones las ocasiones en que el mandatario daba la palabra a un medio o periodista durante la sección de preguntas que usualmente conlleva un espacio de este tipo.

Una vez construida esta base de datos, se procedió a realizar un análisis en tres niveles. Primero, las intervenciones del presidente se clasificaron según su connotación. Si la intervención consistía en ataques verbales, insultos o un comentario violento, el mensaje se clasificó como uno de connotación negativa. Por el contrario, si fue una felicitación, un comentario agradable sobre una cobertura periodística específica o contenía alguna narrativa similar, el mensaje se clasificó como uno de connotación positiva. Este primer nivel permitió obtener un dato global sobre la narrativa que el mandatario tuvo en estos 64 espacios de atención a la prensa.

Segundo, se realizó un análisis sobre los mensajes de connotación negativa. Este análisis se realizó clasificando las intervenciones en categorías construidas a partir de un método inductivo. Esto significa que las categorías en las cuales se clasificaron los mensajes se construyeron luego de una inmersión profunda en los datos que identificó similitudes, patrones y tendencias emergentes, y que permitió agrupar los fragmentos de información en una tipología representativa de los principales temas o conceptos. Las categorías construidas son excluyentes unas de otras, por lo que una intervención se clasifica sólo en una ocasión. Este análisis permitió caracterizar los mensajes negativos del mandatario hacia los periodistas, la prensa o los medios de comunicación costarricense.

Los códigos construidos a partir de este ejercicio fueron: 1) Críticas o reclamos a la práctica periodística; 2) Imprecisión al preguntar; 3) Imprecisión al informar; 4) Ataque directo contra la prensa, medios o periodistas; 5) Ataque indirecto contra la prensa, medios o periodistas; 6) Señalamiento de enojo por parte de los medios debido a la pérdida de poder o privilegios; 7) Señalamiento de la existencia de una agenda oculta o de intereses espurios por parte de los medios; 8) Señalamiento directo de que los medios mienten. La inmersión en los datos también permitió generar varias subcategorías, las cuales facilitaron el análisis de la información.

Finalmente, el tercer nivel de análisis utilizó el método deductivo para clasificar las intervenciones y estudiar el proceso de estigmatización en contra de la prensa. Para ello se utilizó la propuesta de Fairclough

y Fairclough (2012), adaptada por Reyna (2024), sobre estigmatización y discursos estigmatizantes en contra de la prensa. De ambas propuestas se derivaron las siguientes categorías, excluyentes entre sí, para clasificar igualmente solo las intervenciones de connotación negativa: 1) Etiquetado; 2) Uso de estereotipos; 3) Separación; y 4) Pérdida de estatus.

La adaptación realizada por Reyna (2024) implica estudiar las intervenciones del presidente a través del marco de análisis crítico del discurso político, el cual enfatiza la argumentación práctica y aborda el discurso como un conjunto de “razones para la acción”. Esto quiere decir que se parte del supuesto de que el discurso puede revelar una forma de argumentación práctica que permite sustentar, a favor o en contra, determinadas maneras de actuar o decisiones particulares.

Esta perspectiva permite abordar las razones de la estigmatización, ya que permite vincular el discurso emitido con posibles acciones concretas. Por ejemplo, Reyna utiliza este marco y las categorías que aquí se utilizan para estudiar las intervenciones del presidente mexicano Andrés Manuel López Obrador, y para poder profundizar en el análisis de la etiqueta de “*medios elegantes*”, así como en el estereotipo asociado a ella de que dichos medios publicaban exclusivamente “*noticias falsas*”.

5.5. Principales hallazgos

5.5.1. Resultados generales

El análisis de las 64 conferencias de prensa celebradas entre mayo de 2022 y enero de 2024 permite afirmar que las intervenciones hechas por el presidente de la República, Rodrigo Chaves Robles, sobre medios, prensa y periodistas tienen, muy mayoritariamente, una connotación negativa.

En total, se recopilaron 291 intervenciones sobre estos temas, de las cuales solo 4 son positivas. Se trata de felicitaciones a medios o periodistas que cubrieron una noticia o evento de interés para el Poder Ejecutivo o que, desde la perspectiva del mandatario, realizaron un buen trabajo.

Por el contrario, el 99% se trata de comentarios negativos. Se trata de 287 intervenciones hechas durante 20 meses en las cuales Chaves ataca, directa e indi-

rectamente, a medios o periodistas, señala molestias o críticas al trabajo que realizan algunas personas comunicadoras, habla de imprecisiones a la hora de informar o, de plano, señala la supuesta falsedad de una noticia específica.

Estas 287 intervenciones están presentes en 49 de las 64 conferencias de prensa analizadas, lo que representa un 76,6% con respecto al total (Figura 5.1). Sólo en 15 de estos espacios, el presidente no ataca, señala o trata de estigmatizar a un medio o periodista, lo que implica que solo el 23,4% de estos espacios se encuentra libre de este tipo de comentarios.

La conferencia realizada el lunes 9 de enero de 2023, en la cual el mandatario se refirió a la polémica por la supuesta contratación de una persona para atacar a periodistas por parte de la entonces ministra de Salud, Joselyn Chacón, es la que registra más intervenciones negativas, con un total de 37. Como se anotó en secciones previas, debido a la cantidad de insultos que ocurrieron en esta actividad, un periodista interpuso un recurso ante la Sala Constitucional aduciendo una violación de sus derechos constitucionales.

Las personas magistradas declararon parcialmente con lugar ese reclamo. En la sentencia, señalaron que las conferencias son de gran utilidad para que los Estados democráticos puedan dar a conocer informaciones de interés público. No obstante, afirmaron que la utilización de un lenguaje irrespetuoso y ofensivo contra los periodistas constituye una lesión a la libertad de prensa, y por eso apoyaron al reclamante en su tesis (Córdoba y Oviedo, 2023).

La cantidad de ataques e insultos en esta conferencia hicieron que enero de 2023 fuera, junto con mayo del mismo año, los meses que más registraron comentarios negativos, con 47 y 48 respectivamente (Figura 5.2). Luego de estos dos picos se encuentran los meses de julio de 2022 y octubre de 2023, con 21 y 26 intervenciones registradas en cada caso.

La gran cantidad de intervenciones negativas registradas en las conferencias de prensa de julio de 2022 se pueden explicar por la confrontación del presidente Chaves con el Grupo Nación. Fue durante este mes que el Gobierno de la República cerró el Parque Viva, el centro de eventos perteneciente a este grupo económico

Figura 5.1 Conferencias de prensa realizadas con intervenciones negativas hacia medios de comunicación (mayo 2022 - enero 2024).

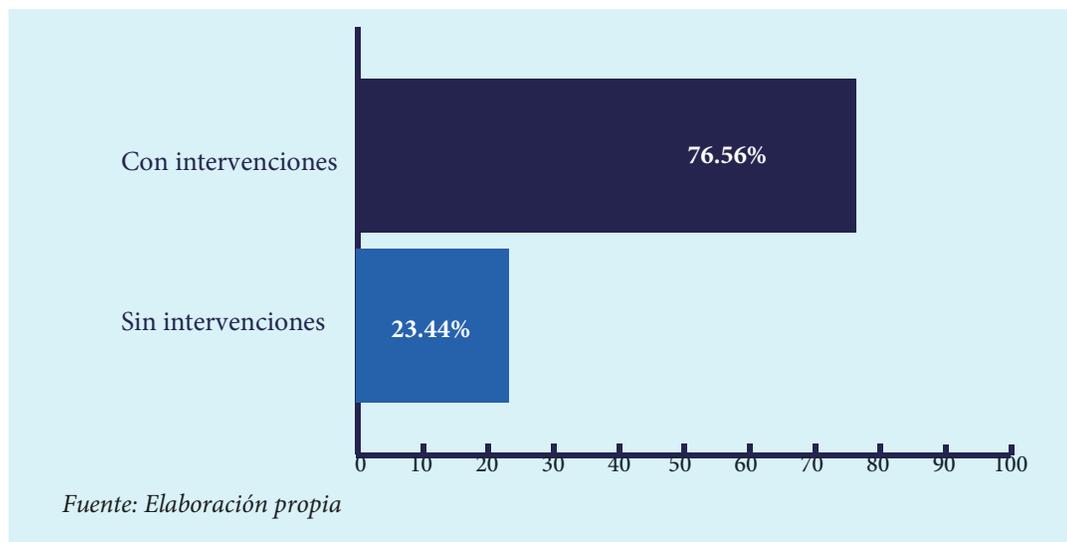
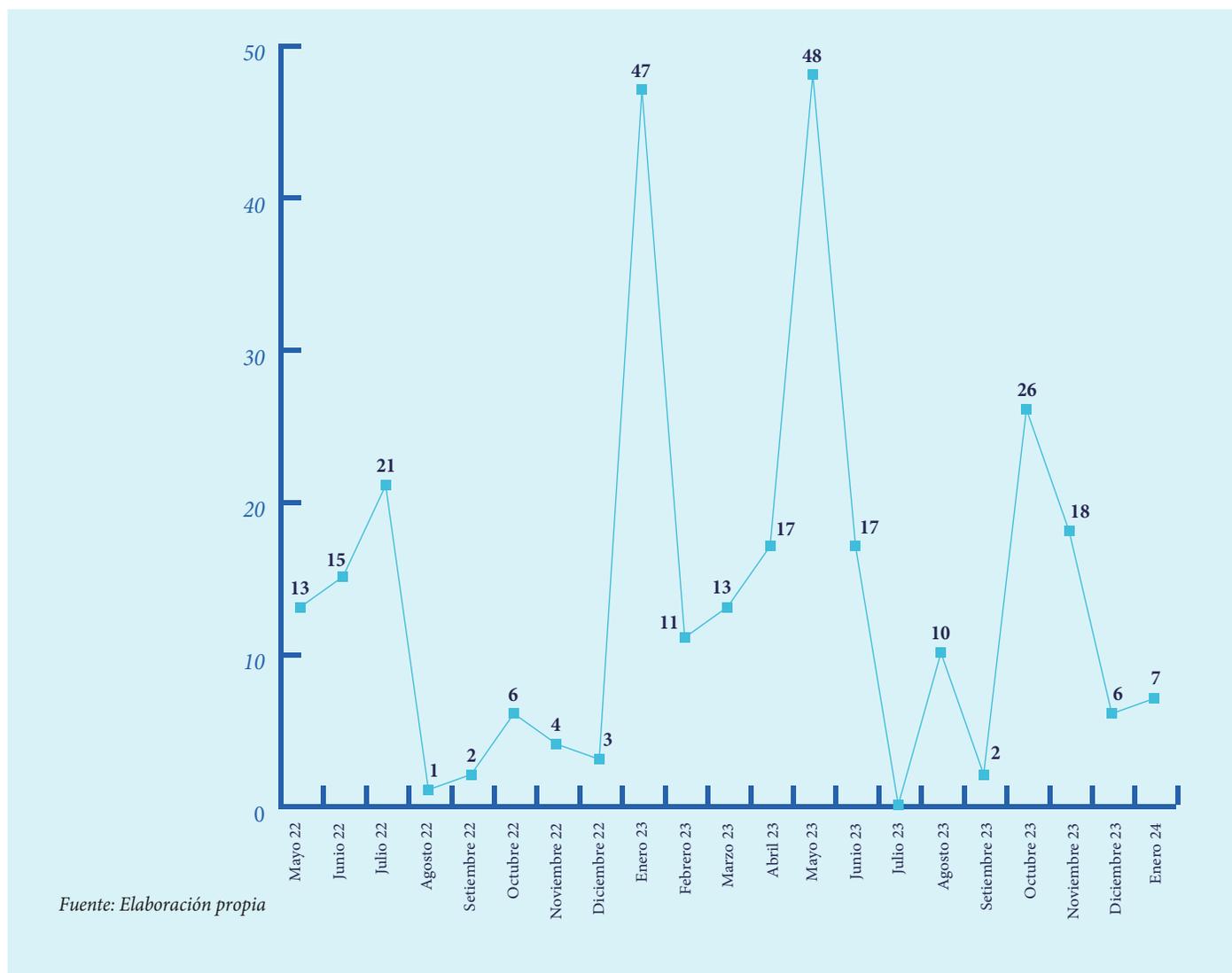


Figura 5.2 Cantidad de intervenciones negativas hacia medios de comunicación según mes.



de la comunicación (Campos, 2022). La decisión estuvo rodeada de cuestionamientos y fue objetada ante la Sala Constitucional ese mismo mes por un grupo de periodistas de uno de los medios de esta empresa. En diciembre de 2023, el tribunal emitió una histórica sentencia determinando que la acción gubernamental constituyó una violación indirecta a la libertad de expresión (Murrillo, 2022).

Las intervenciones de mayo de 2023 están asociadas a dos hechos. Primero, a la discusión pública que se desató en torno al precio del arroz. Mientras el mandatario insistía en que los precios de este producto habían disminuido, varios medios afirmaron lo contrario y publicaron notas y reportajes al respecto (Molina, 2023). Segundo, a la decisión de Kolbi, la marca comercial en telecomunicaciones del Instituto Costarricense de Electricidad (ICE), de disminuir la pauta publicitaria en el Canal 7, perteneciente a la empresa Teletica, sin estudios técnicos que lo permitieran (Cambronero y Oviedo, 2023).

Finalmente, los comentarios de octubre de 2023 ocurrieron en medio de un debate sobre la seguridad ciudadana y el combate al narcotráfico. En este mes, el periódico mexicano El Universal publicó un reportaje

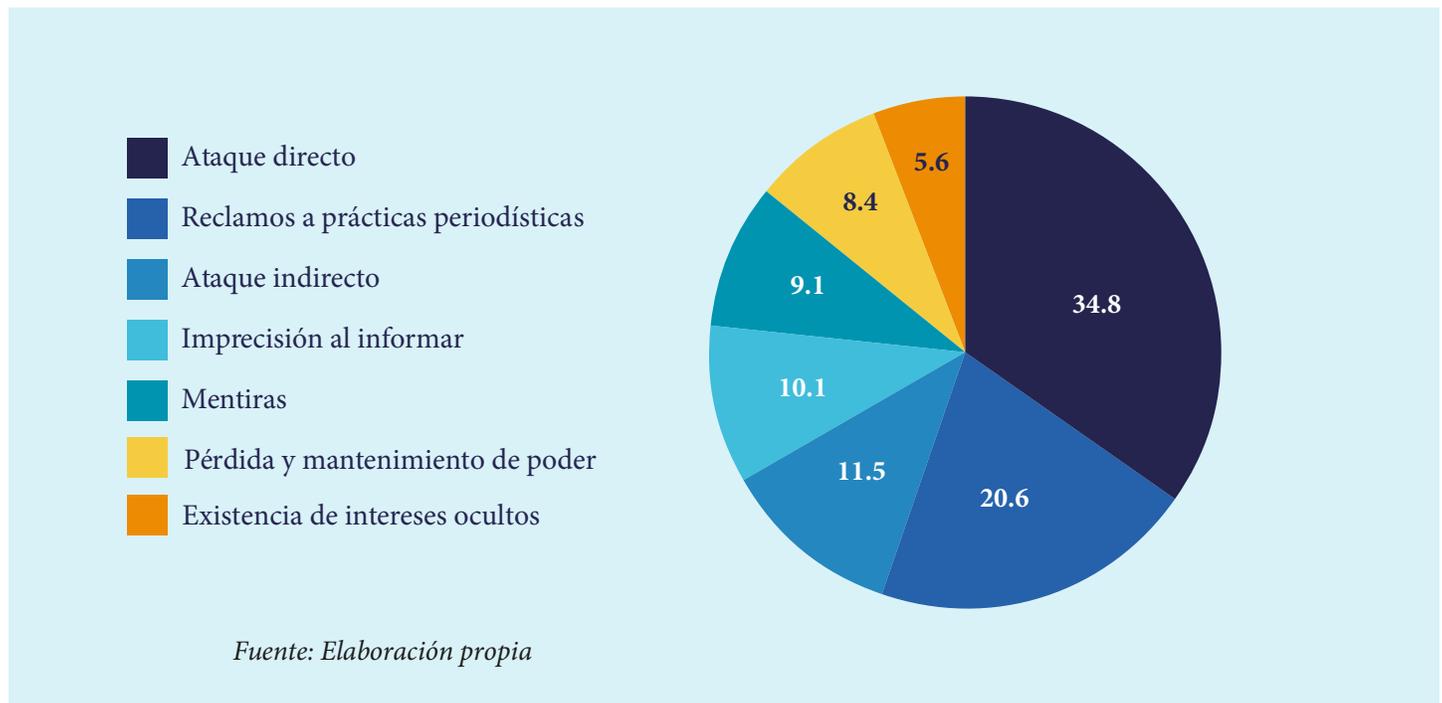
donde se afirmaba que autoridades de Gobierno habían llegado a acuerdos con bandas de narcotraficantes (Soto, 2023). También en este período el Centro de Investigaciones y Estudios Políticos de la UCR (CIEP), dio a conocer una encuesta de opinión pública que colocaba la seguridad ciudadana como la principal preocupación de la ciudadanía (May, 2023).

5.5.2. Análisis general de las intervenciones negativas hacia medios de comunicación

Además de ubicar las intervenciones negativas, contabilizarlas y brindar una posible explicación sobre el contexto en que ocurrieron, también se analizó su contenido. Como se mencionó en el apartado metodológico, este capítulo averiguó qué tipo de comentarios negativos realizó el mandatario durante el período seleccionado (Figura 5.3).

Según la clasificación que se construyó, 100 de las intervenciones negativas (34,84%) fueron ataques directos a periodistas, medios o grupos económicos de la comunicación (Figura 5.3). Luego, se encuentran 59 intervenciones (20,56%) donde se señalan o reclaman distintas prácticas periodísticas. Posteriormente, se ubi-

Figura 5.3 Clasificación de las intervenciones negativas, según su contenido.



can 33 ataques indirectos (11,5%) y 29 señalamientos de que existe imprecisión al informar (10,10%). En quinto lugar, se encuentran 26 ocasiones (9%) en las que el mandatario acusó directamente a un periodista o a un medio de comunicación de mentir. Finalmente, en 24 (8,36%) y 16 (5,57%) ocasiones el presidente señaló que existía un enojo por parte de medios particulares debido a la pérdida de algunos privilegios existentes en el pasado, o indicó la supuesta existencia de intereses de los medios para informar bajo un determinado enfoque o línea editorial.

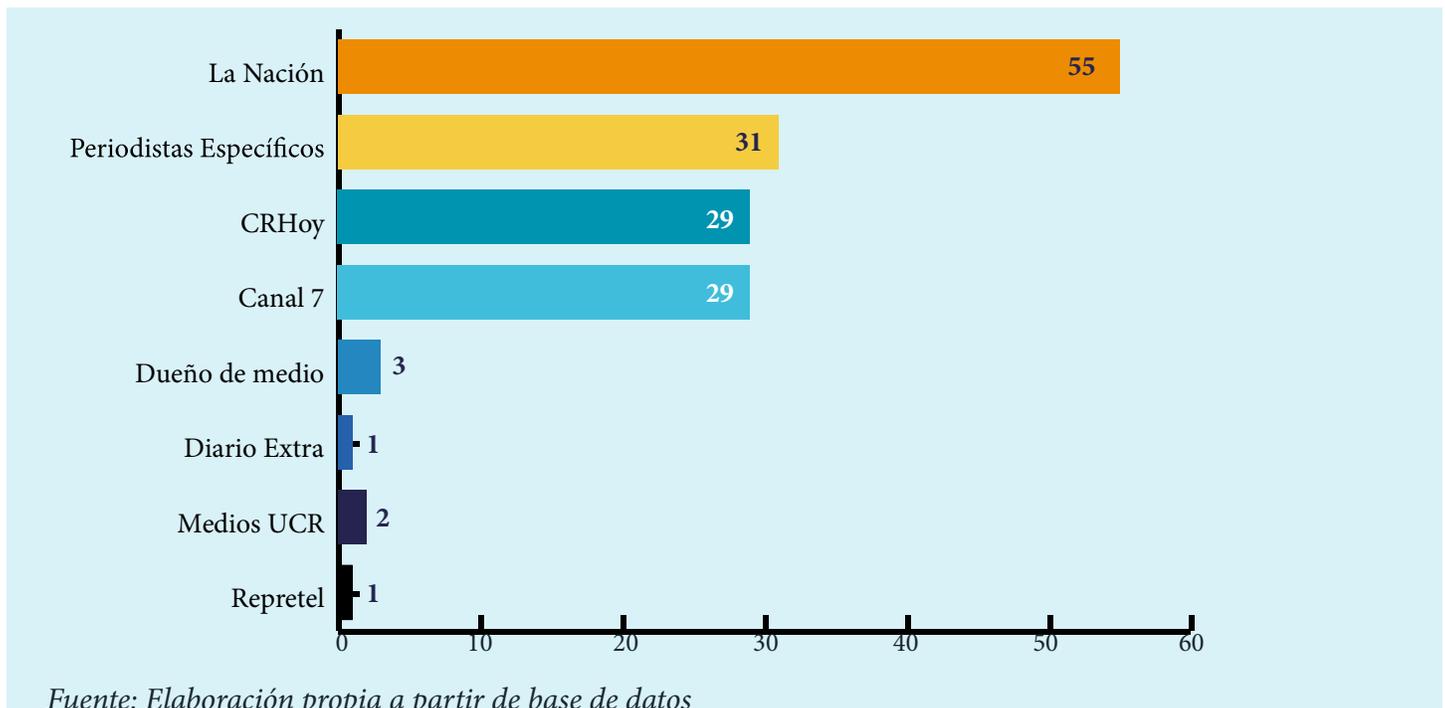
Los ataques directos registrados se dirigen, mayoritariamente, a La Nación, Teletica y CRHoy, así como a periodistas específicos. Hay algunas menciones a Noticias Repretel y a Diario Extra, pero son comparativamente menores (Figura 5.4). Una intervención clasificada como ataque directo puede tener más de una mención a un medio o periodista. De hecho, usualmente los tres medios más señalados eran mencionados de manera conjunta. Por esa razón, la suma de la cantidad de medios o periodistas nombrados (151) es superior a la cantidad de mensajes registrados como ataque directo (100).

El periódico La Nación es atacado directamen-

te en al menos 55 ocasiones. El primer registro ocurre en la conferencia de prensa del 13 de julio de 2022, y el último en la del 24 de enero de 2024. En el discurso del presidente, el periódico La Nación es caracterizado como un actor hipócrita y alarmista, que miente, que distorsiona la información, que tiene un “*deseo absurdo*” de “*perjudicar al gobierno*” y que - en algunos temas - muestra una posición “ridícula”. Para Chaves, La Nación está “desinformando al pueblo de Costa Rica” a través de publicaciones que son “*mentiras*” o “*mentiras a medias*”, “*indirectas*”, ataques “*sin balance*”, “*rumores anónimos*”, “*afirmaciones falsas*”, o “*escandalillos baratos de gente chismosa que no hace su investigación como reporteros*”. Además, según el mandatario tanto él como su gobierno han sido objeto de un ataque “*ensañado*” (sic), de “*mala fe*”, “*sin balance*” y “*distorsionador*” por parte de este diario, sus periodistas y el grupo económico al cual pertenece.

Chaves articula dos eventuales explicaciones para estos supuestos “ataques” que recibe de La Nación. En primer lugar, los relaciona con una especie de represalia mediática por no ser sumiso ante grupos poderosos. De acuerdo a sus intervenciones, tanto La Nación como el grupo económico al cual pertenece, forma par-

Figura 5.4 Menciones a medios en intervenciones negativas clasificadas como ataques directos.



te de los “medios con corona” o los “ticos con corona”, los cuales se habían acostumbrado a ser “intocables” por “relaciones familiares” o “poder económico”.

Este grupo de personas, en opinión del mandatario, se molestó con él - y por tanto le brindan una cobertura “negativa” a su gobierno - porque no lo pudieron doblegar en sus posiciones. Para Chaves, esto es un logro significativo dado que estos actores tienen mucho poder en el ámbito nacional, tanto que antes, según su perspectiva, podían “quitar o poner ministros o presidentes”. Una de las intervenciones más emblemáticas de este discurso ocurrió el 13 de julio de 2022, a propósito del cierre del Parque Viva. En dicha ocasión, Chaves señaló:

“Esto no se trata de libertad de expresión. Se trata de un grupo empresarial que piensa que, por sus apellidos y abolengo, tiene la libertad de hacer, como diría la señora de Purral, lo que le da su santa y regalada gana (...) Eso se acabó desde el 8 de mayo de 2022. Los integrantes de ese grupo se creen una monarquía porque lo eran, porque los gobiernos anteriores, incluyendo a los expresidentes que hoy se rasgan la ropa, les permitieron ser una monarquía. No pueden creer estos señores feudales auto coronados que un gobierno del pueblo y para el pueblo tenga la osadía, la falta de respeto (...) de querer ponerlos a operar conforme a la ley que rige a los mortales (...) ¿Saben qué? En Costa Rica nadie tiene corona, mucho menos mientras yo, Rodrigo Chaves Robles, del Barrio de la Soledad, sea presidente de la República, sin abolengo, sin fortuna de nacimiento. Esto no se trata de la libertad de prensa”

La otra razón que Chaves brinda para explicar el por qué es atacado por La Nación se relaciona con el aspecto económico. Según su discurso, quienes trabajan en este periódico le brindan una cobertura “negativa” debido a que decidió “democratizar” la pauta oficial. Esto significa un inconveniente para La Nación debido a que, según su perspectiva, la empresa propietaria del medio tiene serios problemas financieros. En un comentario realizado el 17 de mayo de 2023, el mandatario se refiere a la redistribución de la publicidad que realizó Kolbi, donde La Nación salió perjudicada. Específicamente, Chaves señaló:

“¿La pregunta suya es si CRHoy, La Nación y Canal 7 están llorando porque ya no chupan tanto de ... o ya no se alimentan tanto del presupuesto de la pauta? (...) En este caso, las primeras páginas de La Nación, de mi interpretación, (...) se deben a que quieren seguir teniendo un monopolio de la pauta del gobierno”

En la mayoría de las intervenciones donde se registran ataques contra La Nación, el mandatario se presenta a sí mismo y a su gobierno como una víctima. Es decir, en su discurso se plantea que existe una cobertura periodística negativa como respuesta a acciones necesarias del Poder Ejecutivo. Si el Grupo Nación les ataca es porque el cambio de gobierno trajo consigo una “nueva era” donde se trabaja para el “pueblo” y no para las élites; y porque existe una preocupación supuestamente legítima por defender ciertos derechos. Por lo tanto, para Chaves lo que existe es una especie de venganza empresarial que se manifiesta en la cobertura periodística, y no un trabajo profesional y acucioso para revelar temas de interés público.

El análisis de las intervenciones clasificadas como “ataques directos” también reveló que el segundo grupo más señalado es el que conforman periodistas específicos. A estos profesionales se les ataca con señalamientos públicos, burlas, críticas al trabajo periodístico que realizan o frases irrespetuosas e intimidatorias dichas como parte de una respuesta.

Esto ocurre porque en este espacio Chaves juega un papel protagónico y tiene, además, un liderazgo y control total sobre los tiempos, ritmos y espacios físicos de la actividad. Es un lugar simbólico y físico que él maneja y administra; y donde tiene cierta ventaja con respecto a periodistas o representantes de medios, lo que permite que pueda señalar, burlarse o atacar sin ningún tipo de respuesta o contrarréplica. En las conferencias del presidente Rodrigo Chaves manda él y nadie más.

Por ejemplo, en la conferencia del 26 de abril de 2023 el mandatario le dijo a un periodista que debería “afinar el oído de vez en cuando” antes de contestarle una pregunta sobre un tema presupuestario. El 30 de noviembre de 2022 le respondió a otro comunicador que “ojalá ahora sí ya le entren los numeritos” como una forma despectiva de indicarle que no estaba comprendiendo un asunto gubernamental.

Los otros dos medios mencionados directamente son CRHoy y Canal 7, con 29 señalamientos directos cada uno. En el caso de CRHoy varios de los ataques se relacionan con el supuesto caso de evasión fiscal de su dueño y accionista principal, el empresario Leonel Baruch; mientras que las menciones hacia Canal 7 están más relacionadas con su cobertura periodística, sus contenidos o su línea editorial con respecto a determinados temas.

Los reclamos a prácticas periodísticas ocupan el segundo lugar de la clasificación general de intervenciones hacia medios. En este caso, en la categoría se agrupan una serie de manifestaciones que ha realizado el mandatario a lo largo del período de estudio para señalar que los medios ignoran ciertas noticias positivas del gobierno, o para reclamar el hecho de que no se les consultó antes de publicar un reportaje. Un ejemplo de este tipo de intervenciones ocurrió el 2 de marzo de 2023. En esta fecha, el presidente dijo:

“Amigos y amigas, compatriotas, yo sé que algunos medios que se consideran importantes en este país no le han contado a usted, ni siquiera publicaron una palabra sobre lo que es el proyecto más importante de renovación urbana y de racionalización del gasto público de este país (...) en décadas y décadas, 50, 100 años, yo no sé, que es la ciudad gobierno.”

En tercer lugar, de la clasificación general construida se encuentran los ataques indirectos a medios. En estos 33 mensajes, el presidente generaliza y, sin brindar nombres específicos, critica ciertas prácticas periodísticas que, para él, son antiéticas y revelan intenciones de hacerle daño tanto a él como a su Gobierno. A través de este tipo de mensajes, se ha amenazado a comunicadores y se ha tratado de desacreditar el trabajo de las personas que ejercen el periodismo en el país, a quienes se les ha acusado de forma abstracta de fomentar la violencia política, desinformar o realizar su trabajo de manera malintencionada.

El 20 de julio de 2022, por ejemplo, el mandatario indicó que tenía a varios periodistas anotados en una especie de lista que podría, eventualmente, hacer de

conocimiento público. La razón para que fueran parte de ese listado es que, según su criterio, publicaban notas en contra del gobierno. En esa ocasión, Chaves amenazó de la siguiente manera:

“Ya tengo a dos o tres periodistas ya, les estoy coleccionando las mentiras y las distorsiones que tienen, y a mí me dolería mucho tener que soltarlas ya, con nombres y apellidos... porque van a decir que es un ataque a la prensa, pero es que ya se les fue la mano verdaderamente. Ya pasaron todos los límites de decencia... ¿Tienen la libertad para mentir? Absolutamente, sigan mintiendo. ¿Tengo yo la responsabilidad de apuntar esas mentiras? Creo que sí, pero ese tema seguirá después”

Utilizando una estrategia de ataque indirecto similar, el 7 de junio de 2023 el mandatario afirmó que habían muchas maneras de utilizar la violencia política. Sin mencionar ningún nombre de periodista o medio, en aquella ocasión denunció que:

“Hay violencia que tiene una sonrisa, y un guante de seda y un puñal que se acerca a uno para darle un abrazo. De eso hay muchísimo. Y yo lo digo: hay, por ejemplo, las publicaciones de muchos medios, que tratan de hacerlo de esa manera... tratan de no gritar y de decirlo suavemente, pero el mensaje es violento, distorsionador y mentiroso”

Dos ejemplos adicionales ocurrieron el 12 de abril de 2023 y el 9 de enero 2023. En la primera fecha, el mandatario utilizó la metáfora de un “asesinato mediático” para referirse a la presión política que recibió la entonces ministra de salud, Joselyn Chacón, debido al supuesto pago de trolas para atacar a periodistas y políticos críticos con el Gobierno. En aquella ocasión, Chaves afirmó:

“Yo soy fuerte, y la gente sabe lo que yo pienso. Y

pienso lo que digo, y digo lo que pienso. Yo he dicho que a doña Joselyn la asesinaron ciertos medios canallas.... poquitos... Yo no estoy hablando de la prensa, estoy hablando de medios particulares. La asesinaron mediáticamente, la acosaron psicológicamente, etcétera, y coincidió eso con lo de la mamá. Y yo tuve una conferencia, creo que fue un 9 de enero donde hablé de la manera más firme contra ese canalla o canallas que estaban atacándola”

La violenta figura del asesinato también está presente el 9 de enero de 2023. En esta fecha, Chaves afirmó nuevamente, sin decir nombres ni señalar medios concretos, que entre la prensa costarricense existían sicarios políticos. Frente a un comunicador que le pedía una aclaración para saber si él estaba incluyendo a periodistas dentro de esa figura que ejecuta una acción criminal, el presidente reafirmó su posición. Concretamente dijo que existían sicarios no solo entre perfiles anónimos de internet, sino también entre periodistas:

“Y a periodistas de medios. Yo soy muy transparente. No solo a este sujeto. Son sicarios políticos de ciertos medios que se han dedicado a atacar a esta ministra sin ninguna razón (...) Sí, hay sicarios políticos en Costa Rica. ¿Qué significa sicarios? Sicario es una persona que, a sueldo, se dedica a asesinar (...) Asesino a sueldo, la presunta persona contratada por gente para acabar con otras personas. Sí, hay sicarios políticos en Costa Rica. No todos los de la prensa, gracias a dios. Son pocos los sicarios, y pocos los contratantes de esos sicarios”

La categoría de imprecisiones al informar son el cuarto tipo de intervenciones negativas más presentes en el discurso de Chaves. En este caso, se trata de 29 comentarios donde el mandatario realiza críticas al contenido de ciertas noticias sin llegar a afirmar, abiertamente, que se trata de una mentira. Por ejemplo, en ocasiones señala que algunas publicaciones de medios buscan desinformar a las personas. En otras, habla de errores en la cobertura de ciertos temas o de contenidos

que se presentan de forma distorsionada o irresponsable para construir escándalos en la opinión pública que afecten al gobierno.

La quinta categoría más numerosa en la clasificación general es el señalamiento directo de que los medios mienten. Se trata, junto con los ataques indirectos, de una de las más peligrosas formas de generar un ambiente hostil en contra de los medios, en tanto generaliza y erosiona la confianza en el ejercicio de la práctica periodística.

Son 29 ocasiones en las que el mandatario asegura que los medios publican mentiras. La primera ocasión en la que realiza una aseveración de este tipo se registra el 18 de mayo de 2022, en una de sus primeras intervenciones públicas frente a la prensa. En esa fecha, Chaves se refirió a la filtración de una directriz donde el entonces jefe de su despacho y actual ministro de Comunicación pedía considerar no brindar información a los medios (Corrales, 2022). En aquél momento comentó:

“Consideramos que es falso. Yo soy muy claro: lo que publicó La Nación y replicaron los otros diarios son mentiras, rumores anónimos donde el periódico no tuvo la consideración de llamar a preguntar si era cierto (...) Lo que publicó La Nación son mentiras”

El 25 de enero de 2023, cuando se refería al supuesto caso de evasión fiscal por parte del dueño del medio digital CRHoy, el presidente realizó una advertencia a su audiencia sobre la supuesta falsedad de algunos contenidos periodísticos. En esa ocasión, señaló que *“hay gente que no le interesa comunicarle a usted la verdad”*. Esa vez, también realizó la siguiente consulta:

“¿Y qué costarricense piensa (...) que ningún medio de este país ha mentado o manipulado la información para lograr ciertos objetivos políticos? Entonces, el hecho de tener un medio de comunicación no debería darle a nadie una patente de corso, como llamaban los ingleses, para ir a hacer lo que le dé la gana, a donde le dé la gana, como le dé la gana y escudarse

depués de la libertad de prensa”

El señalamiento de que existe enojo o molestia por parte de los medios debido a la pérdida de poder o privilegio ocupa el sexto lugar en la clasificación general. Los comentarios ubicados en esta categoría permiten observar la explicación que el mandatario brinda con respecto a ciertas actitudes de la prensa. Mientras que, en las otras intervenciones, el mandatario únicamente acusaba, aquí es donde brinda cierta explicación, desde su posicionamiento, del por qué su tensa relación con la prensa. Es importante señalar que, en las intervenciones clasificadas en esta categoría, no se menciona un medio concreto o específico. Son alocuciones sobre los grupos económicos de la comunicación en general.

Para el presidente Chaves, en Costa Rica hay grupos económicos que han perdido poder, y eso es lo que sustenta la posición de ellos en contra del gobierno. Es decir, las informaciones críticas contra el Poder Ejecutivo que se publican no se explican por el deseo de informar o buscar la verdad, sino por una pérdida de estatus o de privilegios políticos, sociales o económicos. En reiteradas ocasiones, frente a denuncias por malas actuaciones de integrantes de su gabinete o tras consultas sobre temas de preocupación de la ciudadanía, el mandatario recurre a la misma estrategia explicativa.

El 17 de mayo de 2023, por ejemplo, el mandatario se refirió a la pérdida de privilegios políticos tras una noticia del diario El Universal de México sobre una supuesta negociación entre integrantes del Gobierno y el narcotráfico. En esta ocasión, Chaves argumentó que la publicación ocurrió, en parte, como una forma de venganza de los medios tradicionales ante la pérdida de influencia en el Poder Ejecutivo. Varias de las respuestas brindadas ese día tienen este mismo hilo argumental:

“Los tres medios tradicionales gracias a Dios, ya ni quitan ni ponen presidentes, ni quitan ni ponen ministros (...) Por primera vez en muchísimos años esos tres medios y algunos otros, más chiquitos (...) no podrán quitar ni poner presidentes, ministros, porque (...) el pueblo de Costa Rica no les va a servir de cómplice (...) ¿Usted tiene alguna duda de que los periódicos y los medios tradicio-

nales de antes ejercían influencia, para ponerlo de una manera más diplomática, los nombramientos de los ministros y los presidentes?”

Precisamente, muy relacionada con esta argumentación se encuentra la última categoría de clasificación de los mensajes negativos. En 16 comentarios registrados, el mandatario también vincula la cobertura crítica de ciertos medios a la existencia de intereses o agendas ocultas que no se hacen de conocimiento de la ciudadanía. En estas intervenciones, el hilo argumental central es que hay intereses económicos y políticos detrás de algunas noticias que no son comunicadas de manera honesta.

El 26 de abril de 2023, el presidente Chaves señaló que el Semanario Universidad ocultó la aprobación que tiene la fracción oficialista en el Congreso de acuerdo con una encuesta realizada por el CIEP, perteneciente a la misma casa de enseñanza. En esa fecha, la cabeza del Poder Ejecutivo dijo:

“Pero no dice el Semanario UNIVERSIDAD que la fracción de gobierno tiene una aprobación neta superior de 3.14. Entonces, costarricenses, lo que a usted le cuentan ciertos grupos de interés a través de los medios que ellos controlan, como el caso del Semanario Universidad y de la Universidad y de CRHoy, no se lo cuentan para informarle con objetividad. Se lo cuentan para influenciar su opinión a propósito y con una agenda”

Esta tesis de las agendas opacas en medios le permite al mandatario construir un relato en donde existe una supuesta coordinación, conspiración o alianzas de sectores que, son diversos ideológicamente, pero tienen como punto en común hacerle daño al Ejecutivo para que no pueda continuar realizando cambios profundos en el Estado. El 28 de junio de 2023, el mandatario ofrece una intervención que sirve para ejemplificar esta tesis de la supuesta existencia de intereses ocultos:

“Nosotros estamos tocando intereses profundos, poderosos, que además han hecho un maridaje rarísimo, gente que por años se enfrentaron unos

a otros. Fíjese *La Nación* y las Universidades Públicas. El medio *La Nación*, por años, les arrebataban con el FES. Ya cambiaron las tónicas y se están uniando muchos grupos para atacar en un frente común a un Gobierno que tiene el apoyo de la población. Entonces, le toca al pueblo de Costa Rica decidir cómo quieren ellos manifestar el apoyo del Gobierno”

Como se evidencia, las intervenciones negativas del presidente presentan una tendencia a atacar directa o indirectamente a medios y a periodistas. Discursivamente, el mandatario se coloca en una posición de víctima de los medios de comunicación. Según su relato, los medios supuestamente le atacan porque han perdido poder, han perdido pauta o porque no están de acuerdo con la defensa de los derechos y del país que él realiza. Si bien esta argumentación no se sustenta con hechos reales o fácticos en la mayoría de los casos, lo cierto es que es la forma que utiliza el mandatario para explicarle a sus interlocutores o simpatizantes, en el marco de la conferencia de prensa, el por qué suceden las cosas que suceden con los periodistas y los medios de comunicación.

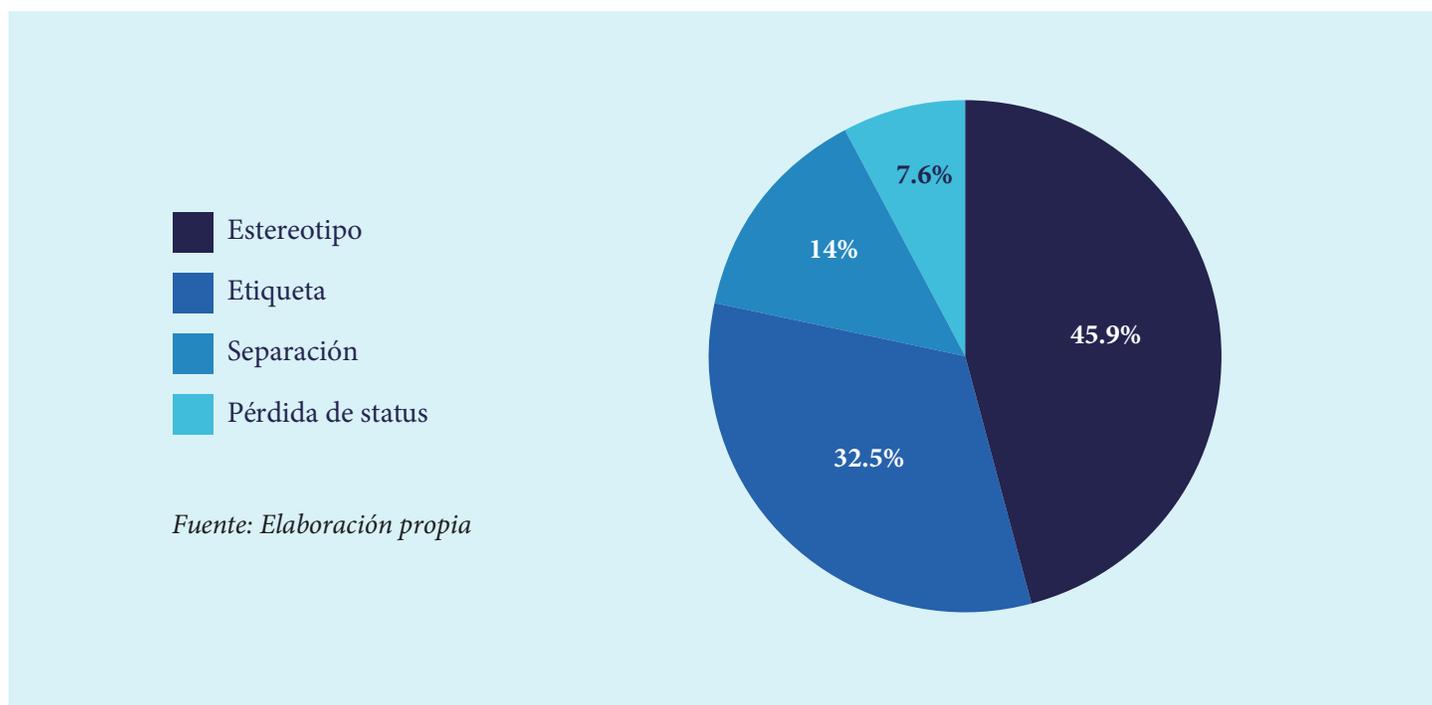
5.5.3. Análisis sobre los discursos estigmatizantes

El análisis de las intervenciones negativas del presidente Chaves se profundizó mediante un estudio del proceso de estigmatización que realiza Chaves en contra de la prensa, los medios y las personas que ejercen el periodismo en el país. Metodológicamente, se utilizó la propuesta de Fairclough y Fairclough (2012), adaptada por Reyna (2024), sobre estigmatización y discursos estigmatizantes en contra de la prensa.

Las 287 intervenciones negativas se volvieron a analizar para ver si era factible aplicarles la tipología seleccionada para este estudio. Dicho ejercicio excluyó 130 mensajes e identificó 157 comentarios negativos que sí se podían ubicar en las categorías predeterminadas.

Al realizar este ejercicio se observa que 72 de los mensajes (un 45,86% de los 157 mensajes) conllevan un estereotipo (Figura 5.5). El resto de los mensajes se distribuyen de la siguiente manera: 51 intervenciones presentaban una etiqueta contra algún medio o periodista (32,48%), 22 de los mensajes hacían referencia a una separación entre medios y periodistas (14,01%) y un total de 12 señalamientos hablaban de una pérdida de estatus (7,64).

Figura 5.5 Mensajes negativos asociados a discursos estigmatizantes en contra de la prensa.



Como se señaló, un proceso de estigmatización implica relacionar una etiqueta con un estereotipo. En este caso, un ejercicio inductivo permitió identificar las principales etiquetas y estereotipos que utiliza el mandatario en estos mensajes de connotación negativa (Tabla 5.1).

Como se observa, el presidente Chaves alude en la etiqueta más utilizada a 3 medios de comunicación. Probablemente, se trata de los 3 medios que más ataca: La Nación, Teletica y CRHoy. No obstante, prefiere utilizar una estrategia de etiquetamiento que se caracteriza por la ambigüedad y la generalización.

El mandatario no crea etiquetas específicas para medios o periodistas concretos, sino que utiliza categorizaciones lo suficientemente amplias y abstractas como “*algunos medios*”, “*ticos con corona*”, “*sicarios políticos*” o “*medios canallas*” que le posibilitan incluir o excluir a cualquier actor según su conveniencia o preferencia. Estas etiquetas las trata de vincular discursivamente con estereotipos que se relacionan, fundamentalmente, con la mentira, la desinformación, la ausencia de integridad

ética y la manipulación.

La vinculación entre estas etiquetas y los estereotipos es vital para brindar coherencia discursiva al relato de que el Gobierno y el mandatario son víctimas de quienes ejercen el periodismo en Costa Rica, debido a los cambios positivos que impulsan y que no le gustan a ciertos grupos de poder ocultos.

Si un medio es honesto, informa con veracidad y prontitud, adhiere altas normas éticas y profesionales, y se preocupa por el interés público del país no es creíble que sea un victimario. Por el contrario, si miente, desinforma, manipula, es malintencionado y no tiene ningún tipo de escrúpulo profesional, periodístico o ético es completamente factible que busque hacer daño a quienes impulsan el bien común de Costa Rica. Un medio o un periodista con estas características profundamente negativas puede ser entonces un asesino a sueldo, un “*sicario*” que se vende al mejor postor, o un “*canalla*” despreciable y ruin que tiene malos procederes. Este es el centro de la estigmatización que el mandatario procura instalar con su discurso en el debate público.

Tabla 5.1 Principales etiquetas y estereotipos registrados en el discurso del presidente Chaves.

Categoría	Registro	Cantidad Registrada
Principales etiquetas	Tres medios	21
	Algunos medios	11
	Ticos con corona	10
	Sicarios políticos	6
	Medios canallas	3
Principales estereotipos	Mentirosos	37
	Desinformadores y Manipuladores	21
	Escandalosos	6
	No informan	4
	Malintencionados	3
	Sin integridad ética	1

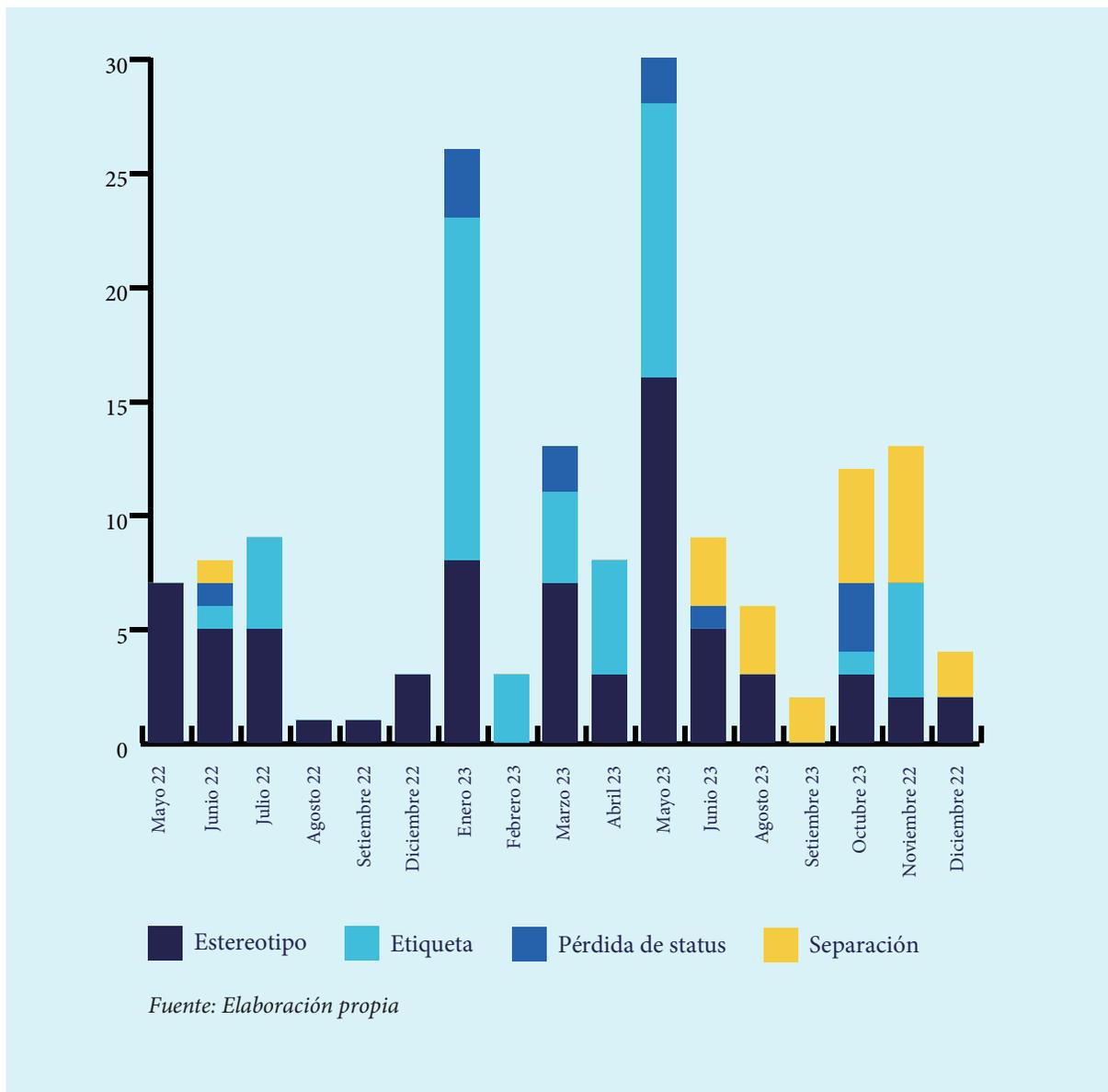
Fuente: Elaboración propia.

Evidentemente, para el presidente es indispensable consolidar esta estigmatización entre sus simpatizantes y en el ámbito nacional. Es la única forma de instalar en el país un relato diferente al que posicionan investigaciones empíricas, periodistas, organizaciones de defensa de los derechos humanos, los expresidentes y ex presidenta de la República, instituciones académicas y partidos políticos en relación con la libertad de prensa. Si esta estigmatización se consolida es posible difundir la idea de que no se trata de una erosión real de la libertad de prensa y de expresión, sino de un ataque coordinado entre medios que buscan hacerle daño a un gobierno que, desde su perspectiva, impulsa cambios

positivos en el país.

La categoría de “separación” hace su primera aparición en junio de 2023, y se mantiene constante durante todo el segundo semestre de ese año (Figura 5.6). En este período los mensajes ubicados en esta categoría superan en número a los mensajes de etiquetamiento o de estereotipación. Es coherente con el análisis que este tipo de mensajes no aparezcan al inicio del periodo de estudio, pues primero se debe instalar y consolidar una o varias etiquetas y relacionarlas a estereotipos específicos con el fin de luego procurar una separación entre unos y otros.

Figura 5.6 Cantidad de mensajes en categorías de estigmatización según mes.



Los mensajes de separación buscan crear una división artificial entre medios de comunicación. Por un lado, se encuentran los “tres medios”, “algunos medios”, los “medios canallas” y demás etiquetas y, por el otro, se encuentran quienes sí son responsables y veraces. Evidentemente, la ubicación en un grupo o en el otro la realiza el mandatario de acuerdo con criterios establecidos por él, completamente arbitrarios y nunca formalmente comunicados, en una acción para la cual es indispensable la ambigüedad de las etiquetas.

En este proceso de separación entre medios y periodistas que realiza el presidente juega un papel esencial la conferencia de prensa. Discursivamente, el mandatario señala varias veces que los medios que sí informan son aquellos que están presentes en esta actividad semanal, y que validan la dinámica que instala en dicho espacio. El 9 de septiembre, por ejemplo, dijo lo siguiente: “Vamos bien Costa Rica, gracias a los medios de prensa que si quieren informar y venir a ser acuciosos y hacer preguntas aquí”. En el mismo sentido, el 11 de octubre de 2023, el mandatario fue más explícito en esta separación. En esa ocasión, afirmó:

“Aquí yo sigo los comentarios para ver cómo reacciona la gente, por lo menos de Facebook. Hay alguien que creó un gran debate, si usted quiere verlo en su casa, sobre qué son medios serios y qué no son medios serios, y que por qué dónde están los medios serios. Y yo lo que le digo a la gente es que yo no descalificaría a los que vienen a hacer preguntas aquí, a los que sí van a informar. Y yo quiero que ustedes sepan que los medios, para ponerlo en palabras tradicionales, “grandes” como La Nación, CRHoy, Canal 7, no vienen a cubrir esto”

El 15 de noviembre de 2023, el mandatario insistió en la idea de que, en Costa Rica, operan dos tipos de medios de comunicación, unos que le acusan en instancias internacionales, y otros que no; unos que formaban parte de un monopolio informativo que esparcía falsedades y otros que no integran ese colectivo. Con el actual Gobierno, afirmó en esa ocasión, este segundo grupo de medios ha logrado, finalmente, participar en el debate público. Su mensaje en aquel momento fue el

siguiente:

“Tenemos dos tipos de prensa, unos que me acusan al SIP (Sistema Interamericano de Prensa). De hecho, ayer me enseñaron un... el Colegio de Periodistas de Costa Rica, que Dios los bendiga, se fueron a la Federación de Sindicatos de Periodistas de América Latina a decirle a la Federación que le pidiera a PrensaAmérica que no me diera el premio. Colegio de Periodistas, Federación, Prensa América.... Vea, yo no voy a decir que simplemente... pueblo de Costa Rica... El rompimiento de ese monopolio que nos fregó en balance, en mi apreciación, genera riesgos, fake news, como se llama, cosas ofensivas. Pero fake news ha habido desde que Gutenberg inventó la imprenta de prensa aquella de darle vuelta a la manija, ha habido fake news siempre. Antes había un monopolio de fake news y de mentiras y de información que solo tres o cuatro medios en Costa Rica podían hacer. Entonces eso es lo que yo celebro y por eso recibo este premio con orgullo porque es de la gente que le trajo un desafío a los medios de prensa, ayer me dijeron algunos, en algunos países, a los mentirosos de siempre. Muchas gracias.”

Finalmente, están los mensajes que buscan posicionar la pérdida de estatus de los medios. En estos casos, se trata de comentarios que insisten en la idea de que los medios etiquetados han perdido credibilidad, influencia, poder o circulación entre la población. Procesalmente, este tipo de mensajes aparecen de manera constante al final de todo el proceso de etiquetamiento. Por eso, también es coherente con el análisis que numéricamente no sean tan relevantes en comparación con las otras categorías. Y justamente por esa misma razón es que, eventualmente, podrían ir aumentando conforme el cuatrienio siga avanzando.

Ahora bien, más allá de la parte numérica es relevante anotar el hecho de que el discurso del presidente Chaves se encuentra alineado con los tipos de mensaje que conforman un discurso estigmatizador en contra de la prensa. Más allá de los ataques y los reclamos ano-

tados en la primera parte de este estudio, lo cierto es que el análisis de las intervenciones indica que existe un proceso discursivo de etiquetar, estereotipar, separar y promover una pérdida de estatus entre la población de ciertos medios y periodistas del país. Es decir, se encuentra en marcha un proceso de estigmatización en contra de la prensa.

5.6. Conclusiones

En el debate público, la palabra de un presidente tiene peso simbólico, político y discursivo. Un discurso estigmatizante por parte de una autoridad política nacional lo suficientemente difundido, aceptado y consolidado puede mover las fronteras de lo políticamente aceptado, y crear nuevos límites sobre lo que es permitido decir o hacer en contra de quienes ejercen el periodismo en un determinado lugar. Esa es una de las funciones de los discursos que estigmatizan esta institución y práctica: crear y consolidar nuevos sentidos comunes en torno a este oficio y sobre lo que significa en un régimen democrático.

Si una autoridad pública, desde su posición de poder privilegiado, puede atacar, ridiculizar y/o estigmatizar el trabajo de quienes se dedican al periodismo sin sanción social ni reprimenda política alguna, se puede generar un “efecto cascada” en el cual dicho lenguaje es replicado, en distintos niveles, tanto por otras personas funcionarias como por simpatizantes. En determinados contextos, esto puede promover un clima de confrontación, o inclusive de violencia, para quienes quieran expresar libremente sus ideas o pensamientos.

Es completamente válido expresar críticas a medios, periodistas y grupos económicos vinculados al mundo de la comunicación. De hecho, en ediciones pasadas del informe donde se publica este artículo se han hecho oportunamente señalamientos sobre el rol de las empresas comerciales dentro del ecosistema mediático nacional. Por ejemplo, se ha insistido en la necesidad de que exista un mayor pluralismo y más diversidad en el sistema de medios. También, se ha señalado que es indispensable robustecer el marco jurídico de la radiodifusión para así tener un modelo mucho más democrático y representativo de nuestra sociedad.

Sin embargo, los señalamientos y las intervenciones recopiladas en este artículo son problemáticas porque su objetivo no es defender principios democráticos sino crear adversarios. Son comentarios que generalizan y buscan reproducir la idea de que quienes ejercen el periodismo son enemigos de la democracia y del desarrollo del país. No se busca generar un entorno propicio para el ejercicio de los derechos comunicativos, sino que se busca estigmatizar a personas específicas y medios concretos con el fin de erosionar su credibilidad en el debate público nacional, además de instalar etiquetas y estereotipos que pueden ser utilizadas en contra de cualquiera que pretenda realizar un cuestionamiento al discurso oficial.

Teniendo clara la peligrosidad de este tipo de discurso es posible señalar algunas conclusiones del análisis realizado. Primero, el discurso que el presidente de la República emite en las atenciones semanales de prensa en relación con los medios, las personas que ejercen el periodismo y los grupos económicos de la comunicación del país es mayoritariamente negativo. Empíricamente, se comprobó que la cantidad de intervenciones con una connotación negativa superan, por mucho, a los comentarios de carácter positivo.

Segundo, el análisis de las intervenciones negativas demostró que el presidente opta, mayoritariamente, por atacar directa o indirectamente a medios, periodistas y grupos económicos de la comunicación. La suma de estas dos categorías alcanza un 45% de los comentarios negativos. El presidente señala a medios particulares (La Nación, CRHoy, Teletica), pero también realiza ataques indirectos sobre la práctica, la institución y el ejercicio periodístico del país con un enfoque profundamente negativo.

Tercero, el discurso del presidente busca construir un relato de que es una víctima de los medios. Según su perspectiva, la cobertura de los medios y de las personas periodistas se puede leer como una represalia de grupos poderosos que no están de acuerdo con los supuestos cambios positivos que está realizando en el país. En este posicionamiento, Chaves es un líder que encabeza un Ejecutivo que resuelve problemas históricamente postergados, y que se está enfrentando a poderosos grupos empresariales que controlan los medios, y los cuales buscan desestabilizar al Gobierno mediante

una cobertura informativa negativa, llena de falsedades y mentiras.

Cuarto, el artículo corroboró que, en las intervenciones del mandatario, se está articulando un discurso estigmatizador en contra de la prensa. El uso de las categorías propuestas por Fairclough y Fairclough (2012), adaptadas por Reyna (2024), evidencian la existencia de un claro proceso de etiquetado, estereotipación y separación que buscan generar una pérdida del estatus social que tienen los periodistas y medios del país.

Como se anotó, Chaves ha generado varias etiquetas para medios críticos, algunas que aluden a empresas concretas (“los tres medios”) y otras mucho más ambiguas, y lo suficientemente flexibles para incluir a quienes él crea conveniente (“algunos medios”, “medios canallas”, “sicarios políticos”). Estas etiquetas las ha buscado vincular con atributos negativos, que son especialmente dañinos en el caso del periodismo y la comunicación. Para el mandatario, los medios que encajan dentro de estas etiquetas son mentirosos, manipuladores, hipócritas, desinformadores, malintencionados y sin integridad ética. Son medios que buscan generar morbo y escándalo, y que mienten sin pudor alguno en los contenidos que publican.

Evidentemente, la relación que busca establecer entre estas etiquetas y sus estereotipos tiene como fin destruir la credibilidad de profesionales y empresas de la comunicación. La destrucción de esta credibilidad es fundamental para anular su influencia y participación en el debate público, pues si el desempeño profesional de quienes buscan informar a un país desaparece, las personas que ejercen el periodismo pierden su “autorización” y función simbólica dentro de la sociedad (relacionada con buscar y publicar la verdad real de los hechos), pierden también su principal razón de existencia. En el fondo, es una manera de evitar que estas personas ejerzan no solo su libertad de prensa a través de un medio de comunicación, sino también su derecho a expresar sus ideas y su pensamiento. No se trata entonces de un discurso de defensa, donde Chaves es una víctima, sino de un proceso de estigmatización, que busca dañar la credibilidad del periodismo en el país, y que tiene todo el potencial de erosionar la libertad de expresión en Costa Rica.

Lo peligroso de este proceso de estigmatización es que podría ser replicado. Es posible que se pueda producir un “efecto cascada”, en donde este mismo discurso sea replicado por otras autoridades públicas o por simpatizantes o adherentes del movimiento político del presidente. Es decir, podría no ser un discurso que desaparece una vez que el presidente deja el poder sino que se asienta y consolida entre distintas capas de la población, con las consecuencias que ello podría generar a mediano o largo plazo.

Ahora bien, más allá de estos peligros latentes, los hallazgos de este artículo son una evidencia de que es indispensable y obligatorio continuar defendiendo la libertad de expresión y de prensa en el país. Es necesario promover condiciones para que se consolide un ecosistema mediático nacional que, además de plural en términos de propiedad y contenidos, sea lo suficientemente seguro y libre para que todos los actores y sectores puedan divulgar ideas, contenidos y pensamientos que provengan de las más variadas y diversas fuentes.

De igual forma, también es necesario continuar fortaleciendo y defendiendo la práctica y la institución del periodismo, ya que no es posible lograr estas metas sin la existencia de instituciones de prensa independientes, sostenibles, críticas y libres que puedan publicar contenidos de interés público, independientemente de lo que opine el poder.

CAPÍTULO 6

El uso de Tecnologías de la Información y la Comunicación y su relación con la brecha digital de género en la atención y prevención de la violencia contra las mujeres durante la pandemia por COVID-19

Yanet Martínez Toledo - María Laura Ulloa Martínez*

6.1 Introducción

Este capítulo tiene como fin analizar los impactos que la pandemia COVID-19 ha tenido en la profundización de la BDG (Brecha Digital de Género) en la atención institucional ante la Violencia contra las Mujeres (VcM) en Costa Rica durante el año 2020. Durante el año 2020 y en el marco de la pandemia del COVID-19 diversos organismos internacionales y nacionales manifestaron vía comunicados e investigaciones preocupación por el aumento de la VcM (ONU Mujeres, 2020). La pandemia ha representado:

Un desafío para las instituciones a cargo de la prevención, atención y sanción de las violencias contra las mujeres. El cierre provisional o parcial de los tribunales, el retraso de las audiencias, la orientación de la actividad policial hacia la vigilancia de las medidas impuestas, la reducción de la actividad y disponibilidad de los servicios de atención, las dificultades de desplazamiento de las/los operadores de justicia son tantas de las condiciones que han limitado el acceso a la justicia de las víctimas de violencia. Se añaden los obstáculos que las mujeres víctimas-sobrevivientes enfrentan para acercarse a los servicios de justicia o hacer aplicar medidas requeridas de protección (Roth y López., 2020, p. 1).

Desde el inicio de los confinamientos en marzo 2020 se reportó un aumento de las llamadas a los servicios de información, asesoramiento y consultas online: las líneas de ayuda registraron un aumento del 91% en Colombia, el 60% en México, y el 20% en los Estados

Unidos (Ruiz-Pérez y Pastor- Moreno, 2021, p. 389). Parte de los impactos de la pandemia en el aumento de la VcM se debe a que el confinamiento contribuyó al incremento de “los comportamientos de control de los maltratadores, incluidas las prácticas de aislamiento social” (p. 389). Esta situación representó y representa un reto para las instituciones encargadas del diseño e implementación de políticas centradas en la prevención y atención de la VcM.

La presente investigación tiene como fin analizar los impactos que la pandemia COVID-19 ha tenido en la profundización de la BDG (Brecha Digital de Género) en la atención institucional ante la VcM en Costa Rica durante el año 2020. Para ello, se indaga acerca el proceso de transición de la presencialidad a la virtualidad en la atención de VcM por parte del Instituto Nacional de las Mujeres (INAMU) atendiendo a tres dimensiones:

- Capacidades institucionales en la atención virtual previas a la pandemia (recursos, infraestructura, alfabetización digital de personas funcionarias, conocimiento de necesidades de personas atendidas por el sistema)
- Capacidades institucionales en la atención virtual en pandemia (recursos, infraestructura, alfabetización digital de personas funcionarias, conocimiento de necesidades de personas atendidas por el sistema)
- Estrategias generadas para la atención en virtualidad a víctimas de VcM

Yanet Martínez es doctora en Estudios de la Sociedad y la Cultura. Investigadora del Centro de Investigación en Comunicación desde 2013 donde ha trabajado las narrativas mediáticas de la violencia contra las mujeres. Además, investiga sobre violencia online contra mujeres en el ejercicio político. Es investigadora en el Centro de Investigación en Estudios de la Mujer (CIEM) de la Universidad de Costa Rica, desde 2017 donde desarrolla investigación sobre Brecha Digital de Género en Costa Rica. Es docente de la Escuela de Ciencias de la Comunicación Colectiva donde imparte cursos de Comunicación Inclusiva. Junto con investigadoras de Argentina y Costa Rica forma parte del Equipo Coordinador del Grupo de Interés Comunicación, Género y Diversidades del Congreso Latinoamericano de Investigación en Comunicación, ALAIC.

María Laura Ulloa Martínez es Bachiller en Trabajo Social por la Universidad de Costa Rica

Este capítulo permite realizar un acercamiento al papel que jugaron el uso de TIC en la atención de la VcM y cómo la BDG impacta en el acceso de las mujeres a la atención ante la VcM. Se espera que esta investigación contribuya a visibilizar la BDG como un componente estructural de las desigualdades de género que trasciende las dimensiones digitales y que repercuten en la vida offline, impactando la vida de las mujeres en distintos ámbitos.

Los resultados de la presente investigación permitirán reconstruir el proceso de atención de la VcM desarrollado durante 2020-2021. El mismo pretende ofrecer insumos a tomadoras de decisión en materia de prevención y atención de la VcM, especialmente al INAMU. Además, esta investigación contribuye a profundizar en los vínculos entre BDG, diseño de política pública en materia de Derechos Humanos de las Mujeres y VcM; campo poco indagado en los estudios de género, comunicación y las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC¹).

6.2 Marco conceptual

La brecha digital de género es en realidad una enorme brecha social que se sustenta en factores de exclusión como la capacidad económica, la disponibilidad de tiempo, los conocimientos, habilidades y experiencia, el bagaje cultural y lingüístico. Pero, además, la tecnología está diseñada por y para hombres, y esto resta protagonismo al papel de las mujeres en su desarrollo y uso. Las mujeres, sin embargo, forman un colectivo heterogéneo y si bien su realidad es distinta a la de los hombres también contiene situaciones muy diferentes en su interior (Vázquez y Castaño, 2011, p. 35).

Siguiendo también a Vázquez y Castaño se construyeron perfiles de usos de las TIC, describiéndolos de la siguiente manera: uso elemental, básico, avanzado y especializado (p. 37). Las autoras agregan a las categorías previamente acuñadas por OCDE (uso básico, avanzado y especializado) una categoría anterior a la que denominan elemental, considerándolo como el “uso de algunas herramientas genéricas (por ejemplo, los entornos de software más usuales, tipo Microsoft Office u otros similares) pero carecen de habilidades

¹ Siguiendo a Tello (2007) las TIC son: “el conjunto de herramientas, soportes y canales para el proceso y acceso a la información, que forman nuevos modelos de expresión, nuevas formas de acceso y recreación cultural” (p. 10).

básicas (por ejemplo, pueden escribir en Word pero apenas conocen las posibilidades del programa y de los distintos menús interactivos)” (p.37).

Para entender la Brecha Digital de Género (BDG) es importante leerla en su conexión con la brecha económica. Como expresa Navarrete (2011) debemos hablar de una economía del conocimiento (...) basada en la proliferación de servicios y no de industrias, las transformaciones del trabajo han favorecido las posibilidades de empleo para las mujeres hasta cifras muy elevadas, aunque el empleo al que acceden sea subalterno y de claro sesgo salarial –instaladoras, operadoras, mantenedoras de bases de datos, fabricadoras de componentes- (p. 19).

Existe una brecha de género en la participación en esta economía del conocimiento que a la vez se expresa en tres tipos de BDG: una primera vinculada con el acceso a infraestructura y servicios relacionados con las TIC. Una segunda brecha relacionada con los niveles de alfabetización mediática e informacional necesarias para el uso de las tecnologías y una tercera que tiene que ver con la profesionalización (Vázquez y Castellón, 2011).

Otro elemento importante relacionado con los tres tipos de BDG es que no todas las mujeres viven la brecha de igual manera (Navarrete, 2011, p.21). Si nos acercamos desde una perspectiva interseccional a la problemática. El acceso, uso y apropiación de las TIC se realiza en el marco de dinámicas de opresión/privilegio en las que se intersecciona identidades sexuales, clase, etnia, raza, edad o ubicación geográfica (Crenshaw, 1991; May, 2015).

Como se aprecia en los resultados que se comparten en esta investigación, las experiencias de mujeres y la superación de la BDG están marcadas por diferentes intersecciones que marcan a la vez sus relaciones con instituciones, políticas públicas, redes de organizaciones y otros espacios en los que los accesos, usos y apropiaciones de las TIC se dan de manera diferenciada, en dependencia de cómo las mujeres se relacionan con las mismas.

Es importante señalar que la BDG, aunque se materializa de manera individual en la vida de las mujeres, deriva de una relación en la que se articulan las

brechas económicas, en alfabetización mediática y digital, pero también brechas en los reconocimientos de derechos de identidad (de género en el caso de mujeres trans), étnica en el caso de la población indígena transfronteriza Ngöbe en Sixaola de Talamanca) que impactan en los accesos, usos y apropiaciones de las TIC.

Siguiendo lo anterior, y en diálogo con Vázquez y Castaño (2011) establecemos perfiles de acceso y uso de internet y de las TIC en general basadas en: las características de los accesos a TIC; la relación con instituciones encargadas de facilitar el acceso a TIC; la motivación individual y colectiva del uso; las interacciones generadas a partir del uso; y, la postura crítica ante las TIC.

Estos criterios se aplican transversalmente de manera que en la construcción de los perfiles se aplica una perspectiva interseccional que contribuye a entender la problemática más allá de las brechas de edad o económicas, vistas de forma aislada, para entender cómo estas condiciones se articulan y contribuyen a generar perfiles de usos de las TIC en los que se evidencia no solo las formas de exclusión institucional, comunitaria e individual; sino que permite visibilizar la agencia de las mujeres en la superación individual y colectiva de dicha brecha:

- **Región:** La región es importante en tanto permite entender las diferencias de acceso y apropiación entre centro y periferia. Es un indicador que no debe ser leído de manera aislada de los otros, ya que las condiciones de las mujeres varían en una misma región. De igual manera es importante identificar las tensiones que se generan entre centro y periferia, zonas rurales y urbanas en el acceso, usos y apropiación de las TIC.
- **Alfabetización digital:** Las características personales independientemente de las regiones: estudiantes y profesionales. La edad y los niveles de profesionalización también impactan en los usos de las tecnologías y los procesos de apropiación, en los cuales las mujeres desarrollan estrategias para superar las brechas étareas y económicas en el acceso y uso de las TIC (Martínez y Mendoza, 2024, p. 6).

- **Profesionalización:** Independientemente de las diferencias entre zonas geográficas el indicador de profesionalización, especialmente en el área STEM. Estas mujeres superan las brechas de uso y acceso a las TIC, para enfrentar diversas formas de exclusión y violencia basada en género en sus espacios de desarrollo académico y profesional. Este es también un espacio de reconocimiento y construcción de agencias narrativas, mediante la conformación de identidades de género y espacios seguros que permitan la prevención de la violencia (Martínez y Mendoza, 2024, p. 6).
- **Exclusión por identidad de género y etnia:** Los estudios de BDG tienden a centrarse en las dimensiones económica y étnica de la brecha como barreras para el acceso y uso de las TIC. En el caso costarricense se encontró que existe una relación entre el desconocimiento de derechos de identidad por parte de instituciones públicas y la carencia de política pública eficiente para la superación de la BDG de grupos y poblaciones (Martínez y Mendoza, 2024, p. 6).

Estas dimensiones permiten hacer una lectura de las BDG en las que se entrecruzan diferentes expresiones de violencia y exclusión que permiten visibilizar las desigualdades de género que se expresan tanto a nivel interpersonal como institucional. Con estas dimensiones se construye un mapa complejo que va desde las habilidades individuales hasta la creación de política pública para superación de la BDG.

La BDG influye también en el acceso de las mujeres a la información y a los servicios, especialmente cuando estos están mediados por plataformas digitales; y por tanto en los usos que puedan hacer de los mismos. Tanto los accesos como los usos a los servicios esenciales sufrieron cambios durante la pandemia por COVID-19, especialmente en los periodos de aislamiento en los que se redujo la movilidad de las personas. Dos elementos intervienen en el acceso de las mujeres a los servicios de atención en violencia: el aumento de la permanencia en los hogares y el aumento del uso de las TIC para el desarrollo de actividades educativas, económicas y de

acceso a servicios de salud.

6.2.1 El COVID-19 y la atención y prevención de la VcM

Varios de los efectos de la pandemia en la vida de mujeres y niñas están vinculadas con formas de exclusión basadas en género:

- Las expresiones de violencia doméstica durante la pandemia han reforzado el espacio doméstico como lugar privilegiado en el que ocurre el ciclo de violencia contra mujeres y niñas.
- La restricción del acceso a empleo con el cierre mayoritario de sector Servicios, ocupado por mujeres, al igual que las distintas formas de trabajo informal (OIT, 2020, p. 11).
- La precarización del empleo, que ha afectado a diferentes grupos poblacionales y ha afectado de manera especial a las mujeres con el aumento de flexibilidad laboral y la reducción de horas de trabajo por una parte y por otra la extensión de las jornadas laborales para aquellas mujeres que han hecho la transición hacia teletrabajo en el espacio doméstico (Frisancho y Vera-Cossio, 2020).
- La agudización de las brechas digitales de género mediadas por las brechas anteriores: impacto en la autonomía económica de las mujeres, ampliación del tiempo de trabajo en el espacio doméstico (teletrabajo, tele-enseñanza, tele-cuidados).

En Costa Rica la pandemia impactó desde su inicio en: la reducción de la oferta de servicios de apoyo o la afectación de su continuidad debido a las restricciones, también aumenta este riesgo. El confinamiento en el contexto COVID-19 también aumenta el riesgo para las niñas frente al abuso y la violencia sexual especialmente la intrafamiliar y en el caso de las adolescentes y mujeres jóvenes la violencia sexual que sufren por redes sociales e internet (ciber violencia) (Instituto Nacional de las Mujeres, 2020, p.1).

En 2020, el Sistema Nacional de Atención y Prevención de la Violencia contra las Mujeres elaboró

lineamientos para la atención a víctimas y sobrevivientes de VcM en condiciones de restricción y aislamiento, dando respuesta institucional a las limitaciones impuestas por la pandemia. Entre ellas destacan dos vinculadas con el uso de TIC 1) para el desarrollo de reuniones y sesiones de trabajo de las Redes locales de prevención y atención de la VcM. Además, se recomienda a las redes locales a planificar acciones teniendo en cuenta “las desigualdades entre las mujeres y los hombres” (Instituto Nacional de las Mujeres, 2020, p.3).

En los lineamientos se enfatiza acerca de lo importante de dar seguimiento haciendo uso de servicios telefónicos o virtuales, manifestando que “los servicios de atención a la violencia son esenciales, por lo que deben estar atentas a que las instituciones estén garantizando un mínimo de personal presencial en las oficinas”. Finalmente hacen un llamado a considerar “a poblaciones que por su condición de vulnerabilidad se encuentran con dificultades de acceso a los diversos servicios estatales en periodos normales y aún más con las limitaciones generadas en el marco del COVID-19 (mujeres migrantes, mujeres indígenas o de ámbitos rurales), que en este momento están en aislamiento o con dificultades de acceso a los servicios por la distancia y la poca capacidad institucional de presencia en dichas zonas” (Instituto Nacional de las Mujeres, 2020, p. 4).

La literatura indagada en torno a la respuesta institucional respecto a los retos que representa la pandemia para la prevención y atención a la VcM, se evidencian dos elementos clave: 1) la necesidad de realizar un reajuste de los protocolos y mecanismos de atención a víctimas y sobrevivientes de VcM; 2) el fortalecimiento de las acciones de comunicación que permitan informar acerca de los servicios y sensibilizar a la población acerca del tema (Instituto Nacional de las Mujeres, 2020, p. 8; Ruiz-Pérez y Pastor-Moreno, 2021, p. 389; Gobierno de España Ministerio de Igualdad, 2020; Ayuntamiento de Sevilla, 2020).

En el caso costarricense, desde el INAMU se crearon distintas estrategias de comunicación cuya finalidad fue fortalecer los dos ejes de acción antes mencionados; acceso virtual a la atención y sensibilización mediante campañas informativas para mujeres víctimas de violencia (Instituto Nacional de las Mujeres, 2020a), así como de las medidas implementadas en el marco

del confinamiento (Instituto Nacional de las Mujeres, 2020b), además de un texto que recoge las afectaciones de la pandemia a la vida de las mujeres (Instituto Nacional de las Mujeres, 2020c).

En la fase de indagación para la construcción de esta propuesta de investigación no se hallaron textos que hagan referencia a los retos institucionales en el proceso de atención y prevención de la VcM tanto para las instituciones como para las mujeres que requieren de dichos servicios, Si se va apreciando un intento por seguir defendiendo los derechos de las mujeres a vivir una vida sin violencia, y se enfatiza en las desigualdades que limitan el acceso de las mujeres a la atención frente a la violencia. Pero en los estudios analizados no se hace un recuento de las experiencias y aprendizajes de este proceso.

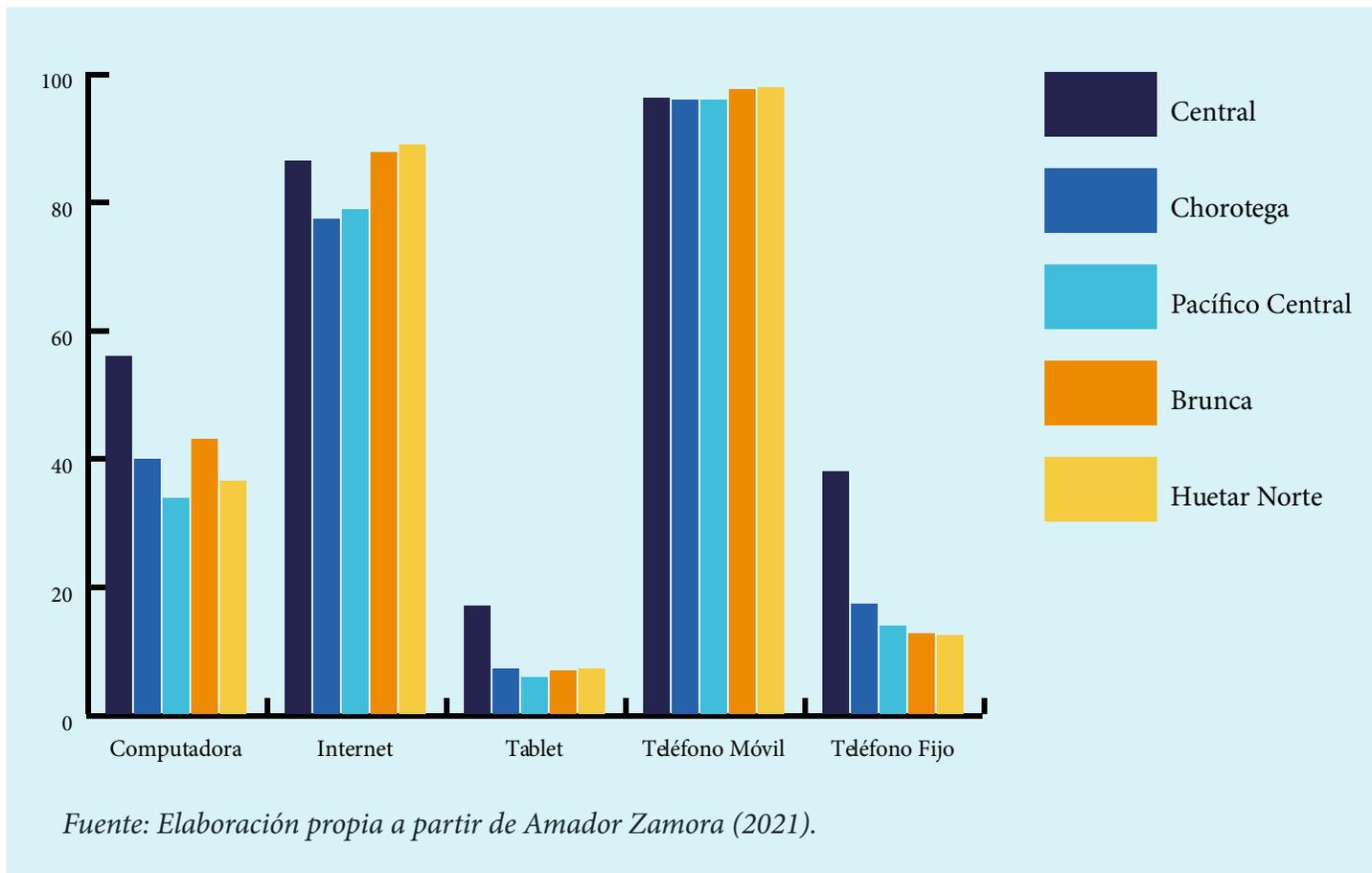
6.2.2 Costa Rica: acceso a las TIC y BDG

Uno de los elementos a considerar para medir

la brecha digital en general y la de género en particular es el acceso tanto a infraestructura como a dispositivos por parte de la población. En 2020, año en que se declaró la pandemia por COVID-19, el acceso y uso de ambos alcanzó un nivel de protagonismo que no se había experimentado antes. El uso masivo de las TIC con fines educativos, de acceso a la salud y a otros bienes y servicios. Además, jugó un importante papel como medio de comunicación interpersonal y familiar.

Pero el acceso no se expresó de igual forma en todo el territorio nacional, como se puede apreciar en el Figura 6.1, en el que aparece la distribución porcentual de la tenencia de dispositivos TIC en 2020. Como se puede apreciar la desigualdad en el acceso en las distintas regiones. En todos los casos, la región central obtiene los puntajes más altos. El único rubro en el que se equiparan las tenencias es en el de teléfono móvil, en el que la diferencia radica en si el servicio es de modalidad prepago o pospago.

Figura 6.1 Porcentaje de tenencia de dispositivos TIC por hogares, según región socioeconómica, 2020.



Las suscripciones pospago son aquellas en las que se paga “una tasa de suscripción mensual y registran por lo menos un evento tasable durante el mes de tasación y no se encuentren en suspensión definitiva del servicio” (SUTEL, 2021, p. 17). A diferencia de las pospago, las suscripciones celulares prepago deben poseer “por lo menos un evento tasable al saldo del servicio, dentro de los noventa días calendario anteriores a la última tasación y que pertenecen a la plataforma de prepago” (SUTEL, 2021, p. 17).

En el año 2020, la Superintendencia de Telecomunicaciones (SUTEL) reportó un total de 6.920.090 de suscripciones a servicios de telefonía móvil, para un 147% de penetración, superior al promedio de los paí-

ses integrantes de la OCDE (121,79 %). Es importante cruzar este dato con la modalidad de servicio: prepago y pospago (SUTEL, 2021, p. 86).

En 2020 el 66,6% de suscripciones a los servicios de telefonía móvil contaban con planes prepago y el 33,4% con planes pospago. Según el informe la suscripción a planes pospago aumentó un 7,5% comparado con el año anterior, y la suscripción prepago aumentó un 2,5% (SUTEL, 2021, p. 17).

En lo que respecta al acceso a internet por cantón se reproducen las mismas, además, de las brechas de acceso a dispositivos a nivel global por región socioeconómica, se aprecia una doble brecha: entre los cantones y al interior de los mismos (Tabla 6.1).

Tabla 6.1 Cantones de mayor y menor penetración de internet, según Región socioeconómica.

Cantones con mayor penetración											
Central		Chorotega		Huetar Norte		Huetar Atlántica		Pacífico Central		Brunca	
Cantón	%	Cantón	%	Cantón	%	Cantón	%	Cantón	%	Cantón	%
Mora	32.7	Sta Cruz	22.8	S. Ramón	31.9	Pococí	19.9	Garabito	23.1	Coto Brus	14.3
M. de Oca	31	Nicoya	20.8	Grecia	30.1	Siquirres	18.7	M. de Oro	19.2	Osa	11.1
Tarrazú	30	Carrillo	20.6	Heredia	28.2	Limón	11.6	Esparza	18.5	Bs. Aires	9.9
Cantones con menor penetración											
Central		Chorotega		Huetar Norte		Huetar Atlántica		Pacífico Central		Brunca	
Cantón	%	Cantón	%	Cantón	%	Cantón	%	Cantón	%	Cantón	%
Alajuelita	12.3	Tilarán	8.7	Guatuso	7.8	Guácimo	10.9	Parrita	18.3	Corredores	9.2
Oreamuno	12	Cañas	6.4	Upala	7.3	Talamanca	7	Puntarenas	14.7	Golfito	9.1
Alvarado	9.6	La Cruz	5.1	Los Chiles	4.5	Matina	6.5	Aguirre	13.2		

Fuente: Elaboración propia a partir de SUTEL, 2021.

Por lo tanto, como se logra evidenciar la región central se encuentra en una posición de relevancia en cuanto al acceso a internet fijo en comparación a regiones como la Atlántica o Brunca. Asimismo, la brecha entre cantones de una misma región manifiesta una disminución del acceso en cuanto zonas rurales o bien la descentralización de los mismos, lo cual puede traducirse, a su vez, a la carencia o poco desarrollo de infraestructura en telecomunicación, por ejemplo, en territorios como Los Chiles.

En lo que respecta a la BDG, cuando se analiza la tenencia de dispositivos por hogares de manera global, se puede apreciar un cierre de la brecha en el uso de telefonía móvil y fija, pero una ligera diferencia en la tenencia de computadoras, tablets e internet, a favor de los hogares con mujeres en la jefatura (Figura 6.2).

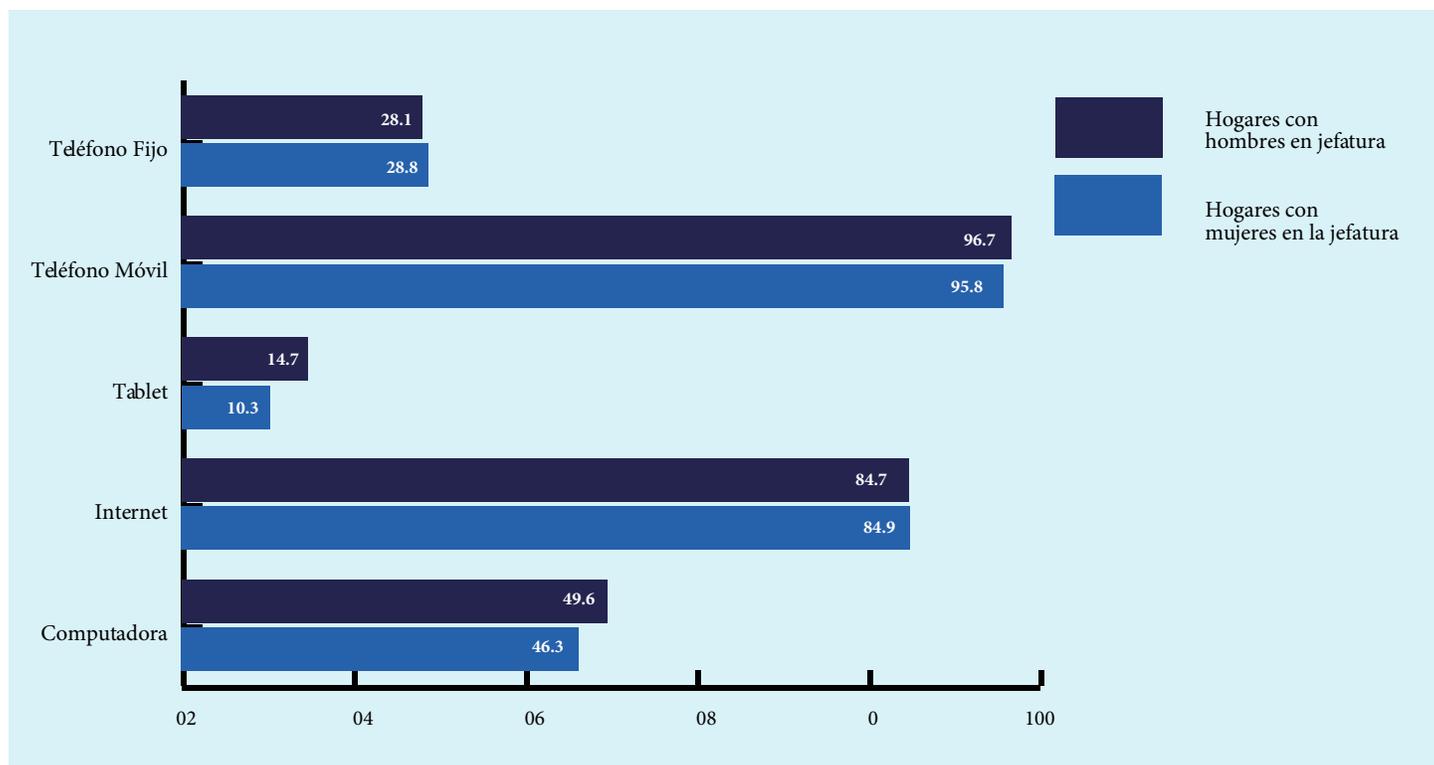
Según Vargas Montoya (2022) en el periodo 2019-2021 esta tendencia se ha venido manifestando en el caso de las computadoras y que esto se da “en el periodo de huelgas en el sector educativo y cierres totales o parciales en centros educativos por la pandemia, lo que es consistente con la literatura teórica y empírica, que señala que las mujeres jefas de hogar tienen una mayor propensión a invertir en TIC para la educación” (p. 13).

6.3 Metodología

Esta investigación tiene como finalidad responder a las siguientes preguntas de investigación:

¿Qué capacidades instaladas tenían las funcionarias del INAMU para atender denuncias de VcM en la virtualidad?

Figura 6.2 Tenencia de dispositivos electrónicos por hogares, según jefaturas, 2020.



Fuente: Elaboración propia a partir de Amador Zamora (2021).

¿Cuáles eran las condiciones de uso de apropiación de TIC por parte del INAMU antes del COVID?

¿Cuáles fueron las estrategias que se siguieron para la implementación de la de la virtualidad en la atención a las mujeres?

¿Tenían conocimientos previos acerca de los usos de TIC de las mujeres atendidas?

Para responder a las mismas se propone plantear una estrategia metodológica mixta que incluye uso de técnicas cualitativas y cuantitativas de recolección de información y que se divide en: análisis de documentación producida en el período 2020-2021 que permita entender el proceso de creación de estrategias de atención en virtualidad con la finalidad de conocer: uso de TIC, operacionalización de la BDG, definición de acciones de comunicación y respuesta a las brechas en el acceso a la atención frente a la VcM. Para lo cual se empleó como técnica la revisión documental de directrices, comunicados y documentos de trabajo elaborados para dar respuesta a los retos de la virtualidad en la atención a víctimas y sobrevivientes de VcM.

Recolección de experiencias de implementación por parte de funcionarias de distintos niveles con la finalidad de conocer sus niveles de alfabetización informacional y digital, conocimiento de herramientas digitales para la atención, conocimiento previo acerca de las BDG que afectan a las mujeres por región y su impacto en la atención y prevención de la VcM. Esto se logrará a través del desarrollo de Grupos focales con representantes de las 6 Unidades Regionales del INAMU y 3 Centros de atención y Albergue temporal.

Y finalmente, la recolección de experiencias de implementación por parte de funcionarias de distintos niveles con la finalidad de conocer sus niveles de alfabetización informacional y digital, conocimiento de herramientas digitales para la atención, conocimiento previo acerca de las BDG que afectan a las mujeres por región y su impacto en el diseño de políticas para la atención y prevención de la VcM.

Se realizaron entrevistas a:

- Dirección Ejecutiva INAMU. Ana Lorena Flores

- Dirección Delegación de la Mujer. Ericka Rojas
- Dirección Departamento de Violencia. Adina Castro
- 7 Jefaturas de Unidades Regionales
- 3 Jefaturas de Albergue

Se aplicaron tres grupos focales:

- 2 con Funcionarias Delegación de la Mujer
- 1 con Funcionarias del Departamento de Violencia del INAMU

6.4 Resultados

6.4.1 Perfiles de las funcionarias entrevistadas

El acercamiento a funcionarias del INAMU se realizó en tres niveles: funcionarias de la Sede Central, encargadas de dar seguimiento a las políticas de igualdad de género y prevención de violencia, encargadas de diseñar acciones durante el año 2020, funcionarias de las Sedes regionales y albergues, cómo se puede apreciar en la Figura 6.3.

El número mayor de funcionarias contactadas estuvo en la Delegación de la Mujer que es una unidad histórica en materia de atención a las mujeres en varios ámbitos, entre ellos violencia. La delegación está ubicada en San José, pero atiende a mujeres de distintas regiones del país; además de las unidades regionales. En la delegación se realizaron dos grupos focales con funcionarias y una entrevista focalizada con la directora de dicha unidad.

La segunda unidad con mayor número de participantes fue el Departamento de Violencia del INAMU, encargada del diseño y ejecución de la Política Nacional de Atención y Prevención de la Violencia contra las Mujeres (PLANOVI).

En el resto de las unidades se entrevistó tanto a jefaturas como a funcionarias especializadas en atención en violencia, con formación profesional y técnica diversa, y con funciones también disímiles, como se puede apreciar en el Gráfico 6.4.

En la atención en violencia, como se puede apreciar en la figura 6.4, predominan la atención legal,

psicológica y de trabajo social. Tanto en las entrevistas como en los grupos focales se expresa la importancia del trabajo interdisciplinario y equipos en la atención, tanto al inicio, como en el seguimiento. Lo anterior lleva a una cultura de trabajo en equipo que está presente en todas las entrevistas y grupos focales; y que experimenta cambios a partir de las medidas sanitarias de aislamiento, tomadas en 2020.

6.4.1.1 Alfabetización digital de las funcionarias: uso

Figura 6.3 Oficinas en que laboran las funcionarias entrevistadas, 2022.

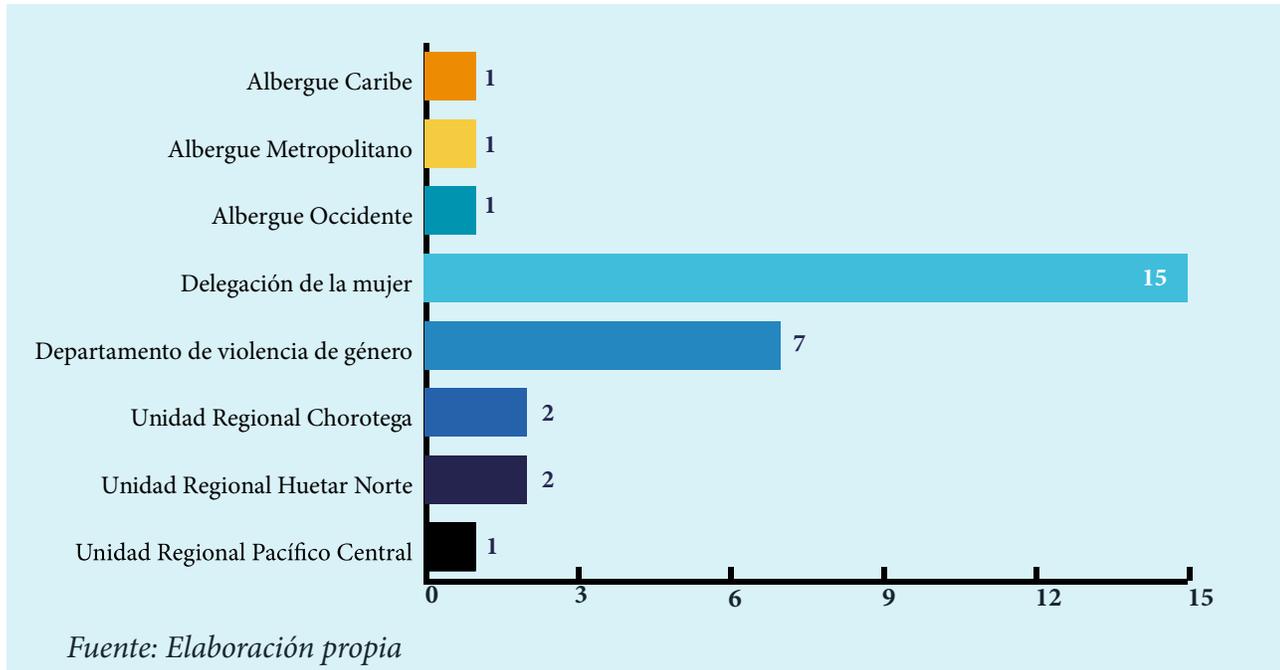
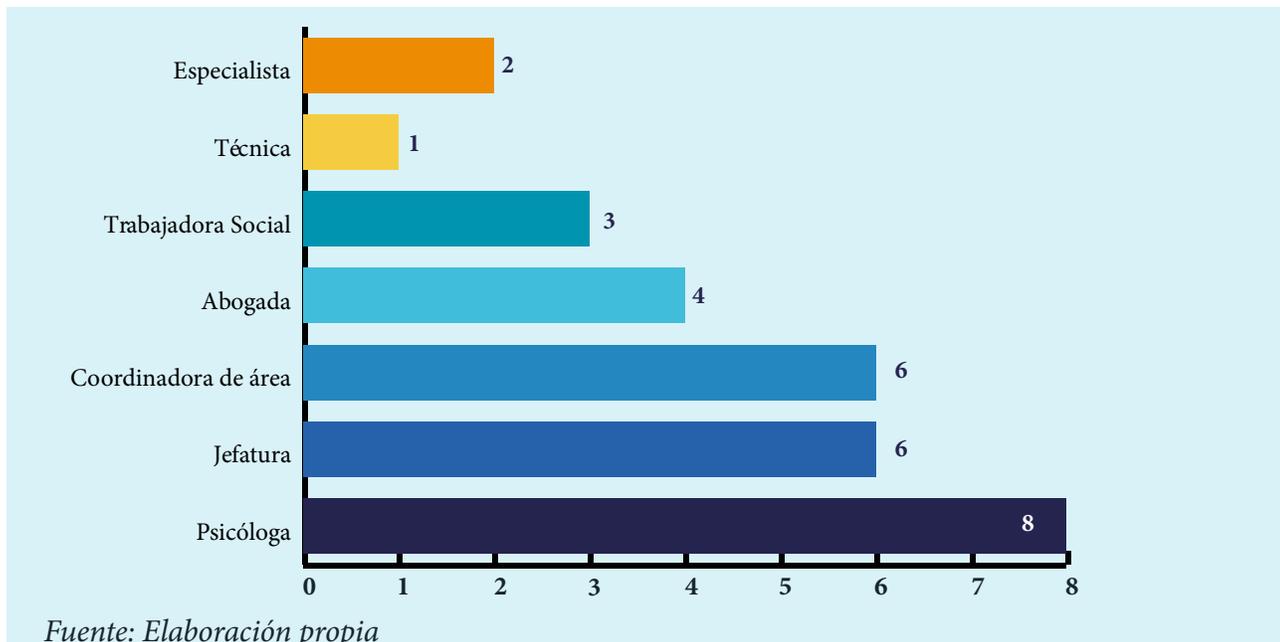


Figura 6.4 Funciones que ocupan en la atención en violencia de las entrevistadas, 2022.



profesional de las TIC antes de la pandemia

La alfabetización digital, desde su propia definición y contenido, debe posicionarse como materia de discusión en tanto establece un proceso de fragmentación en el contexto gestado por la pandemia, en función del dominio de competencias informacionales, por ejemplo, la capacidad de utilización de cualquier herramienta considerada apropiada, entre ellas las tecnologías de la información y comunicación.

El desarrollo y evolución de la alfabetización digital se encuentra vinculada con las demandas de una sociedad informacional, por consiguiente, el contexto de crisis ha colocado como manifiesto el imprescindible papel que integran las TIC. Para la comprensión de la modificación de su frecuencia y uso en los ámbitos personal y laboral, se procederá a la descripción de la experiencia en el uso de TIC por parte de las funcionarias del Instituto Nacional de las Mujeres (INAMU) previo a la instauración del período establecido por la pandemia.

Uno de los elementos para medir la BDG es el acceso tanto a infraestructura como a alfabetización digital para manejar los dispositivos. En la infraestructura se encuentra: acceso a internet tanto de forma individual como institucional, acceso a dispositivos y accesorios como computadoras, teléfonos y tablets. La alfabetización hace referencia al acceso que tengan las personas a capacitarse en el uso de las TIC, y qué papel juegan las instituciones públicas y privadas en facilitar espacios para el aprendizaje.

A partir de los grupos focales y entrevistas se pudo constatar que el uso de las TIC formaba parte del quehacer de las funcionarias antes del 2020, aunque se puede apreciar diferencias en los niveles de uso. Todas las entrevistadas manifiestan dominio y uso de paquete ofimático para la elaboración de documentos, hojas de cálculo y presentaciones fundamentalmente. Y refirieron hacer uso cotidiano del paquete de Microsoft Office 365, que usa la institución. El uso de Teams como plataforma para el desarrollo de reuniones virtuales se conocía, pero era poco empleado. Antes del 2020 el trabajo de oficina de las funcionarias era totalmente presencial; por lo que se privilegiaba la comunicación cara a cara o las llamadas telefónicas más que el trabajo remoto.

La utilización de las tecnologías de la información y la comunicación en la cotidianidad se expresa de manera diversa en las distintas oficinas atendiendo a la zona geográfica, los niveles de alfabetización digital de las funcionarias y el acceso a infraestructura como calidad de servicios de internet y acceso a dispositivos electrónicos, fundamentalmente computadoras.

6.4.2 Departamento de Violencia de Género, INAMU

En el Departamento de Violencia de Género,

en el año 2019 la jefatura incorpora el uso de las herramientas de trabajo colaborativo en línea *Onedrive*² y *SharePoint*³ de *Microsoft 365*, en aras de promover la facilidad de acceso de la información mediante el uso compartido de documentos. Sin embargo, su uso no se concretó dado que las integrantes del equipo preferían mantener sus prácticas tradicionales de manejo de la información, tales como:

- Uso de dispositivos como USB para transportar la información.
- Uso del correo electrónico institucional para el intercambio de información entre pares y jefaturas.
- Hábito de utilizar expedientes de caso en formato físico.
- Uso de computadoras propias para realizar informes fuera del horario laboral (Jefa del Departamento de Violencia de Género, comunicación personal, 2023).

Aunque el uso de las TIC para el desarrollo de trabajo cotidiano no era una constante es importante destacar que en el año 2019 se diseñó un taller en la plataforma *Moodle*⁴ para la capacitación virtual, generando así espacio de formación para la población meta considerando las dificultades de movilización de la misma (Jefa del Departamento de Violencia de Género, conversación personal del INAMU, 2023).

6.4.3 Delegación de la Mujer

En la Delegación de la Mujer, ubicada en San José, pero atiende mujeres de todo el país, las funcionarias participantes de los grupos focales manifiestan contar con una apropiación y uso de dispositivos para el trabajo cotidiano, especialmente para el diseño de acti-

2 “OneDrive es el servicio en la nube de Microsoft que te conecta a todos tus archivos. Te permite almacenar y proteger tus archivos, compartirlos con otros usuarios y acceder a ellos desde cualquier lugar en todos tus dispositivos” (Microsoft, 2022).

3 Microsoft SharePoint se puede usar como “un lugar seguro donde almacenar, organizar y compartir información desde cualquier dispositivo, así como acceder a ella. Lo que necesita es un explorador web, como Microsoft Edge, Internet Explorer, Chrome o Firefox” (Microsoft, 2022a).

4 Moodle “es una plataforma de aprendizaje diseñada para proporcionar a educadores, administradores y estudiantes un sistema integrado único, robusto y seguro para crear ambientes de aprendizaje personalizados” (Moodle, 2024).

vidades, elaboración de informes, entre otros. La atención, fundamentalmente a mujeres víctimas de violencia, se realizaba de manera presencial:

“No se atendía de manera virtual a las usuarias, los únicos recursos tecnológicos que utilizábamos para atender a usuarias eran en los procesos de atención grupal, qué se yo..., con el Video Beam, con la pantalla, la computadora, los parlantes, etc. En la atención individual, realmente era muy poco lo que se utilizaba, qué sé yo, que alguna imagen o algún vídeo que una quisiera usar, pero era poco” (Funcionaria de la Delegación de la Mujer, comunicación personal, 7 de marzo del 2023).

Previo a la pandemia la experiencia de uso de TIC fue mínima en áreas como la atención, la cual se realizaba de manera directa y presencial. Se destaca el uso de plataformas para realizar videoconferencias en los casos de atención a mujeres sobrevivientes de trata de personas, ante lo cual establecen estrategias en la atención que involucran el uso de herramienta como el teléfono, para establecer seguimientos o bien el uso de aplicaciones como *WhatsApp*, integrado por dos factores: seguridad personal y acceso de la información (Funcionaria de la Delegación de la Mujer, comunicación personal, 2023).

El uso de TIC para la atención no aparece de manera sistemática, pero si se hace referencia a intentos de usar herramientas de mensajería instantánea como *Whatsapp* para crear grupos de chat para la atención grupal (Funcionaria de la Delegación de la Mujer, comunicación personal, 2023). Una de las razones para no incorporar esta herramienta es la preocupación por garantizar la privacidad de los datos, por tratarse de mujeres en situación de violencia y por tanto en riesgo a su integridad física. Con lo anterior se expresa la primera preocupación ética y desde la perspectiva de los derechos de las mujeres que trae la incorporación de la atención remota en tiempo de pandemia; y el reto de ofrecer la atención de la manera más segura.

Según las participantes en los grupos focales de la Delegación de la Mujer, si se contaba con la plataforma *Microsoft 365*, como herramienta oficial de trabajo, pero el uso se limitaba al set de ofimática, fundamentalmente para la redacción de documentos, elaboración

de tablas en *Excel* y presentaciones de *Power Point*. No existía antes de la pandemia una experiencia de trabajo colaborativo en línea: como, por ejemplo, compartir documentos para desarrollar labores simultáneas, o calendarizar actividades en línea:

Funcionaria de la Delegación de la Mujer: *“Nunca la utilizamos. De hecho, antes todo lo utilizábamos por las computadoras propias, verdad, no había nada en la red o en la nube”* (Funcionaria de la Delegación de la Mujer, comunicación personal, 7 de marzo del 2023).

Si se expresa el uso de herramientas para el desarrollo de videoconferencias, específicamente la aplicación *Skype*. Existe un precedente de relevancia, el establecimiento de cuatro coordinaciones, mediante *Skype*, para un proceso de atención a una mujer víctima de trata de personas en un marco externo, el cual requería de un proceso interdisciplinario a nivel internacional, lo cual se constituyó como una innovación en este tipo de atención (Funcionaria Grupo Focal 1, comunicación personal, 2023)

6.4.4 Unidad Regional Chorotega

La experiencia en esta Unidad Regional, según plantea la jefatura entrevistada, es diferente de las dos anteriores. A partir de 2018 en la unidad se comenzó a utilizar espacios colaborativos cuya finalidad era trabajar documentos en línea y en una modalidad compartida:

Jefa de Unidad Regional Chorotega: *“Migramos (a la virtualidad) con la intención de que no estuvieran en nuestras propias computadoras, nada más de nuestros discos duros, porque en ese tiempo la institución (INAMU) nos dio bastante información, respecto a lo que podíamos explorar con la herramienta que nos habían administrado, suministrado, que era el Office 365”* (Jefa de Unidad Regional Chorotega, comunicación personal, 11 de mayo del 2023).

También manifestó el uso esporádico de la herramienta *Teams* para el desarrollo de sesiones virtuales, fundamentalmente sobre temas administrativos con las oficinas centrales del INAMU, como alternativa a las reuniones presenciales en San José (Jefa de Unidad Regional Chorotega, comunicación personal, 11 de mayo

del 2023). En este caso, las reuniones virtuales al prescindir del traslado a la capital se convertían en espacios de mayor asistencia y participación por parte de las funcionarias de zonas más alejadas al Gran Área Metropolitana (GAM):

Jefa de Unidad Regional Chorotega: “A nivel de la atención, nosotras no habíamos explorado casi que nada la posibilidad de capacitar bajo esta herramienta y lo que era telefónicamente también era bastante reducido. Más bien cuando nos llamaban lo que pretendíamos era que vinieran a la oficina” (Jefa de Unidad Regional Chorotega, comunicación personal, 11 de mayo del 2023).

La anterior información nos permite hacer una distinción entre el uso de las TIC para la realización de actividades administrativas y de capacitación, aunque de manera limitada, distinto de la exigencia de presencialidad en lo que refiere a la atención en violencia.

6.4.5 Unidad de Región Huetar Norte

En la región Huetar Norte durante una entrevista, la jefa de la unidad planteó la necesidad de promover acciones a favor de la utilización y posibilidades que proveen las TIC, por lo que previo a la pandemia.

Jefa de Unidad Regional Huetar Norte: “Yo le decía a las compañeras: usemos la nube, siempre lo promoví y nunca nadie me dio pelota. El Teams ¡ni lo volvían a ver!, el OneDrive no era un tema, digamos, todas estas plataformas que habían, la gente no había manera de que las empezara a utilizar” (Jefa de Unidad Regional Huetar Norte, comunicación personal, 11 de mayo, 2023).

Asimismo, el medio de comunicación preponderante era *Whatsapp*, sin embargo, existían disconformidades y procesos de reflexión entre las funcionarias respecto a la utilización del número telefónico propio, por cuestiones de privacidad y límites entre lo concerniente a lo laboral, y personal, por lo que se posiciona como medio oficial el *Teams* o bien el correo.

Finalmente, existe un escenario particular, emanada por la jefatura en cuanto a elaborar un proceso de capacitación entre lideresas de una red para incursionar en las videollamadas o bien reuniones virtuales:

Jefa de Unidad Regional Huetar Norte: “Recuerdo que con unas lideresas que no se podían reunir, yo les enseñé a usar Zoom antes de que todo explotara y yo les decía, vea ustedes se pueden reunir, la gente me veía como si fuera un bicho muy raro, efectivamente. Pero la gente no estaba en disposición en aquel momento de poder utilizarlo” (Jefa de Unidad Regional Huetar Norte, comunicación personal, 11 de mayo del 2023).

A diferencia de otras regiones, en la Huetar Norte la funcionaria entrevistada hace referencia a la ausencia de alfabetización digital de las funcionarias como principal barrera para el uso de las TIC en el espacio laboral. A pesar de contar con las herramientas institucionales:

Funcionaria de la Unidad Regional Huetar Norte: “Teams estaba para el uso de todas las funcionarias y nadie sabía cómo usarlo, nadie lo usaba, verdad” (Funcionaria del Departamento de Violencia de Género, comunicación personal, 10 de marzo del 2023).

Es importante señalar que el acceso a internet en la región juega un papel importante en los niveles de alfabetización digital, al tratarse de una zona geográfica con niveles de acceso a internet y telefonía móvil diferenciados. Al respecto, la región Huetar Pacífico Central indica que sus procesos de trabajo y de atención eran explícitamente presenciales:

Jefa de Unidad Huetar Pacífico Central: “todo era presencial. Era un mundo normal, donde no había un virus entonces, todo era presencial. No hacíamos nada a través de plataformas digitales” (Jefa de Unidad Huetar Pacífico Central, comunicación personal, 16 de mayo del 2023).

Finalmente, en la región Huetar Atlántica se manifiesta una alfabetización digital básica, caracterizada por el uso de correo electrónico:

Jefatura de Albergue Caribe: “enviar un correo electrónico, leerlo, imprimirlo incluso, para meterlo en un expediente y mantener en uso de la parte física solamente” (Jefatura de Albergue Caribe, comunicación personal, 19 de mayo del 2023).

Lo anterior se traduce a la utilización de dispositivos electrónicos en igual medida, el uso de las computadoras de escritorio o portátiles reducido a la elaboración de documentos, informes o revisión de correos y no más allá de ello.

Por consiguiente, en cuanto al uso de las TIC, se puede inferir que las funcionarias tienen un nivel diferenciado de acceso a la infraestructura, mediado por la calidad de los servicios de internet y por la actualización del hardware a nivel institucional. Pero a nivel de alfabetización digital y uso de los dispositivos y sets informacionales, el nivel es similar independientemente de la zona geográfica (Tabla 6.2). A la vez, se aprecia un interés por las jefaturas de implementar herramientas de trabajo colaborativo en línea, que no se concretan, como se aprecia en la experiencia de la Jefa de Regional Brunca y la Jefa del Departamento del INAMU.

Es importante señalar que el uso de las TIC antes de la pandemia, excepto en ocasiones, no incluía la virtualidad para la atención a mujeres. Se aprecia una experiencia de virtualización en el caso de la atención a una mujer víctima de trata en la que se involucran varias instituciones y países.

Además, existen diferenciaciones que resultan de un escenario tanto institucional como personal en cuanto al no posicionamiento de un desarrollo claro respecto a la incorporación o empleabilidad de las TIC. Asimismo, la existencia de una estructura predeterminada en sus procesos de trabajo y dinámicas cotidianas propiciaban, a su vez, una fijación metódica tradicional.

6.4.6 Cambios en el entorno laboral: Servicio esencial con requerimientos de virtualidad

En 2020, el Sistema Nacional de Atención y Pre-

Tabla 6.2 Aplicaciones empleadas en el espacio laboral y sus funciones.

Aplicaciones	Finalidad y frecuencia de uso
Microsoft Office 365	Plataforma en línea conocida por las funcionarias, pero poco empleada.
Teams	Plataforma para la realización de videoconferencias y llamadas. Conocida por las funcionarias, pero empleada en pocas ocasiones. Aunque se reconoce su valor previo a la pandemia, al permitir el desarrollo de reuniones con todas las Unidades Regionales, posibilitando la asistencia remota.
Set de ofimática Office (Word, Excel, Power Point, etc)	Paquete de ofimática utilizado para la elaboración de informes, expedientes y presentaciones de Power Point. Antes de la pandemia la tendencia es trabajar los documentos de manera digital, pero manejar archivos impresos, especialmente en el caso de los expedientes.
Moodle	Plataforma educativa, para crear entornos de aprendizaje virtuales. Empleada esporádicamente, aunque se reconoce su valor.
Zoom	Empleada esporádicamente.
Skype	Empleada esporádicamente.
Whatsapp	Empleada como forma de comunicación entre equipos de trabajo.

Fuente: Elaboración propia.

vención de la Violencia contra las Mujeres elaboró lineamientos para la atención a víctimas y sobrevivientes de VcM en condiciones de restricción y aislamiento, dando respuesta institucional a las limitaciones impuestas por la pandemia. Entre ellas destacan dos vinculadas con el uso de TIC 1) para el desarrollo de reuniones y sesiones de trabajo de las Redes locales de prevención y atención de la VcM. Además, se recomienda a las redes locales a planificar acciones teniendo en cuenta “las desigualdades entre las mujeres y los hombres” (Instituto Nacional de las Mujeres, 2020, p. 3).

En los lineamientos se enfatiza acerca de lo importante de dar seguimiento haciendo uso de servicios telefónicos o virtuales, manifestando que “los servicios de atención a la violencia son esenciales, por lo que deben estar atentas a que las instituciones estén garantizando un mínimo de personal presencial en las oficinas”. Finalmente hacen un llamado a considerar “a poblaciones que por su condición de vulnerabilidad se encuentran con dificultades de acceso a los diversos servicios estatales en periodos normales y aún más con las limitaciones generadas en el marco del COVID-19 (mujeres migrantes, mujeres indígenas o de ámbitos rurales), que en este momento están en aislamiento o con dificultades de acceso a los servicios por la distancia y la poca capacidad institucional de presencia en dichas zonas” (Instituto Nacional de las Mujeres, 2020, p. 4).

Durante 2020 el INAMU tuvo que dar respuesta a los retos que representaba la pandemia para la prevención y atención a la VcM, se evidencian dos elementos clave: 1) la necesidad de realizar un reajuste de los protocolos y mecanismos de atención a víctimas y sobrevivientes de VcM; 2) el fortalecimiento de las acciones de comunicación que permitan informar acerca de los servicios y sensibilizar a la población acerca del tema (Instituto Nacional de las Mujeres, 2020, p. 8). Desde el INAMU se crearon distintas estrategias de comunicación cuya finalidad fue fortalecer los dos ejes de acción antes mencionados; acceso virtual a la atención y sensibilización mediante campañas informativas para mujeres víctimas de violencia (Instituto Nacional de las Mujeres, 2020a), así como de las medidas implementadas en el marco del confinamiento (Instituto Nacional de las Mujeres, 2020b), además de un texto que recoge las afectaciones de la pandemia a la vida de las mujeres (Instituto Nacional de las Mujeres, 2020c).

Entre las medidas adoptadas en 2020 por el gobierno costarricense para contrarrestar la crisis sanitaria y asegurar la continuidad de los servicios, así como proporcionar protección a las personas usuarias y funcionarias, se promovió la introducción y expansión del teletrabajo, dado que se caracteriza por conciliar el desplazamiento del trabajo hasta la persona trabajadora.

El teletrabajo aumentó de manera significativa en las oficinas administrativas del sector público, incluido el INAMU, lo que llevó a la utilización de las TIC de manera masiva. Asimismo, su desarrollo promueve transformaciones en el entramado social, dichas implicaciones no sólo refieren al ámbito laboral sino que, de forma paralela, a nivel familiar y personal.

La Directriz N° 073-S-MTSS, establece en el Artículo 4, la implementación temporal y “en la medida de lo posible durante toda la jornada semanal, la modalidad de teletrabajo en sus respectivas instituciones, como medida complementaria y necesaria ante la alerta de coronavirus” (Poder Ejecutivo, 10 de marzo del 2020, p.4). Lo anterior, llevó a transformaciones en las dinámicas laborales y permitió que el teletrabajo se consolidara a lo interno y externo de la institución. Es importante señalar que la opción de teletrabajo no surge durante la pandemia, sino que, desde el sector público existían varias experiencias y directrices. Pero es hasta 2020, con la crisis sanitaria que se expresa como una opción masiva, para continuar las funciones públicas remotamente.

En consonancia, en las primeras etapas de la pandemia se expresó una tensión entre el cambio y, la necesaria respuesta y adaptación al mismo. Lo anterior llevó al establecimiento de directrices y medidas organizacionales en consonancia con las necesidades del contexto. Entre las primeras modificaciones está la incorporación del teletrabajo en tanto en las oficinas centrales del INAMU como en las Unidades Regionales y el establecimiento de perfiles laborales en función de una valoración de factores de riesgo propios de la persona trabajadora en tanto les colocaran en una posición de vulnerabilidad (ante un posible contagio). Lo anterior lleva a que las funcionarias en su totalidad expresaran en las entrevistas y grupos focales una gran sensación de incertidumbre e inseguridad; a la vez que una claridad muy contundente en cuanto a la necesidad de mantener la atención como un derecho de las mujeres:

Jefatura del Departamento de Violencia del INAMU. “La primera palabra que se me viene a la mente fue reorganización. O sea, eso nos puso frente a un escenario en el cual todo lo que veníamos haciendo tenía que ser repensado y reorganizado. No solamente todo lo que tenía que ver con generar los protocolos exigidos de salud, generar los lineamientos internos en los servicios, reacomodar la forma de atención o reajustar los servicios a una forma en que las usuarias pudieran tener, seguir manteniendo el acceso a ese servicio, en las condiciones en las que estaban” (Jefatura del Departamento de Violencia del INAMU, comunicación personal, 21 de febrero del 2023).

Cuando se habla de acceso a servicios es importante considerar la atención en violencia (legal, psicológica y de trabajo social) y la capacitación para la creación de capacidades (políticas, de autonomía, entre otras) y finalmente el trabajo de organización que incluye la elaboración de informes, reuniones, preparación de cursos, análisis de casos, entre otras. Si bien estos servicios se mantuvieron durante 2020, experimentaron modificaciones y reajustes debido a los cambios en las modalidades de trabajo al interior de la institución, que se expresó en la construcción de perfiles de riesgo de las funcionarias, lo cual estableció una diferencia entre quienes no podían romper el aislamiento por temas de salud propios o de familiares y aquellas que por no contar con condiciones de riesgo previas, y quienes siguieron asistiendo a las oficinas y brindando atención directa.

Ante los cambios en la composición de los equipos de trabajo, se introdujeron modificaciones como la implementación de la atención telefónica dado que era el principal medio de comunicación para las funcionarias que se establecieron en la modalidad de teletrabajo domiciliario y de las usuarias de atención que (por temor a un eventual contagio) no se trasladaban a las oficinas. Además, se estipuló como medio de organización entre las labores de quienes residen en su hogar y las funcionarias que continúan de forma presencial para la ejecución de su trabajo:

Funcionaria de la Delegación de la Mujer: “Yo no venía aquí a hacer mi trabajo, yo venía

a apoyar el trabajo de todas, porque eso les tocaba a las que estaban acá. Pero, además, atiende, verdad, además, haga su trabajo. Entonces, fue como una presión, una inestabilidad. en muchas emociones encontradas, en medio de ese proceso de adaptación a la nueva realidad que se vivió en ese momento”. (Funcionaria de la Delegación de la Mujer, comunicación personal, 7 de marzo del 2023).

En 2020 se produjo un incremento del uso de las plataformas con las que la institución contaba previamente: especialmente para trabajo colaborativo, reuniones virtuales, calendarios compartidos. La aplicación del teletrabajo como modalidad, en 2020, dependió de las políticas trazadas por el Ministerio de Salud, atendiendo a los factores de riesgo, pero también a otros factores como: el cuidado de personas menores de edad, adultas mayores, otras personas con riesgo; las condiciones para el traslado hacia las oficinas y las comunidades.

A partir del 16 de marzo con la declaración de emergencia nacional, emitida en el Decreto N° 42227 (Poder Ejecutivo, 16 de marzo del 2020) y el estableciendo un período de confinamiento, se producen modificaciones en los roles de las funcionarias, no así sus funciones en lo que respecta a la atención general a mujeres por parte del INAMU, estableciendo que los servicios esenciales tendrían restricciones en las opciones de teletrabajo:

Funcionaria de la Unidad Regional Chorotega: “Bueno y desde las Oficinas centrales, digamos, se hizo todo esos estudios y análisis de quiénes, qué puestos eran teletrabajables y cuáles no. Los servicios esenciales no fueron una opción de teletrabajo. Precisamente porque había que continuar con la atención, pues, es un departamento donde las compañeras tuvieron que asumir ese trabajo de atención directa a las mujeres. Siempre con unas medidas máximas de seguridad, verdad, de prevención” (Funcionaria de la Unidad Regional Chorotega, comunicación personal, 21 de abril del 2023).

La realidad puntual de cada Unidad Regional y los Albergues varía según las necesidades, recursos y acceso a tecnología de las funcionarias. Pero se enfati-

za que la atención esencial se siguió manteniendo en presencialidad, como se puede apreciar en las siguientes citas:

Jefatura de la Unidad Regional Pacífico Central: *“Tuvimos que readecuar, obviamente. Se vieron procesos afectados. Por ejemplo, nosotras teníamos un grupo de apoyo, un grupo socioeducativo. Esos los tuvimos que suspender. Lo que fue el servicio de atención, de asesoría, de orientación, psicología, se dio de manera presencial y las señoras aquí llegaban. A las señoras se les dejaba entrar con las medidas sanitarias que había en ese momento. ¿Cuáles eran? Lavado de manos, mascarillas, distanciamiento, pero nunca se dejó de atender a una señora”* (Jefatura de la Unidad Regional Pacífico Central, comunicación personal, 16 de mayo del 2023).

Jefatura de la Unidad Regional Huetar Norte: *“Entonces, la otra compañera, la abogada, venía a la oficina porque siempre se ocupaba alguien en oficina. Siempre tenía que haber alguien. (...) La compañera técnica administrativa o alguna de ellas que venía porque se necesitaba hacer el desvío de la llamada o si alguien llegaba (...) Incluso las mujeres dejaron de llegar, también hay que decir, que presencialmente llegó muy poca persona, pero telefónicamente se mantenían las consultas que se realizaban”* (Jefatura de la Unidad Regional Huetar Norte, comunicación personal, 3 de mayo del 2023).

Jefatura de la Unidad Regional Chorotega: *“En pandemia, nosotras estuvimos abiertas. Mis compañeras de atención que estaban para ese ejercicio directo: atención a mujeres, que es exactamente recibir llamadas, hacértelas llegar a la oficina, la oficina para la atención siempre se mantuvo abierta aquí, conmigo, yo como jefa. Yo no asumí tampoco el teletrabajo, porque yo acompañé a mis compañeras que estuvieron en la atención directa. Habían muchos miedos, como te digo, entonces, al menos había que soportar entre todas el embate que teníamos en ese momento y estuvimos en esa atención directa que disminuyó bastante, por cierto, en el tiempo de pandemia”* (Jefatura de la Unidad Regional Chorotega, co-

municación personal, 11 de mayo del 2023).

Jefatura Albergue Caribe: *“Aunque estaba la parte tecnológica, nosotras no podíamos desentendernos o hacernos a la idea de que todo lo íbamos a hacer digital. Tenemos que entender que la parte de esta empatía, de esa presencia física, es vital para las señoras. Es parte de lo que es ir empoderándolas a ellas. Entonces, por mucho que estuviéramos en ese aprendizaje, teníamos que hacer el esfuerzo”* (Jefatura del Albergue Caribe, comunicación personal, 19 de mayo del 2023).

Jefatura Albergue Metropolitano: *“La población durante ese tiempo no salía. O sea, las actividades que se realizaban normalmente se dejaron de realizar (...) Algunas audiencias se comenzaron también a hacer virtuales. Entonces no había necesidad de salir. Otras de las gestiones (de salud) sí eran las que se hacían más. Porque, obviamente, la población seguía enfermándose de otras cosas, no necesariamente de COVID. Entonces, se hacían muchas estrategias y, efectivamente, las íbamos cambiando conforme íbamos mirando que las cosas cambiaban, que las directrices gubernamentales cambiaban”* (Jefatura del Albergue Metropolitano, comunicación personal, 30 de mayo del 2023).

Jefatura Albergue Occidente: *“(...) 24/7, todos los días del año está alguien. Las auxiliares no podían hacer teletrabajo, esa fue otra de las situaciones que vi y que nos daba miedo, que ellas se enfermaran. Y se enfermaron. Algunas se enfermaron con COVID. Entonces, como ellas (las auxiliares) no pueden hacer labores teletrabajables, porque era exclusivamente presencial, nosotras en las mañanas teníamos una reunión por Teams, incluso por medio de WhatsApp o lo que fuera, en la que definíamos acciones que se iban a hacer durante el día”* (Jefatura del Albergue Occidente, comunicación personal, 2 de junio del 2023).

Jefatura del Departamento de Violencia de Género: *“(...) eso nos puso frente a un escenario en el cual todo lo que veníamos haciendo tenía*

que ser repensado y reorganizado (...) estamos hablando, verdad, de reacomodar la forma de atención o reajustar los servicios a una forma en que las usuarias, pues pudieran tener..., seguir manteniendo el acceso a ese servicio en las condiciones en las que estaban (...) Eso implicaba para el INAMU tratar de, nuevamente, de reorganizar, en este caso infraestructuralmente, reestructurar infraestructuralmente los servicios en los que, digamos, los lugares, digamos, los espacios que teníamos (...) Pero sí, fue eso, tener que reorganizar tanto a nivel de la modalidad de trabajo como de la infraestructura” (comunicación personal, 21 de febrero del 2023).

El Instituto Nacional de las Mujeres durante la pandemia se enmarca dentro de los servicios públicos esenciales en tanto su suspensión o paralización coloca en peligro derechos entorno a la vida y seguridad, por lo que dentro de las particularidades de este período resulta efectivo la implementación de una modalidad híbrida, puesto que responde no sólo a las especificidades sanitarias sino que, a su vez, a las condiciones de las mujeres usuarias de atención y, los diferentes servicios y procesos que provee la institución.

Finalmente, el compromiso de las funcionarias radica en salvaguardar los derechos de las mujeres en la atención, “este no es un trabajo como cualquier otro, es un trabajo con propósito, verdad. Ahí hay un propósito, pero hay una cosa que te convoca a vos desde lo interno, verdad, no soy yo vendiendo un producto, no soy yo gerenciando una máquina para sacar una línea de producción, verdad. Este trabajo es un trabajo que hace la diferencia” (Jefatura de la Delegación de la Mujer, comunicación personal, 8 de febrero del 2023).

6.4.7 El impacto de la pandemia en la atención en violencia a nivel institucional

Los periodos de aislamiento durante la pandemia contribuyeron a la profundización de las brechas socioeconómicas basadas en género (Estado de la Nación, 2020). Y esto, a su vez, impactó la atención en violencia en dos líneas. La primera es cómo otras formas de violencia estructural, como el acceso al empleo, a la educación y a la movilidad por los espacios públicos

impactó en la vida cotidiana de las mujeres, generando expresiones concretas de violencia patrimonial y social que se sumaban a la violencia intrafamiliar contra mujeres de todas las edades, niñas y niños:

Funcionaria de la Delegación de la Mujer.

“Había tantas variables fuera de nuestro control, las usuarias te contestaban y a veces decían: “Estoy con COVID”. Y la crisis era por eso, por miedo: “No tengo comida. No puedo trabajar. Vendo de forma ambulante. Estoy encerrada. No tengo redes de apoyo. Los chiquitos me están pidiendo”. Entonces, también en una llamada era tan incierto lo que podías topa, que nos sacaba de lo cotidiano” (Funcionaria de la Delegación de la Mujer, comunicación personal, 7 de marzo del 2023).

La segunda tiene que ver con la reestructuración de los sistemas de atención que tuvieron que adaptarse a las necesidades de las mujeres atendidas y de las funcionarias encargadas de dicha atención, produciendo transformaciones en los procesos como respuesta a las demandas del entorno. Siendo la atención asistencial un elemento clave:

Funcionaria de la Delegación de la Mujer.

“Muchas veces uno llamaba y monitoreaba riesgo y todo, pero eso había que abordar emergencias sociales: “No tengo comida, me cortaron la luz”. Y había que brindar contención, porque no había condiciones. Digamos, yo decía cómo voy a trabajar con esta señora su historia de violencia si ahorita está llorando porque no tiene con qué darle de comer a los hijos” (Funcionaria de la Delegación de la Mujer, comunicación personal, 14 de febrero del 2023).

Si bien la Delegación de la Mujer realza dicha reflexión como uno de los criterios a considerar durante los procesos de atención gestionados, los Albergues como centros especializados evocan dicho análisis desde otra arista:

Jefatura del Albergue Metropolitano: *“esperábamos una mayor afluencia de mujeres por las condiciones asociadas, además, de la pandemia, que era la pobreza, la violencia, la falta de empleo, (...) Además, de que, bueno, las mujeres ... todas las personas expe-*

rimentamos una importante cantidad de temor. Y eso yo creo que les hacía pensar a ellas: “No, mejor aquí me quedo quedita (...) porque no se sabe a qué me voy a ir a enfrentar” (Jefa del Albergue Metropolitano, comunicación personal, 30 de mayo del 2023).

La tercera tiene que ver con las formas en las que la Brecha Digital de Género, especialmente las de acceso y usos por parte de las mujeres atendidas de manera presencial y, remota, durante el año 2020. A partir de las entrevistas y grupos focales se logró identificar que la barrera del acceso afectaba las formas en que se realizaba el seguimiento a los casos.

Uno de los retos planteados tanto por las funcionarias de las diferentes regiones y en sus diferentes funciones es el acceso a los dispositivos electrónicos, incluyendo temas como la propiedad sobre el dispositivo, la autonomía en el uso del mismo, y el método de pago del dispositivo.

Funcionaria del Departamento de Violencia de Género. *“Vimos las diferencias entre mujeres y hombres en el acceso, al tener un dispositivo y a tener conectividad, ¡lo vimos! A las madres con los chiquitos en clase, que se les acababan los minutos (servicio de telefonía prepago) y eso vinculado con las dificultades económicas, la pobreza, la ruralidad y la dificultad de conexión en la ruralidad (...) No todas puedan tener el dispositivo o tener la conectividad”* (Funcionaria del Departamento de Violencia de Género, comunicación personal, 10 de marzo del 2023).

Jefa de Unidad Regional Huetar Norte: *“Las mujeres no tienen aparatos telefónicos autónomos, entonces, muchas veces los tenían que compartir con sus familiares, con sus hijos e hijas que, además tenían que dedicarse a responsabilidades de cuidado”* (comunicación personal, 11 de mayo del 2023).

Otro elemento que trasciende las regiones y es expresado por las funcionarias es cómo el nivel socioeconómico influyó en el acceso a las TIC y por tanto a la atención remota.

Funcionaria de la Delegación de la Mujer. *“La gran mayoría son mujeres de pobreza extrema, no tienen teléfonos inteligentes. Los teléfonos son*

de los hijos. Los chicos están también en clases virtuales. Entonces era muy complicado” (comunicación personal, 8 de febrero del 2023).

El reconocimiento de las brechas socioeconómicas desde una perspectiva de género hizo posible no solo identificar las brechas digitales sino generar estrategias de atención diferenciadas, según las necesidades de las usuarias de los servicios.

Funcionaria de la Delegación de la Mujer: *“Bueno, pero a mí me sirvió WhatsApp y Zoom, con las que tenían mejores recursos económicos. La mayoría era WhatsApp e incluso hubo un incremento de seguimientos telefónicos más que sesiones como tal, verdad. Era lo que daba a teléfono”* (Funcionaria de la Delegación de la Mujer, comunicación personal, 7 de marzo del 2023).

También se establece una diferenciación entre las funcionalidades de cada aplicación, atendiendo a las condiciones de las mujeres atendidas en violencia, la infraestructura para la atención, y la finalidad de la misma.

Funcionaria de la Delegación de la Mujer. *“Yo recuerdo que, por lo menos desde psicología, las videollamadas que era lo que yo más hacía, era lo más accesible para ellas, y bueno era lo menos complejo de hacer. Fue lo más accesible”* (comunicación personal, 7 de marzo del 2023).

La adaptación de los usos es de doble vía. Está presente tanto en el trabajo de las funcionarias y las condiciones para realizarlo y las realidades de las mujeres que reciben la atención.

Jefatura de Albergue Caribe. *“Fue una cuestión de prueba y error. (...) Esto fue algo que cayó de la nada y empezamos a aprender. Por ejemplo, empezamos primeramente a hacer las llamadas por WhatsApp, después por Teams, después por teléfono. Porque también tenemos una eventualidad de que siempre se nos va el internet. Esta es la tarea titánica.”* (comunicación personal, 19 de mayo del 2023).

Jefatura del Albergue Metropolitano. *“Nosotras hacemos mucho en lo que llamamos interdisciplinarias, que son reuniones con las usuarias, donde están varias compañeras de varias disciplinas, entonces, lo*

que hacíamos era que la persona que estaba haciendo trabajo presencial, ponía la cámara y nos conectábamos todas y hacíamos, una reunión híbrida: virtual y presencial” (comunicación personal, 30 de mayo del 2023).

La realidad de los albergues implica una relación especial con las TIC y por tanto el uso de las mismas. En primer lugar, está la necesidad de hacer un uso seguro de los dispositivos digitales, de internet y específicamente de las redes sociales por parte de las mujeres víctimas en los albergues, fundamentalmente para salvaguardar su integridad física. Por otra parte, estuvo la necesidad de desarrollar espacios híbridos de reunión con el fin de ofrecer los servicios necesarios.

6.4.8 La atención a las mujeres como servicio esencial y el teletrabajo

Los servicios de atención que ofrece el INAMU se consideran como servicio esencial. De acuerdo con el Artículo 376 del Código de Trabajo de la República de Costa Rica, “los servicios públicos esenciales (son) aquellos cuya suspensión, discontinuidad o paralización pueda causar daño significativo a los derechos a la vida, la salud y la seguridad pública” (Código de Trabajo, 2020).

Por consiguiente, la efectividad y cumplimiento a largo plazo de la disposición de confinamiento y teletrabajo domiciliario produjo una serie de dualidades, especificidades y diferenciaciones necesarias, a razón de la consigna de su objeto de atención. Ser servicio esencial durante la pandemia implicó reajustes en la atención durante los periodos de confinamiento, tanto en la atención directa como en la articulación con otras instituciones públicas.

Por ende, más allá de las derivaciones que trajo consigo la incorporación de medidas a través de las TIC, en el marco de reapertura a la presencialidad, se requieren nuevas estructuras de seguridad, lo cual propició transformaciones en la infraestructura institucional para responder adecuadamente a la demanda de cuidado físico inserto por la pandemia, las cuales se traducen en la integración de mamparas, uso de mascarillas y gel, establecimiento de zonas de distanciamiento, reubicación de escritorios, oficinas, espacios de espera, etc.

En lo que respecta a las acciones para el cum-

plimiento de la *Política Nacional para la Atención y Prevención de la Violencia contra las Mujeres de Todas las Edades 2017-2032 (PLANOVI)* se presentaron retos a los avances de la misma. El cumplimiento de la PLANOVI cuenta con la rectoría del INAMU y la participación de 21 instituciones públicas que cumplen funciones de atención, prevención y sanción de la violencia contra las mujeres, generando acciones de capacitación, sensibilización, comunicación social, entre otras.

Instituciones claves y de primera respuesta como el Ministerio de Seguridad Pública, Caja Costarricense del Seguro Social, Ministerio de Salud, Ministerio de Educación, Poder Judicial, entre otras, se encuentran individualizadas ante la atención prioritaria de la crisis sanitaria y las demandas particulares que estableció para cada institucionalidad, por lo que el contexto no les permite brindar una continuidad a las líneas de acción precedentes. Ante ello, se evidencia:

Funcionaria del Departamento de Violencia de Género. *Las instituciones como la Caja y el Ministerio de Seguridad Pública, de primera respuesta para la atención de las situaciones de violencia, nos dijeron: “¡O.k.!, Nosotros no podemos desarrollar esta serie de acciones que estaban planteadas para ese año, porque no vamos a poder. Estamos atendiendo la pandemia”.* (comunicación personal, 10 de marzo del 2023).

Las instituciones modificaron sus procesos de atención y gestión de servicios, por ejemplo, el Poder Judicial estableció la introducción de audiencias judiciales por medios digitales, mediante la Circular N° 91-2020, en un marco de legitimidad y de salvaguarda de los derechos de la ciudadanía. No obstante, la integración de estas vías repercutió en las formas en que se venían realizando las audiencias. Por una parte, representaron una forma de protección de la integridad física de las víctimas, al no exponerlas a los agresores. Pero por otra parte representó un reto, debido a la necesidad de ajustarse a las demandas de la nueva modalidad: tener internet estable que garantizara conexión a la audiencia, calidad de equipos (cámaras, micrófonos, etc.), garantizar la asistencia de las funcionarias y las denunciantes, entre otras.

A partir de la presencialidad, incluso en tiempos de confinamiento, se generaron estrategias para garanti-

zar la salud tanto de funcionarias como de mujeres que recibieron atención. Un ejemplo de lo anterior se expresa en la apertura de los Centros de Albergue Temporal para Mujeres Afectadas por Violencia durante todo el período de crisis sanitaria. Además, de la implementación del protocolo *Hotel Filtro*, implementado por el Albergue Metropolitano y que consistió en ingresar a las usuarias a un hotel por aproximadamente 15 días antes de entrar al Albergue para prevenir contagios (Jefatura del Albergue Metropolitano, comunicación personal, 2023).

También se desarrollaron acciones para garantizar la seguridad y el no contagio de las funcionarias y mujeres atendidas en las distintas unidades. Entre ellas: el uso obligatorio de mascarillas, el lavado de manos, mantener la distancia física. Lo anterior llevó a un rediseño de los espacios físicos y estableció modificaciones en las formas de interacción presencial entre funcionarias y mujeres atendidas.

Como expresamos anteriormente el teletrabajo se implementó de manera puntual en la atención, impactando tanto los ritmos y metodologías de trabajo interno como en relación con otras instituciones. Entre los retos del teletrabajo destacados por las funcionarias está el aislamiento social en sí mismo. Fue preciso adaptar las metodologías de trabajo grupal presencial a formas de trabajo colaborativo en línea. Otro elemento importante es que cada funcionaria tuvo que construir su propio espacio laboral en el ámbito doméstico, por lo cual se produjo un borramiento entre las fronteras de lo público-laboral y privado-doméstico:

Funcionaria de la Delegación de la Mujer. *“A parte de todo lo que significaba hacer ajustes en casa para los días en que había que atender. Por ejemplo, yo empecé a atender en mi cuarto. Tenía una mesa de una máquina de coser que se había hecho ornamental. Y ese fue mi primer escritorio en mi habitación. Entonces, no salía de ahí en muchas horas, porque yo no tenía una oficina”* (comunicación personal, 7 de marzo del 2023).

Uno de los impactos del teletrabajo en tiempos de aislamiento mencionado por las funcionarias es el estrés, debido a la sensación de estar permanentemente conectadas:

Funcionaria de la Delegación de la Mujer.

“Algo que, digamos, en mi caso si considero que me afectó en el teletrabajo, era el no desconectarme, ese estar todo el día, ya eran las 9, 10, 11 de la noche, para mí era igual y desgastaba más, pero no podía hacer ese cambio. Estaban los hijos, mi esposo también haciendo teletrabajo, eso parecía un Call Center. Entonces, yo decía uno no se concentra con tanto escándalo alrededor, la presión del trabajo que te pide aquí, te piden allá, que la otra, que la aquí, que la queja, que las usuarias, entonces, ¡pucha!, aún quedaban cosas pendientes estando así” (comunicación personal, 14 de febrero del 2023).

La modalidad de teletrabajo encuentra múltiples desafíos frente al panorama desarrollado por el COVID-19, además, de la particularidad que incorpora la institucionalidad desde la cual se posiciona el estudio, puesto que se posiciona desde el imaginario de las funcionarias la no posibilidad de su implementación, lo cual resulta no del todo certero, puesto que amplía la metodología de intervención y propicia una apertura a la atención.

Otro de los retos señalados por las funcionarias es la ausencia de una red de apoyo para quienes ofrecieron servicios presenciales y remotos durante la pandemia. Las funcionarias, desde diversas áreas profesionales daban seguimiento a la atención a mujeres en violencia, en las condiciones que se generaron durante la pandemia, creando mecanismos y herramientas de manera cotidiana. Y necesitando de redes de cuidados laborales redirigidos de lo presencial a lo remoto. Como expresó una funcionaria: *“Algo que se dejó de lado fue que nosotras también estábamos en situación de pandemia, que también teníamos miedo y que no sabíamos cómo pasar de esto”* (Funcionaria de la Delegación de la Mujer, comunicación personal, 7 de marzo del 2023).

La implementación y sostenibilidad del teletrabajo y la atención remota durante los momentos de aislamiento en la pandemia dependieron del acceso a la infraestructura tecnológica, la incorporación de competencias digitales necesarias para proporcionar una respuesta a las demandas que se gestionan y la creación de estrategias de cuidados individuales, grupales e institucionales.

Una expresión de los obstáculos estructurales para el establecimiento y aprovechamiento de las TIC, recae en las brechas para el acceso de las tecnologías digitales, para su evidenciación resulta imprescindible mapear la capacidad del INAMU (previo a la pandemia) respecto a la proporcionalidad de los recursos necesarios para una atención virtual. Al respecto, se indica lo siguiente:

Funcionaria de la Delegación de la Mujer. “*Vamos a ver, aquí, antes de la pandemia, siempre ha existido la particularidad de que los recursos tecnológicos son muy obsoletos. Tenemos siempre las computadoras que se van desechando de otros departamentos. Siempre hay fallas, dificultades de acceso a internet (...) y no había una red como tal*” (Funcionaria de la Delegación de la Mujer, comunicación personal, 15 de febrero del 2023).

A nivel institucional, las funcionarias plantearon diferencias en la actualización de los dispositivos digitales para la realización de trabajo cotidiano. Se destaca la carencia de computadoras, sistemas operativos actualizados, accesorios; pero también la calidad en el acceso a los servicios de internet. Además, se destaca la carencia de herramientas para el manejo seguro de la información en formatos digitales, y la necesidad de crear un sistema de expediente único que permita articular la información de las diferentes instituciones que dan seguimiento a los casos de atención, especialmente en violencia.

En lo que respecta al acceso a internet, también existe una diferencia entre las regiones lo que hace necesario reconfigurar las metodologías de trabajo según las capacidades, competencias y necesidades de cada región:

Jefa de Unidad Regional Huetar Norte. “*Partiendo desde lo más estructural, esta es una de las regiones (esto está totalmente documentado) con menos conectividad a nivel nacional. No es lo mismo en Guanacaste, que la conectividad es full, donde usted esté. Aquí no, aquí no hay conectividad, eso quiere decir que te alejas un poco y no tienes señal*” (Jefa de Unidad Regional Huetar Norte, comunicación personal, 3 de mayo del 2023).

Las desigualdades de acceso a internet, al igual

que de infraestructura, hacen imprescindible la creación de políticas de atención que reconozcan las barreras de acceso a las TIC que tienen las instituciones, funcionarias y mujeres; y cómo estas impactan en la atención que se ofrece. Reconocer las heterogeneidades estructurales que subyacen a lo externo e interno de la institución, permite visualizar que las brechas que se encuentran no son únicas y, por ende, la respuesta para su superación no se ejecuta de forma uniforme, requiriendo así un análisis de rezagos y contextos específicos.

La elaboración de las estrategias de atención por parte de las funcionarias para corresponder a las necesidades tecnológicas imperantes, pasan no sólo por la población objeto de atención, sino que, a su vez, por el contexto particular de cada región y prestación de servicios. Una de estas estrategias consistió en incluir en los formularios de atención información sobre número de teléfono, acceso a internet, si era posible contactarlas vía telefónica, para valorar pertinencia de atención remota. Lo anterior no se asumió como una medida institucional, sino atendiendo a las condiciones de cada región. Se fueron desarrollando “sobre la marcha” y a medida que se avanza en la crisis sanitaria se elaboran estrategias para responder ante las vicisitudes que se presentan, es decir, elaborar modificaciones de forma constante o bien la permanencia de lo que resulta efectivo.

En la región Huetar Norte el uso de la telefonía implicó diversas dificultades:

Funcionaria de la Unidad Regional Huetar Norte. “*Para nuestra zona es sumamente difícil para las mujeres contar con saldo en el teléfono, imagínese para datos y era muy difícil también contactarlas, todavía lo es hoy día, contactarlas para coordinar una atención, porque hay lugares en donde no hay señal, así de simple. Entonces, es muy difícil contactarlos. Y también que, digamos, el tema de la telefonía es muy complejo, porque las mujeres también, sobre todo en situaciones de pobreza, pobreza extrema o en situaciones de violencia, cambian regularmente el número de teléfono*” (comunicación personal, 19 de mayo del 2023).

Sin embargo, era la medida más efectiva para brindar atención, principalmente en el área de psicología, ya que la atención telefónica permitía proporcionar

de manera constante el servicio, especialmente en casos de emergencia, contrario a la región central ya que se estipula como lo más accesible y “menos complejo” la realización de videollamadas (telepsicología).

Aún en los contextos en los que se brindaba apertura a la presencialidad, en la Unidad Regional Huetar Norte, se encuentran otras condicionantes como el transporte, en tanto resulta para las mujeres que residen en estas zonas como limitado y a un costo elevado:

Jefa de Unidad Regional Huetar Norte. “*O sea, verdaderamente que no hay buses, hay comunidades donde un bus entra una vez a la semana, o las mujeres no tienen dinero para venir (...) o el tiempo. Un traslado de una señora de Upala a acá, es todo un día y más*” (comunicación personal, 3 de mayo del 2023).

Las dificultades de acceso a conexión de internet repercutieron en el uso de herramientas como *Zoom* o *Teams* para el establecimiento de procesos tanto individuales como grupales, por lo que *Whatsapp* se consolidó como el medio con mayor efectividad para la comunicación, especialmente en las áreas de capacitación y de formación humana.

Dada la diversidad de realidades de cada unidad regional y de los albergues así como la necesidad de mantener los servicios del INAMU sirvieron para que se desarrollaran estrategias como la elaboración de materiales y documentos que facilitaran la comunicación que homogeneizara procesos a nivel nacional, estableciendo un diálogo entre los documentos emitidos desde la Sede Central. Los periodos de aislamiento durante la pandemia, provocaron un reajuste de las metodologías de atención de la total presencialidad al desarrollo de estrategias localizadas para mantener la calidad de los servicios.

Lo anterior puso en evidencia las desigualdades y brechas en materia digital tanto de la institución como de las mujeres a las que se prestó atención, especialmente en 2020. Se establece además, de manera inédita, la relación entre el acceso a servicios y el acceso a las TIC. Es importante señalar que si bien el acceso a internet y dispositivos es un tema a considerar, también lo es la desigualdad en los niveles de alfabetización informacional de las funcionarias en las diferentes regiones. Lo

anterior lleva a pensar la capacitación y actualización en materia digital como una necesidad emergente después de 2020.

6.5 Conclusiones

La emergencia sanitaria y los periodos de aislamientos vinculados a la pandemia por COVID-19 impactaron a nivel global nuestra forma de entender y relacionarnos con las TIC, fundamentalmente a nivel del diseño de políticas públicas en general y en la atención y prevención de la violencia contra las mujeres en particular. Si bien las instituciones públicas han venido desarrollando estrategias de digitalización e incluso de teletrabajo antes de 2020 es cierto que la pandemia aceleró procesos de virtualización en todos los ámbitos de la vida política, social y económica.

La pandemia también puso de manifiesto el impacto que las brechas digitales pueden tener en el acceso a servicios esenciales y la necesidad de implementar políticas de atención localizadas y con perspectiva interseccional que faciliten la evaluación de los impactos diferenciados que pueden tener las situaciones de emergencia para diferentes grupos y comunidades.

Es pertinente destacar que el impacto de la pandemia no se limitó al acceso y uso de las TIC, sino que el aislamiento en sí mismo generó cambios sustanciales en las formas en que se concebía el trabajo de las funcionarias del INAMU, tanto en la atención directa como en la organización del trabajo en equipo. La incorporación de herramientas para el trabajo colaborativo fue sin dudas un apoyo, pero no podemos negar el impacto que el trabajo remoto tuvo para la salud física y mental de las funcionarias. Uno de los aprendizajes que deja la pandemia para el trabajo remoto es la necesidad de establecer límites claros de horarios de trabajo y especialmente la necesidad de generar condiciones espaciales para el desarrollo favorable de las funciones.

La institucionalidad pública también se vio impactada en su cultura organizacional por los periodos de aislamiento social. Se hizo más visible la necesidad de establecer comunicación sistemática entre la Sede Central y las Regiones y demás unidades, haciendo uso de las diferentes herramientas digitales. A la vez, fue necesario generar documentos guía para el trabajo en todo el territorio nacional. Pero también se puso de manifiesto

la importancia de reconocer la diversidad y desigualdades entre las regiones, y que no hay un modelo único de realizar la atención, sino que está mediada por la experiencia y realidad de cada contexto geográfico. A través de las entrevistas y grupos focales se pudo identificar una buena relación entre las jerarquías en los diferentes niveles, y las funcionarias. Lo anterior contribuyó a que los niveles de compromiso y ética de las funcionarias se mantuvieran aún en los momentos más complejos de la pandemia.

A partir de la recolección de información podemos afirmar que el uso de las TIC para el trabajo cotidiano y la atención fueron un reto por diferentes razones. Tanto en la Sede Central como en las regionales se hacía un uso tangencial de las distintas herramientas de comunicación y trabajo colaborativo. Lo anterior se explica tanto por los bajos niveles de alfabetización digital, como por la carencia de infraestructura adecuada para realizar el trabajo en entornos virtuales. Además, en algunos casos se aprecia resistencia al cambio de lo presencial y físico a la virtual. Igualmente, consideramos importante señalar que en tiempos de pandemia la adaptación a las condiciones de trabajo, si bien difícil, fue inmediata. Como expresamos anteriormente, el trabajo remoto impactó tanto las dinámicas laborales como domésticas de las funcionarias.

El borramiento de las fronteras entre lo privado y lo público durante la pandemia impactó no solo en las expresiones de violencia contra las mujeres y su atención, sino en el peso laboral de las funcionarias encargadas de la atención. En las entrevistas y grupos focales se expresa el traslape de horarios laborales y domésticos, las responsabilidades de cuidados de personas adultas mayores y menores de edad, las responsabilidades educativas de familiares, entre otras, como fuentes de estrés que agregó la pandemia. Además, el trabajo remoto significó la inversión individual en tecnología, insumos, calidad de servicios de telefonía e internet asumidos individualmente por las funcionarias.

En lo que respecta directamente a la atención, el método más empleado para dar seguimiento a las mujeres atendidas fueron las llamadas telefónicas, por ser el medio de comunicación de mayor acceso. Para ello se emplearon varios mecanismos como transferir las llamadas que recibían las unidades hacia los números

privados de las funcionarias, utilizar y crear nuevas centrales de llamadas telefónicas para la atención directa. Se implementó el uso de mensajería instantánea como *Whatsapp* con aquellas mujeres que tenían acceso a internet.

En los casos en que fue posible, se empleó la modalidad de videollamadas, pero en menor medida, debido a factores de riesgo a la integridad física de las mujeres, pues no siempre se podría garantizar privacidad durante las llamadas. En las entrevistas y grupos focales las funcionarias insistieron en la necesidad de tomar medidas de seguridad digital y presencial al emplear herramientas digitales para la atención, especialmente en violencia, porque no se puede controlar el acceso que los agresores pueden tener a la información sobre las víctimas. Por tanto, además de las consideraciones sobre el acceso y los usos, es importante considerar la importancia de generar espacios digitales seguros para las mujeres, especialmente en temas vinculados con violencia.

A partir del estudio podemos afirmar que el uso de las TIC para la atención en violencia, si bien es una posibilidad, debe considerar diversos elementos: 1) las capacidades institucionales que realmente permitan digitalizar y acceder de manera remota y segura a la información, 2) niveles de alfabetización digital de las funcionarias que garanticen el uso efectivo de las TIC con las que cuenta la institución, 3) conocimiento de los niveles de alfabetización digital de las mujeres, con el fin de diseñar modelos de atención basado tanto en el acceso como el uso de las TIC, además de las consideraciones de seguridad digital que hagan posible dicho modelo. 4) establecer una diferenciación entre las funciones vinculadas con la atención que se pueden realizar de forma remota y aquellas que del todo no es posible realizar.

Por último, es importante destacar el trabajo realizado por las funcionarias del INAMU, así como el compromiso por mantener la atención y el derecho de las mujeres a la protección aún en tiempos de pandemia, esto se evidencia como una identidad en las narrativas de las funcionarias.

CAPÍTULO 7

Perspectiva acerca de los medios de comunicación regionales locales y ¿comunitarios? en Costa Rica

Giselle Boza Solano - Mónica Rojas Víquez*



7.1 El entorno (des) regulatorio para los medios comunitarios en Costa Rica

Actualmente, Costa Rica no cuenta con un régimen jurídico específico para los servicios de radiodifusión sonora y televisiva y, menos aún, para promover la existencia de medios de comunicación comunitarios. Lo que existe es un marco regulador confuso y omiso: una obsoleta Ley de Radio de 1954 que se integra en algunos aspectos con la Ley General de Telecomunicaciones del 2008. Ambos marcos normativos conforman una especie de modelo mixto de regulación que no resuelve la ausencia de claridad y especificidad en temas como las normas especiales para los concursos, el régimen sancionatorio y tributario, los mecanismos para evitar la concentración de frecuencias en pocas manos, las restricciones para la cesión de frecuencias entre particulares o los mecanismos para promover el pluralismo y la diversidad en los servicios.

La existencia de medios comunitarios no está reconocida en la normativa costarricense ni en la política pública. En la práctica, existen iniciativas ciudadanas que se podrían enmarcar dentro de una noción amplia de comunicación comunitaria; sin embargo, el Estado costarricense nunca ha otorgado una frecuencia de radio o TV con este tipo particular de título habilitante.

En este capítulo nos referiremos a aspectos generales del marco legal, la política pública y aspectos jurisprudenciales sobre los servicios de radiodifusión sonora y televisiva en Costa Rica que inciden en la inviabilidad de medios comunitarios en Costa Rica, así

como las percepciones de gestores de medios de comunicación local y regional, iniciativas de comunicación ciudadana, emisoras culturales del ICER, y personas expertas en el tema.

Asimismo, partimos de la tesis de que en Costa Rica no existen medios que respondan a la noción de medio comunitario. En cambio, sí podríamos estar frente a un aumento de la necesidad de reconocerlos y promoverlos.

7.2. Abordaje conceptual y metodológico

7.2.1. Los medios comunitarios

La noción de medios comunitarios alude al denominado Tercer Sector de la Comunicación (junto a los medios comerciales y públicos) conformado por radios y televisoras que cumplen una finalidad social y cultural. Su característica fundamental es la participación de la comunidad tanto en la gestión, operación, financiamiento o programación, mostrando un alto nivel de independencia en relación con los partidos políticos, los gobiernos o las empresas comerciales. Además, responden a las necesidades de comunicación de sus comunidades. Por ejemplo, en la sentencia del caso Pueblos Indígenas Maya Kaqchikel de Sumpango y otros vs. Guatemala, la Corte Interamericana de Derechos Humanos presentó la noción de radio comunitaria asumida por la Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC):

“El Tribunal hace notar que existen algunas definiciones diferentes de radio comunitaria. Sin embargo, por lo general, las radios comunitarias

Giselle Boza Solano es periodista y abogada. Cuenta con una Maestría en Ciencias Penales de la Universidad de Costa Rica. Es investigadora del Centro de Investigación en Comunicación (CICOM), docente de la Escuela de Ciencias de la Comunicación Colectiva (ECCC) y coordinadora del Programa de Libertad de Expresión y Derecho a la Información (PROLEDI).

Mónica Rojas Víquez es licenciada en Derecho por la Universidad de Costa Rica. Cuenta con una Maestría en Derechos Humanos y Educación para la Paz del Instituto de Estudios Latinoamericanos de la Universidad Nacional de Costa Rica.

no tienen ánimo de lucro, son administradas por la comunidad y sirven a los intereses de dicha comunidad. Según la Asociación Mundial de Radios Comunitarias (en adelante “la AMARC”), la esencia de la radio comunitaria “es la participación de la comunidad tanto en la propiedad del medio, como en la programación, administración, operación, financiamiento y evaluación”. Además, son “medios independientes y no gubernamentales, que no realizan proselitismo religioso ni son de propiedad o están controlados o vinculados a partidos políticos o empresas comerciales”. Su razón de ser es habilitar el ejercicio del derecho a la información y libertad de expresión de los integrantes de sus comunidades” (Corte Interamericana de Derechos Humanos [Corte IDH], 2021, párr. 103).

A partir de esta definición, es posible determinar un conjunto de características propias de las emisoras comunitarias, extensibles a otros medios de comunicación.

Por su parte, la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO, 2017) las define como medios de comunicación de proximidad o medios asociativos que se caracterizan por ser independientes, sin fines de lucro y administrados por, y al servicio de los grupos a los que atienden. Esta definición parte de que los medios de difusión convencionales, generalmente comercia-

les, pasan por alto y no representan suficientemente las agendas locales y comunitarias, en especial de algunas poblaciones rurales, indígenas, mujeres, entre otras. Con respecto al concepto de proximidad, la UNESCO sostiene que:

“En la práctica, los países han identificado dos clases principales de proximidad a las cuales los medios de comunicación podrían atender para calificar como medios de proximidad, es decir, proximidad geográfica – en el sentido de personas que viven juntas en el mismo área geográfica – y proximidad de interés – en el sentido de personas que comparten un interés particular, el cual podría ser lingüístico, cultural, social o de otra índole. A menudo, los países empiezan reconociendo la proximidad geográficas para continuar, a su debido tiempo, con el reconocimiento de proximidad de interés. Las últimas son las más difíciles de alcanzar, por lo menos a través de las plataformas de distribución de difusión tradicional, porque están, casi por definición, geográficamente dispersas.” (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura [UNESCO], 2017, p.3)

A partir de esta definición, se podría hablar de medios comunitarios con una proximidad geográfica y medios comunitarios con una proximidad de sentido.

Tabla 7.1 Características de los medios comunitarios.

Finalidad	Sirven a los intereses de la comunidad y su fin es el ejercicio del derecho a la información y libertad de expresión de la comunidad
Fines de lucro	No tienen ánimo de lucro
Gestión del medio	La participación de la comunidad en la propiedad del medio, la programación, administración, operación, financiamiento y evaluación
Independencia de intereses	Son medios independientes y no gubernamentales No realizan proselitismo religioso y no tienen ningún ligamen con partidos políticos o empresas comerciales

Fuente. Elaboración propia, a partir de la definición de AMARC. 2023.

Por tanto, para esta investigación se propuso, en primer lugar, identificar si la normativa y la política pública responden a la necesidad del reconocimiento de los medios de comunicación del tercer sector de la comunicación (medios comunitarios con proximidad geográfica o medios comunitarios con proximidad de sentido); y, en segundo lugar, acercarse a las percepciones sobre la noción de medios comunitarios de las personas gestoras de medios de comunicación locales o regionales (incluyendo las emisoras del Instituto Costarricense de Enseñanza Radiofónica -ICER), e iniciativas de comunicación ciudadana. Además, el capítulo recoge las opiniones de un grupo de personas expertas sobre el tema.

7.2.2. Propuesta metodológica

Para la realización de este estudio, en primer lugar, se realizó una revisión documental de la normativa y la política pública, así como de los aspectos jurisprudenciales más relevantes. En segundo lugar, se aplicó un cuestionario en línea a 14 medios de comunicación con cobertura regional o local, ubicados fuera del Gran Área Metropolitana (GAM), incluyendo 5 emisoras culturales del ICER. Dicho instrumento se basó en la escala de Likert, tomando como referencia los contenidos del indicador 3.2 sobre participación ciudadana de la Propuesta de Indicadores de desarrollo mediático para Costa Rica (Garro, Monge y Solís, 2020a) con base a la definición de medios comunitarios anteriormente planteada. El análisis de la información se realizó con el apoyo de la herramienta QDA Miner Lite.

- En tercer lugar, se aplicó 9 cuestionarios en línea a iniciativas de comunicación ciudadana en el país. En cuarto lugar, además se realizaron 7 entrevistas semiestructuradas con la participación de:
- El director ejecutivo del ICER, Ronald Cubillo, y el coordinador de las emisoras culturales, Juan José Garita.
- Un representante de una radio cultural del ICER.
- Dos personas gestoras de iniciativas de comunicación ciudadana.
- Tres personas expertas: Andrea Alvarado, cofundadora de la Red de Medios e Iniciativas de Comunicación Alternativa, Sebastián Fournier de Onda

UNED, colectivo de comunicación dirigido a estudiantes de la Escuela de Ciencias Sociales y Humanidades de la UNED, funcionarios (as) y otras personas, con el fin de promover el pensamiento crítico (Onda UNED, 2024) y Joaquín Tapia de la organización Voces Nuestras, asociación de comunicación educativa enfocada en mujeres y personas jóvenes, así como medios alternativos (Voces Nuestras, 2024).

7.3. Marco legal de los servicios de radiodifusión sonora y televisiva

7.3.1. Ley de Radio No. 1758 y la Ley General de Telecomunicaciones No. 8642: Un modelo mixto

En su legislación, Costa Rica no reconoce la existencia de medios de uso social, entre ellos los comunitarios. Por ejemplo, la Ley de Radio de 1954, derogada parcialmente por la Ley General de Telecomunicaciones de 2008, es un instrumento normativo obsoleto y omiso en determinar un modelo de radiodifusión abierta con las garantías necesarias para el reconocimiento de la diversidad y pluralidad de medios. Estos aspectos tienen un impacto definitivo en el ecosistema mediático y, consecuentemente, en la viabilidad y sostenibilidad de los medios de comunicación comunitarios.

La casi septuagenaria Ley de Radio contiene muy pocos artículos vigentes⁵ pero resulta determinante en las características del actual modelo de radiodifusión. A continuación, algunos de esos puntos:

- La única tipología de operadores que establece es la de radiodifusoras comerciales y culturales. No reconoce la noción de operadores comunitarios.
- Exime de impuestos a las radiodifusoras culturales bajo la condición de que no transmitan publicidad comercial o cualquier otra remunerada.
- Establece la prórroga automática de las concesiones.
- No regula los límites a la concentración de frecuencias en manos de un solo operador o grupos empresariales.

⁵ La Ley de Radio No. 1758 fue derogada en 13 de sus 27 artículos por la Ley General de Telecomunicaciones No. 8642, lo que la convierte un prácticamente un cascarón normativo.

Desde el primer reglamento a la Ley de Radio, dictado por el Poder Ejecutivo, denominado Reglamento de Estaciones Inalámbricas, en 1956, (ya derogado) se reconoció únicamente dos tipos de operadores de radiodifusión: comerciales y culturales. Los primeros los definía como aquellos que se dedicaban a la explotación lucrativa y los segundos a la divulgación cultural y los condicionaba a que no transmitieran publicidad comercial o política⁶.

Hasta el año 2008, la Ley de Radio asignaba únicamente al Poder Ejecutivo la potestad discrecional de entregar la concesión de espectro radioeléctrico a cualquier operador, sin necesidad de concurso público. Durante años, las frecuencias se entregaron, en general, bajo criterios de conveniencia política o por intereses de grupos económicos o de personas físicas ligadas al Poder Ejecutivo. Esto se hizo mediante una dinámica conocida como “régimen de llegada”.

La Ley General de Telecomunicaciones (LGT) de 2008, permitió la apertura del mercado de servicios de telecomunicaciones disponibles al público. Además, introdujo un órgano regulador independiente y un concurso público. Según la norma, a la Superintendencia de Telecomunicaciones (Sutel) le corresponderá “realizar las actividades y los estudios necesarios para preparar el concurso de la concesión y recomendarle al Poder Ejecutivo el otorgamiento o no de estas”⁷.

6 Ley de Radio No. 1758. Artículo 20. Las radiodifusoras que tengan por fin exclusivamente la difusión cultural y las estaciones radiodifusoras al servicio meteorológico y de navegación aérea o marítima estarán exentas de todo impuesto, siempre y cuando no se dedique a realizar propaganda comercial ni de otra clase que sea remunerada.

Reglamento de Estaciones Inalámbricas Decreto Ejecutivo No. 63 de 11/12/1956. Estaciones Radiodifusoras. Artículo 3. Estaciones Comerciales son aquellas que se dedican a la explotación lucrativa permanente de propaganda comercial, por medio de programas musicales, literarios, científicos, deportivos, etc., de interés general para el público. Artículo 4. Estaciones culturales son aquellas destinadas exclusivamente a la divulgación cultural, gratuitamente, debiendo sus programas estar exentos de propaganda comercial y política de cualquier naturaleza.

La misma ley en otros artículos reitera la obligación de los operadores culturales a no transmitir publicidad remunerada para efectos de la exención de impuestos. Ver: Artículo 12. Los derechos de licencia se cobrarán por trimestres anticipados, en la siguiente forma: c) Las radiodifusoras que tengan por fin exclusivamente la difusión cultural y las estaciones inalámbricas al servicio meteorológico y de navegación aérea o marítima estarán exentas de todo impuesto, siempre y cuando no se dediquen a realizar propaganda comercial ni de otra clase que sea remunerada

7 Ley General de Telecomunicaciones No. 8642. Artículo 29. Servicios de radiodifusión y televisión. El aprovechamiento de la radiodifusión sonora y televisiva, por sus aspectos informativos, culturales y recreativos, constituye una actividad privada de interés público. El otorgamiento de concesiones y la prestación de los servicios de radiodifusión y televisión continuarán rigiéndose por lo dispuesto en la Ley de radio, N.º 1758, de 19 de junio de 1954, sus reformas y su Reglamento. A la Sutel le corresponderá realizar las actividades y los estudios necesarios para preparar el concurso de la concesión y recomendarle al Poder Ejecutivo el otorgamiento o no de estas concesiones. Los servicios de radiodifusión sonora o televisiva definidos

Si bien esta medida significa un avance en la forma en que opera la asignación de frecuencias, la decisión finalmente la tendrá el Poder Ejecutivo, órgano que tiene la potestad de preparar el cartel del concurso según criterios que la normativa no establece⁸. En lo que sí es clara la LGT es que en materia de planificación, administración y control del espectro radioeléctrico, así como del acceso e interconexión, y del régimen sectorial de competencia, la radiodifusión abierta debe someterse a esta Ley.

Precisamente, uno de los temas en los que existe un vacío legal es en el tipo de procedimiento para asignar las frecuencias a los operadores, con excepción de aquellos que cuentan con un título habilitante de carácter legal, como las universidades públicas. Al respecto, la Procuraduría General de la República, en el dictamen C-110-2016 sostiene que, si bien la Ley General de Telecomunicaciones impone el concurso como medio para otorgar la concesión para servicios de radiodifusión so-

en el presente artículo son los de acceso libre; estos se entienden como servicios de radiodifusión sonora o televisión convencional, de programación comercial, educativa o cultural, que pueden ser recibidos libremente por el público, en general, sin pago de derechos de suscripción, y sus señales se transmiten en un solo sentido a varios puntos de recepción simultánea. Sin perjuicio de lo dispuesto en este artículo, las redes que sirvan de soporte a los servicios de radiodifusión y televisión, quedan sujetas a la presente Ley en lo dispuesto en materia de planificación, administración y control del espectro radioeléctrico, acceso e interconexión y al régimen sectorial de competencia previsto en esta Ley. Cuando los proveedores de servicios de radiodifusión y televisión se encuentren habilitados tecnológicamente para prestar servicios de telecomunicaciones por medio de sus redes, deberán sujetarse a las regulaciones previstas en la presente Ley. Para prestar servicios de telecomunicaciones deberán contar con el respectivo título habilitante y cumplir los requisitos legales y administrativos que para ello se requiera.

8 El procedimiento que establece la LGT para los servicios de telecomunicaciones disponibles al público se aplican a los servicios de radiodifusión abierta. La Ley lo regula en los siguientes artículos: Artículo 12. Procedimiento concursal. Las concesiones de frecuencias para la operación y explotación de redes públicas de telecomunicaciones, serán otorgadas por el Poder Ejecutivo por medio del procedimiento de concurso público, de conformidad con la Ley de contratación administrativa y su reglamento. La Sutel instruirá el procedimiento, previa realización de los estudios necesarios, para determinar la necesidad y factibilidad del otorgamiento de las concesiones, de conformidad con el Plan nacional de desarrollo de las telecomunicaciones y las políticas sectoriales. Artículo 16. Selección del concesionario y adjudicación. El concesionario será seleccionado de entre las ofertas presentadas, conforme a las reglas del cartel y según el sistema establecido en las bases del concurso. Las ofertas elegibles serán evaluadas por la Sutel, a la que le corresponderá recomendar al Poder Ejecutivo si la adjudicación procede o no. El Poder Ejecutivo podrá desestimar todas las ofertas cuando considere que estas no se ajustan al cartel, a los objetivos y las metas definidos en el Plan nacional de desarrollo de las telecomunicaciones, a lo dispuesto en el Plan nacional de atribución de frecuencias o a los acuerdos, tratados y convenios internacionales de telecomunicaciones ratificados por Costa Rica. El acuerdo de adjudicación deberá ser publicado en el diario oficial La Gaceta en un plazo de diez (10) días hábiles. Artículo 24. Plazos y prórroga El plazo y la prórroga de las concesiones y autorizaciones se registrará de la siguiente manera: a) Las concesiones de frecuencias para la operación y explotación de redes públicas de telecomunicaciones se otorgarán por un período máximo de quince años, prorrogable a solicitud de parte, hasta por un período que sumado con el inicial y el de las prórrogas anteriores no exceda veinticinco años. La solicitud de prórroga deberá ser presentada por lo menos dieciocho meses antes de su expiración.

nora y televisiva, no fija las reglas especiales como sí lo hace para las redes públicas de telecomunicaciones. En ese mismo dictamen, la Procuraduría considera que la Ley General de Telecomunicaciones no alcanza para la regulación del servicio y considera excluidos el régimen sancionatorio y el tributario.

El Reglamento a la LGT es el único instrumento jurídico que establece una tipología de los servicios de radiodifusión abierta: en primer lugar, las estaciones comerciales, que se definen por dedicarse a una explotación lucrativa permanente de propaganda comercial y, en segundo lugar, las estaciones culturales, aquellas definidas así por el Ministerio de Cultura, Juventud y Deportes. En virtud de esta clasificación se derivan los tipos de servicios prestados: comerciales y culturales.⁹

Otro tema no resuelto por el marco legal es cómo limitar la concentración de frecuencias en manos de algunos operadores y la cesión de frecuencias entre particulares. En la Resolución No. 064-2016, la Sutel al conocer de un proceso de concentración de empresas en el sector, indica que no tiene competencia para adoptar medidas o realizar controles para garantizar los intereses públicos propios y presentes que caracterizan al sector audiovisual, en especial a la radiodifusión sonora y televisiva de acceso libre. Agrega, además, que la compraventa, cesiones y cualquier cambio en el capital accionario o participaciones en sociedades o personas jurídicas, cuando hay espectro radioeléctrico de por medio, le preocupan, en el tanto, si bien no hay venta, cesión o traspaso del título habilitante, dicha circunstancia sí implica un cambio en el control de la concesión. En igual sentido, la Comisión de Promoción de la Competencia, en el voto No.25-2016, ya le había indi-

⁹ Reglamento Ley General de Telecomunicaciones. Decreto ejecutivo No. 34765. Artículo 97. Clasificación según su naturaleza. Las disposiciones de este capítulo son para todos los servicios de radiodifusión en general de conformidad con la siguiente clasificación de estaciones:

a. Estaciones comerciales: Son aquellas que se dedican a la explotación lucrativa permanente de propaganda comercial, por medio de programas musicales, literarios, científicos, deportivos, noticiosos, de entretenimiento o de otro género que revista un interés general para el público. b. Estaciones culturales: Son aquellas que el Ministerio de Cultura, Juventud y Deportes califique como tales, cuya programación está destinada a difundir únicamente contenidos educativos, religiosos y/o culturales, que sean formativos e informativos de la persona humana, así como tecnológicos, transmitiendo conocimientos y conductas que promuevan los valores sociales y personales. c. Estaciones internacionales de onda corta: Son aquellas radioemisoras comerciales o culturales que operan en las bandas internacionales de onda corta, siendo sus programas especialmente para la audición en el extranjero. Artículo 98. Clasificación según el servicio prestado. Las estaciones radiodifusoras se clasifican así: a. Servicios de radiodifusión comercial sonora. b. Servicios de radiodifusión comercial de televisión. c. Servicios de radiodifusión cultural sonora. d. Servicios de radiodifusión cultural de televisión.

cado a la Sutel, que este tipo de actos jurídicos no dejan de llamar la atención en que pudiese estar concentrando indebidamente el espectro radioeléctrico.

El único modelo de radiodifusión sonora diferente al comercial o religioso -contemplado en el ordenamiento jurídico- es la red de emisoras culturales del Instituto Costarricense de Enseñanza Radiofónica¹⁰, que nace como un medio de comunicación de educación para personas adultas en regiones rurales y alejadas. En la actualidad, dicho Instituto se compone de 15 emisoras culturales: Los Santos, Maleku, Nicoya, Pital, Turrialba, Upala, Tilarán, Puriscal, Boruca, Buenos Aires, Corredores, Pérez Zeledón, La Voz de Talamanca, Los Chiles y La Cruz (Instituto Costarricense de Enseñanza Radiofónica [ICER], 2024).

En años anteriores, se han dado varios intentos para reformar y actualizar de forma integral el marco normativo, los cuales han sido instados por diferentes actores académicos y sociales; sin embargo, ninguna de estas iniciativas ha prosperado. Por ejemplo, la iniciativa más reciente, presentada durante la Administración Solís Rivera (2015) no logró los resultados esperados. La propuesta, que pretendía avanzar en términos de pluralismo y diversidad, ni siquiera contó con un debate a nivel legislativo porque fue vetada por los grupos mediáticos desde el inicio.

Lamentablemente, a pesar del amplio desarrollo de la doctrina del sistema interamericano de derechos humanos, acerca de las obligaciones de los Estados con el pluralismo y la diversidad en los servicios de radiodifusión abierta, Costa Rica no logra avanzar en términos normativos, por lo que “el Estado debe democratizar el acceso a los diferentes medios de comunicación, garantizar la diversidad y el pluralismo, y promover la existencia de servicios de comunicación tanto comerciales, como públicos y comunitarios”(Corte IDH, 2021, párr 86)¹¹.

¹⁰ Ley No. 6606. Convenio Cultural con el Principado de Liechtenstein: creación de red emisoras culturales “Artículo 2. En particular, las Partes Contratantes acuerdan realizar un programa de cooperación para desarrollar la educación de adultos en las regiones rurales y marginales de Costa Rica. Las Partes Contratantes, realizando este programa de cooperación, se guiarán por los principios culturales que orientan los planes de la educación de adultos en Costa Rica” Artículo 4. Para la mejor divulgación de la formación elemental, las Partes Contratantes fomentarán especialmente la instalación de pequeñas emisoras culturales regionales, que correspondan a los objetivos de los artículos 2 y 3 de este Convenio.

¹¹ Corte Interamericana de Derechos Humanos, Caso Pueblos Indígenas Maya Kaqchikel de Sumpango y Otros vs. Guatemala, sentencia de 6 de octubre de 2021, párr. 86. “Para conseguir dicha finalidad, es preciso que el Estado democra-

7.3.2. Aspectos de la jurisprudencia constitucional

En diferentes ocasiones, la Sala Constitucional ha conocido de acciones contra la Ley de Radio sin que exista una claridad jurisprudencial a favor del pluralismo y la diversidad de medios. En la sentencia más reciente del año 2017, el tribunal constitucional defiende la tesis de que la legislación resulta suficiente para cumplir con los estándares del sistema interamericano de derechos humanos en materia de radiodifusión. En la resolución, derivada de una acción de inconstitucionalidad presentada por las organizaciones Red de Medios e Iniciativas de Comunicación Alternativa (Red Mica) y Voces Nuestras,¹² la Sala Constitucional sostuvo que, con el marco normativo vigente, es posible asignar frecuencias para la radio comunitaria, si los respectivos estudios determinan tal necesidad. Sobre esto menciona

“...estima esta Sala que la normativa interna costarricense, en particular, el ordenamiento jurídico sobre telecomunicaciones, se ajusta a tales estándares. En lo que interesa, específicamente, a la asignación de frecuencias para la actividad de radiodifusión, debe reiterarse que la Ley General de Telecomunicaciones dispone, expresamente, que tales concesiones se otorgarán mediante concurso público, que será preparado por un órgano técnico, objetivo e independiente (la SUTEL), quien ha de procurar –como principio general que enmarca y condiciona el otorgamiento de concesiones– por “una asignación justa, equitativa, independiente, transparente y no discriminatoria” del espectro. A lo que se añade que al momento de prepararse el respectivo concurso, el citado órgano ha de tener en cuenta, necesariamente, los instrumentos internacionales sobre derechos humanos aplicables en Costa Rica –y su interpretación por parte de los órganos de garantía competentes–, en tanto componentes del Derecho de la Constitución. Por lo que incluso, ha de tomar en consideración la asignación de frecuencias para la actividad de radio comunitaria, si los respectivos estudios determinan tal necesidad.” (Sala Constitucional,

tice su acceso de manera tal que reconozca, fomente o incentive las formas y usos diversos que cada sector puede adoptar para acceder y operar estos medios y, por consiguiente, cree espacios para formas diferenciadas de medios de comunicación y los correspondientes instrumentos legales para conferirles seguridad jurídica”.

¹² Ambas organizaciones sociales han desarrollado una serie de acciones para la defensa del derecho a la comunicación en Costa Rica.

2017, Considerando VII)

Para el órgano jurisdiccional, la Ley de Telecomunicaciones vino a imponer el concurso público como una garantía institucional para asegurar ciertos fines y valores como la transparencia, la rendición de cuentas, la publicidad, la libre concurrencia y la igualdad; y que la obligación de otorgar a un órgano regulador independiente la planificación, administración y el control del espectro radioeléctrico es para garantizar una asignación justa, equitativa, independiente, transparente y no discriminatoria. Bajo esta línea jurisprudencial de la Sala, la asignación de frecuencias para medios comunitarios sería una potestad discrecional del Estado y no una obligación normativa.

Sin embargo, del 2008 a 2023, el país no ha utilizado la Ley General de Telecomunicaciones para asignar, mediante concurso, ninguna frecuencia de radio y televisión, mucho menos una de carácter comunitario.

7.3.3. Marco de la política pública

Con el proceso de tránsito a la televisión digital terrestre y frente a los múltiples cuestionamientos de sectores académicos y sociales por la ausencia de un marco legal y una política pública que reconociera el pluralismo y la diversidad de medios, el Gobierno incluyó en el Plan Nacional de Desarrollo de las Telecomunicaciones 2015-2021 una reserva de 24 MHz para televisión con la finalidad dedicarlo a la “atención a necesidades locales y nacionales”. No obstante, esta reserva nunca se sacó a concurso.

En el nuevo Plan de Desarrollo de las Telecomunicaciones 2022-2027, el Poder Ejecutivo incluyó, de nuevo, en las líneas estratégicas del área denominada Espectro para la competitividad, el objetivo de “poner a disposición una reserva de espectro radioeléctrico para servicios de radiodifusión televisiva con fines de atención a necesidades locales y nacionales” (Ministerio de Ciencia, Innovación, Tecnología y Telecomunicaciones [MICITT], 2022, p.80), sin determinar de cuánto es la reserva y si se trata de medios comunitarios. La única referencia se hace cuando se establece la necesidad de “fortalecer los servicios de radiodifusión sonora y televisiva en apego a la legislación y los lineamientos técnicos existentes, para efectos informativos, educativos, culturales, recreativos y productivos, entre otros, (...)

considerando las necesidades de las distintas comunidades tanto geográficas como las de sentido o de intereses colectivos” (MICITT, 2022, p.78). De este enunciado, podría interpretarse un interés por otorgar frecuencias a medios comunitarios de proximidad geográfica o de proximidad de sentido.

Sin embargo, el instrumento de política pública no establece ninguna ruta para la existencia de operadores comunitarios, al contrario, el Plan pretende que la Sutel fortalezca sus competencias para la eliminación de transmisiones no autorizadas e interferencias perjudiciales; así como el reforzamiento de las acciones de persecución y punitivas por parte del Estado en relación con el uso ilegítimo del espectro radioeléctrico (MICITT, 2022, p.77).

7.4 Análisis de los medios de comunicación regionales, locales y las iniciativas de comunicación ciudadana

7.4.1 Introducción al ecosistema de los medios en Costa Rica

De acuerdo con el mapeo, realizado por las investigadoras Lidieth Garro y Lilliana Solís (2020), del Centro de Investigación en Comunicación (CICOM) y del Programa de Libertad de Expresión (PROLEDI) de la Universidad de Costa Rica se muestra la existencia de 296 medios de comunicación, tanto privados como públicos, de alcance nacional, regional o local (Garro et al., 2020b). De estos, el 43% correspondían a emisoras de radio, el 19% a canales de televisión, el 19% a periódicos, el 11% a revistas y el 8% a medios digitales.

Además, el 41% de los medios operaba por medio del espectro radioeléctrico, el 33% por internet, el 8% por un sistema de cable y el 19% a través de la impresión física tradicional. Es claro, que esta diversidad de medios y actores no implica, la existencia de un ecosistema plural y diverso, para lo que habría que considerar penetración, audiencias, cobertura, agendas, diversidad de intereses, etc.

Un estudio reciente del investigador Óscar Jiménez (2023) (PROLEDI-CICOM) muestra que en el país existen aproximadamente 163 frecuencias del espectro

radioeléctrico que se pueden utilizar para transmitir una señal de radio o TV. De este grupo, 139 están actualmente concesionadas y 24 se encuentran libres. Esto significa que el espectro que brinda servicios de radiodifusión está “ocupado” aproximadamente en un 85,28%.

De acuerdo con Jiménez (2023), de las 126 concesiones se determinó que 48 transmiten una señal de radio en AM, 51 una señal en FM y 27 se utilizan para emitir señales de TV abierta. Es importante mencionar que la mayoría de estas concesiones vencen en 2024 ya que los contratos de concesión, suscritos en su mayoría en el 2004, contaban con 20 años de vigencia.

En virtud de este vencimiento, el Ministerio de Ciencia, Innovación, Tecnología y Telecomunicaciones (MICITT) solicitó a la Sutel, en septiembre de 2022, la emisión del estudio de necesidad y factibilidad para un eventual proceso concursal para los servicios de radiodifusión sonora y televisiva. Como parte del procedimiento, el 2 de octubre se publicó en el Diario oficial La Gaceta la consulta pública sobre interés y demanda en las bandas destinadas para este tipo de servicio. Uno de los principales hallazgos de la consulta, según Sutel, es el exceso de demanda en las bandas de radio FM, ya que existen 99 potenciales operadores interesados, mientras que solo hay espacio para 45 emisoras. Además, se presentaron 44 interesados en un canal de televisión y 19 interesados en frecuencias AM (Pomareda, 2024, párr 8-9), lo que hace suponer un eventual interés para medios comunitarios.

Una de las características de los medios de comunicación costarricenses es que existe una marcada concentración en región central del país: el 57% se concentra en la provincia de San José, el 11% en Alajuela, el 8% en Guanacaste, el 7% en Cartago y Puntarenas, el 5% en Limón y 4% en Heredia, según datos de Garro y Solís (2020).

Esta concentración geográfica se manifiesta también en formas de concentración del espectro, de las audiencias y de la publicidad oficial y de la propaganda política. En tal sentido, en el país hay grupos mediáticos que concentran hasta 5 frecuencias de televisión y diez frecuencias de radio y los medios religiosos significan un 20% de los operadores de servicios de radiodifusión. Mientras que, el panorama de los medios comunitarios es muy distinto, pues no existen políticas afirmativas

para estos.

Por otro lado, retomando lo respectivo al sistema, éste se complementa con algunos medios de comunicación públicos, pertenecientes al Sistema Nacional de Radio y Televisión y a las universidades públicas. Además, algunas concesiones han sido otorgadas a fundaciones y la red de emisoras culturales bajo la administración del Instituto Costarricense de Enseñanza Radiofónica.

Estas emisoras cumplen un papel importante en las comunidades pues incorporan proyectos de gestión comunitaria, sin embargo, el modelo centralizado de administración les resta independencia funcional. Las emisoras que conforman la red están afiliadas a la Cámara Nacional de Radio, organización de carácter empresarial.

En ese sentido, como se observa, el marco legal, jurisprudencial y de política pública hace inviable la existencia de medios comunitarios en Costa Rica, a pesar de la presión de algunos sectores y los estándares desarrollados en el sistema interamericano.

7.4.2. Análisis de las perspectivas de medios de comu-

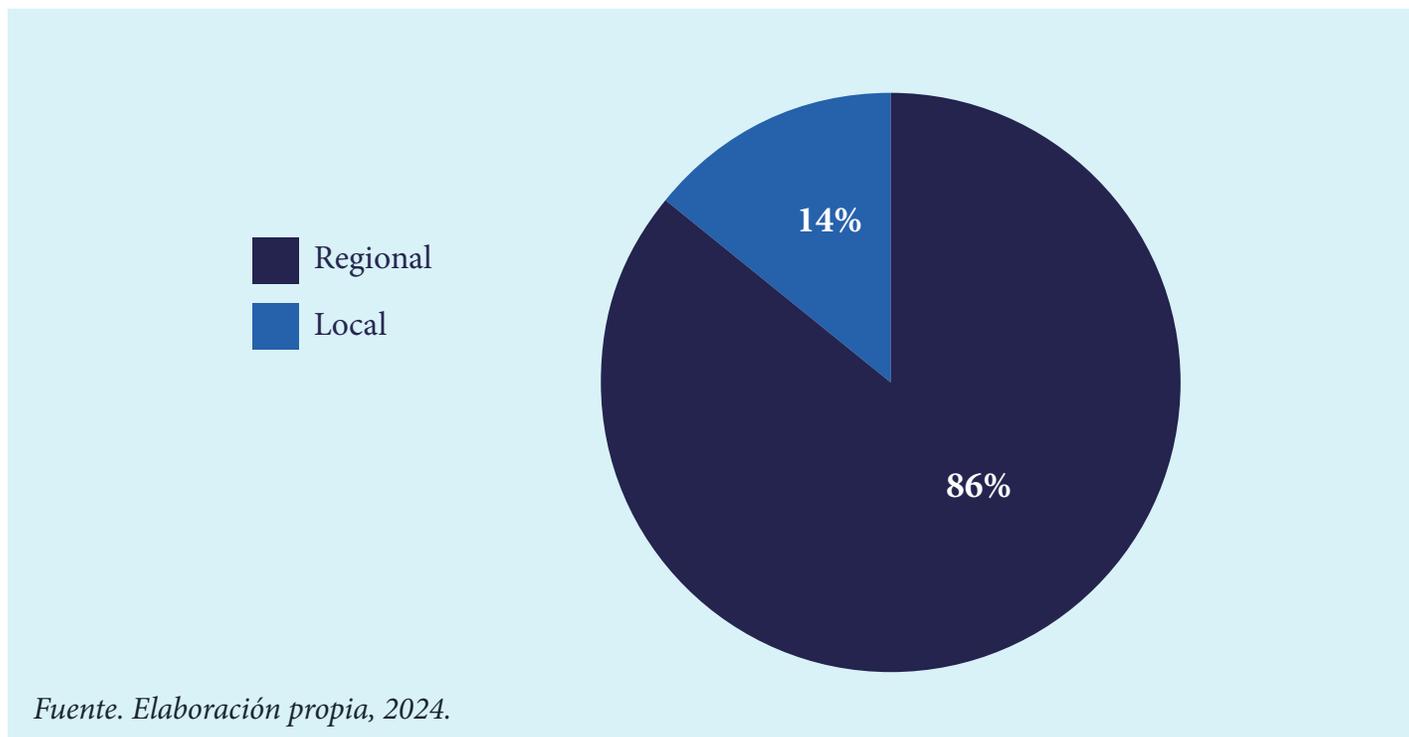
nicación regionales y locales

Para conocer las perspectivas de las personas que integran los medios de comunicación regionales y locales se aplicó un cuestionario en línea, el cual fue respondido por 14 personas. Las personas participantes se desempeñan en: 29% dirección, 15% propietarios, 14% del área de administración, 7% coordinación, 7% responsable, 7% producción, 7% encargada, 7% colaborador y 7% presidencia.

Sobre la distribución de los medios de comunicación por plataforma se observa lo siguiente: 43% de radio (36% usan espectro en la banda FM y 7% en línea) 14% canales de TV (7% por TV por cable y 7% por TV abierta), 22% de digitales (15% por redes sociales digitales y 7% por sitio web), 14% de medios impresos y 7% de digital y televisivo (redes sociales digitales).

Por otra parte, en cuanto al inicio de operaciones de dichos medios de comunicación se ubica entre el año 1982 al 2017 y la ubicación geográfica es en Alajuela (Zona Norte, Pital), Guanacaste (área peninsular de Nicoya y Bagaces), San José (Puriscal, Pérez Zeledón, Tarrazú), Heredia (Sarapiquí), Puntarenas (Puntarenas, Ciudad Neilly).

Figura 7.1 Distribución de los medios de comunicación según cobertura geográfica.2024.



Seguidamente, los resultados del cuestionario en línea respondido por 14 personas, con el objetivo de conocer las perspectivas de las personas que integran los medios de comunicación regionales y locales.

En cuanto a la distribución de los medios de comunicación según la cobertura geográfica, en la figura 7.1 se muestra que el 86% se perciben como regional y el 14% como local. A propósito, la cobertura local, Garro y Solís (2019) entienden aquella que se distribuyen en una sola ciudad o pueblo, y a la cobertura regional como la que alcanza distintas ciudades y cantones.

Por otro lado, al consultar sobre el tipo de medio de comunicación, la mayoría de las personas considera que se trata de medios culturales (11 menciones). Asimismo, se consideran como medios comerciales (7 menciones), comunitarios (7 menciones) e indígenas (3

menciones).

Los resultados de las preguntas relacionadas con la libertad de expresión muestran una percepción positiva. En la primera pregunta, las personas consideran mayoritariamente que el medio permite el ejercicio de la libertad de expresión de la comunidad. Según las respuestas de la figura 7.2, el 93% consideran que el medio de comunicación Siempre permite el ejercicio de la libertad de expresión de su comunidad y el 7% respondió que Casi Siempre.

Con respecto al grado de participación de la comunidad en los espacios informativos y de opinión, como se detalla en la figura 7.3, las respuestas también se inclinan mayoritariamente por Siempre con un 86% y por Casi Siempre con un 14%.

Figura 7.2 El medio de comunicación permite el ejercicio de la libertad de expresión de la comunidad, 2024.

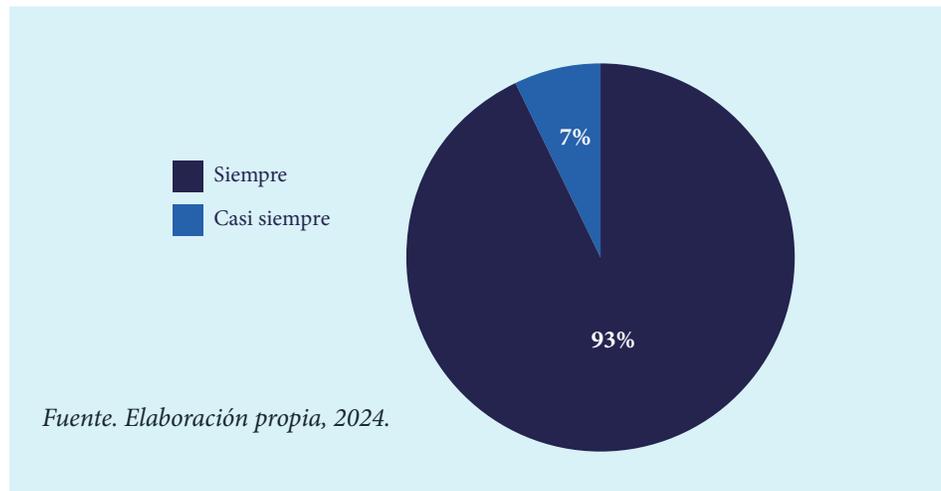
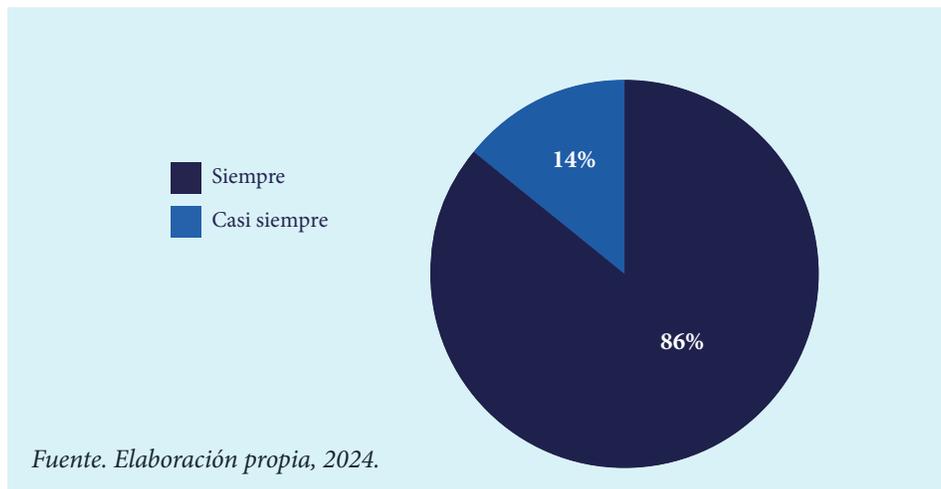


Figura 7.3 El medio de comunicación permite la participación de la comunidad en los espacios informativos y de opinión, 2024.



Además de la importancia de que los medios de comunicación permitan la participación de la comunidad en espacios informativos y de opinión, un dato relevante es acerca de la frecuencia de dicha participación comunitaria en esos espacios, como se aprecia en la figura 7.4, mayoritariamente se considera que es 79% Siempre y 14% Casi siempre.

Los resultados sugieren que no sólo de forma mayoritaria los medios de comunicación permiten el ejercicio de la libertad de expresión por parte de la comunidad, sino que la comunidad participa en los programas en los que se permite respuestas del público y otros espacios.

En cuanto a la participación de la comunidad en

las capacidades de gestión de los medios de comunicación, concretamente se consultó sobre la propiedad, el contenido o programación, la administración, la operación, el financiamiento y la evaluación, tomando en consideración lo desarrollado por la Corte IDH sobre los medios comunitarios.

Para iniciar, la propiedad de los medios de comunicación usualmente le corresponde a una persona, quien es la propietaria del medio. Es decir, no hay una participación activa de la comunidad en dicha capacidad de gestión. Como se expone en la figura 7.5, los datos de participación de la comunidad se revierten, los resultados son: 29% Totalmente en desacuerdo, 14% en Desacuerdo, 22% Ni de acuerdo ni desacuerdo, 21% De acuerdo y 14% Totalmente de acuerdo.

Figura 7.4 Las personas de la comunidad participan en los programas que permiten respuestas del público y en los espacios informativos y de opinión, 2024.

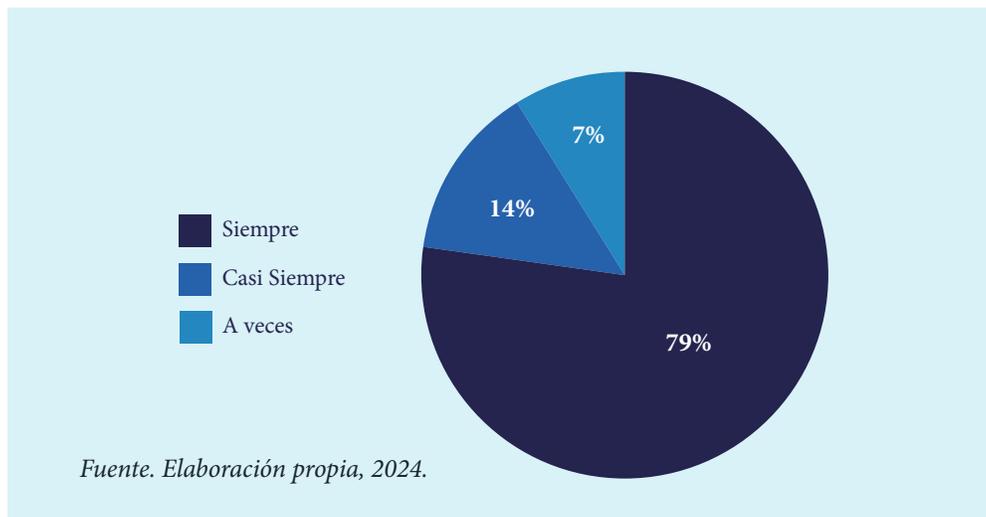
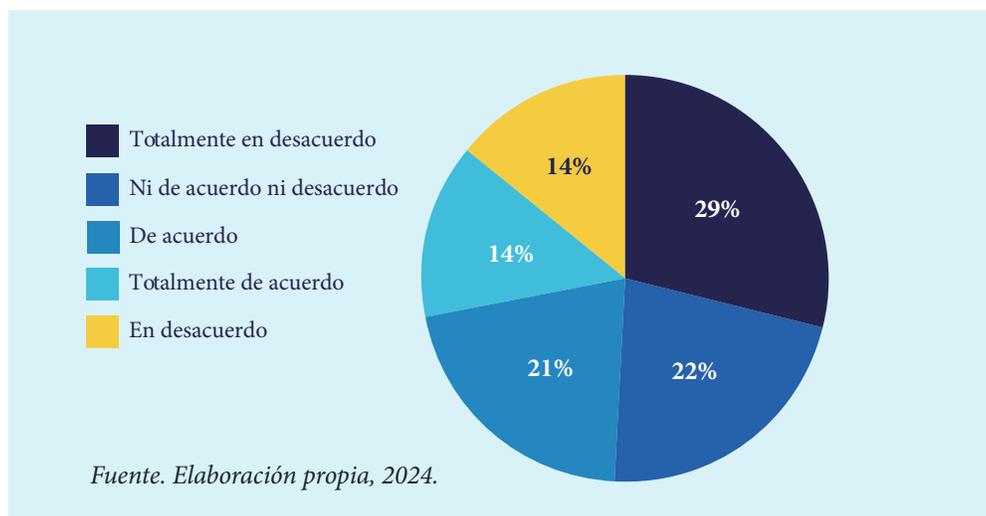


Figura 7.5 La comunidad participa en la propiedad del medio de comunicación, 2024.



Sobre la participación de la comunidad en la elección del contenido del medio de comunicación, los resultados en la figura 7.6 sugieren que hay una menor incidencia: 29% Casi Siempre, 7% Siempre, 50% A veces, 14% Nunca y 0% Casi Nunca. Dicha participación se realiza mediante las solicitudes o propuestas, por ejemplo, de películas o series de televisión, así como temas para analizar y publicar en periódicos y el contenido de radio. Asimismo, la participación es en momentos específicos en los que pueden difundir ideas mediante la publicación de artículos o publicaciones especiales de actividades donde la comunidad participa.

Una respuesta frecuente sobre la administración de los medios de comunicación es que a ésta le corresponde a la persona propietaria. Sobre la participación de la comunidad en la administración del medio de comunicación, tal como se muestra la figura 7.7, las principales respuestas son 43% Nunca y 29% Casi Nunca.

Se examinó también la participación de la comunidad en la operación del medio de comunicación, las respuestas en la figura 7.8 se inclinan a 36% Nunca y 14% Casi Nunca, 14% A veces, 14% Casi Siempre y 22% Siempre.

Figura 7.6 La comunidad participa en la elección de contenido del medio de comunicación, 2024.

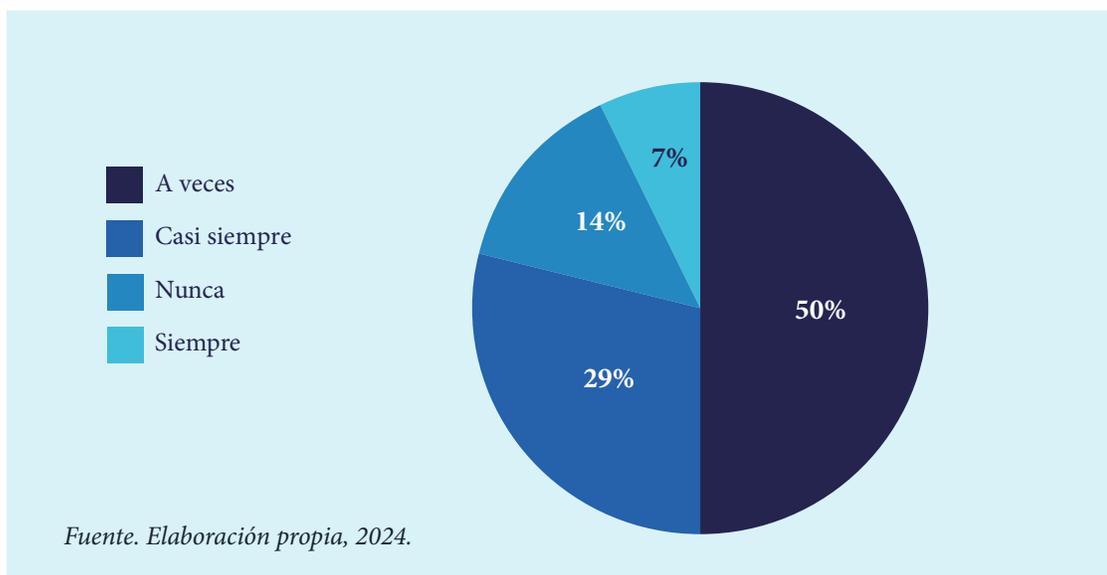


Figura 7.7 La comunidad participa en la administración del medio de comunicación, 2024.

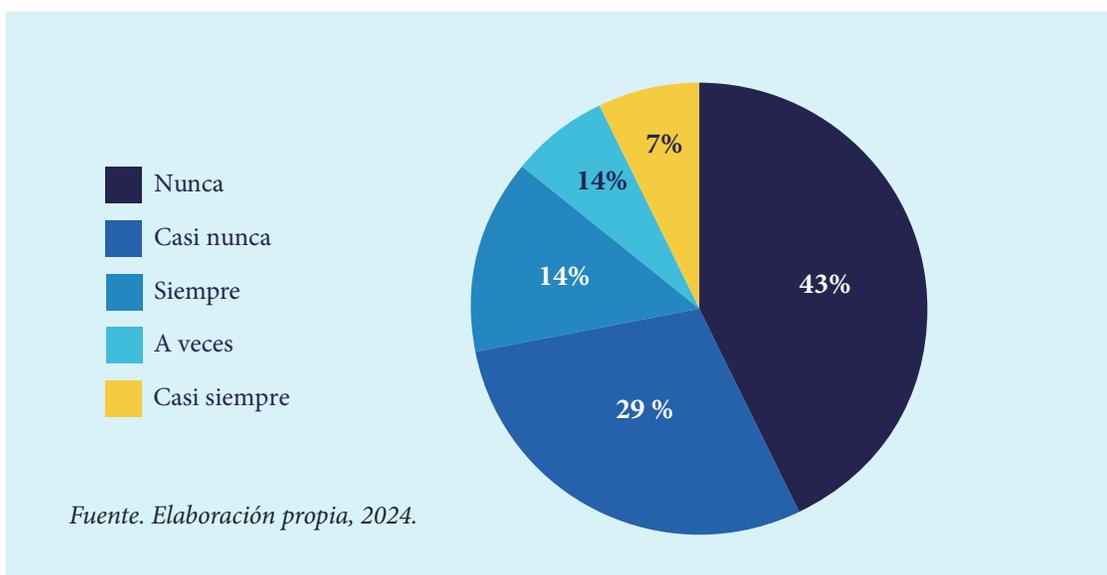


Figura 7.8 La comunidad participa en la operación del medio de comunicación, 2024.

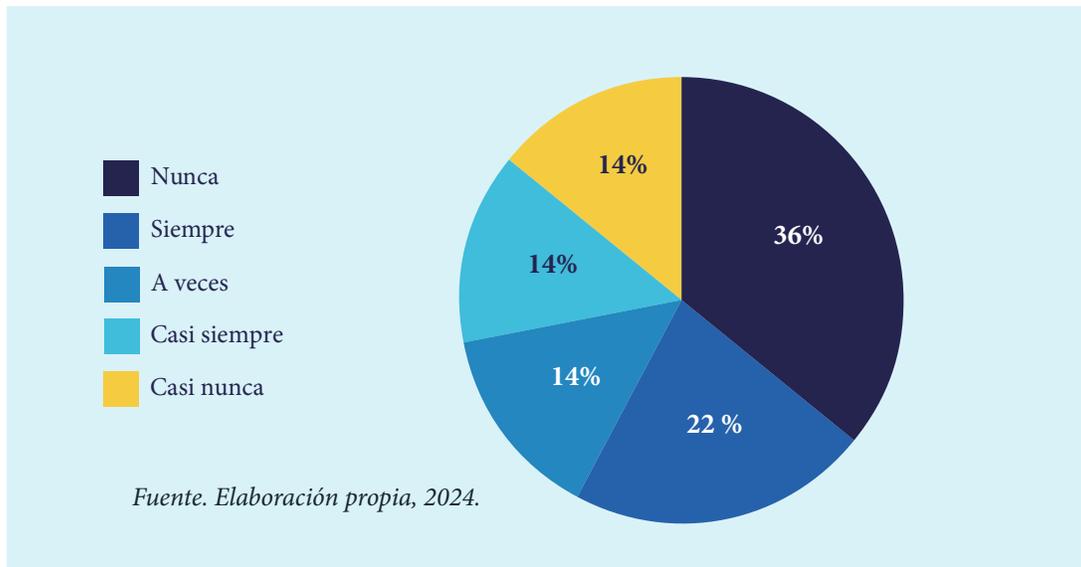
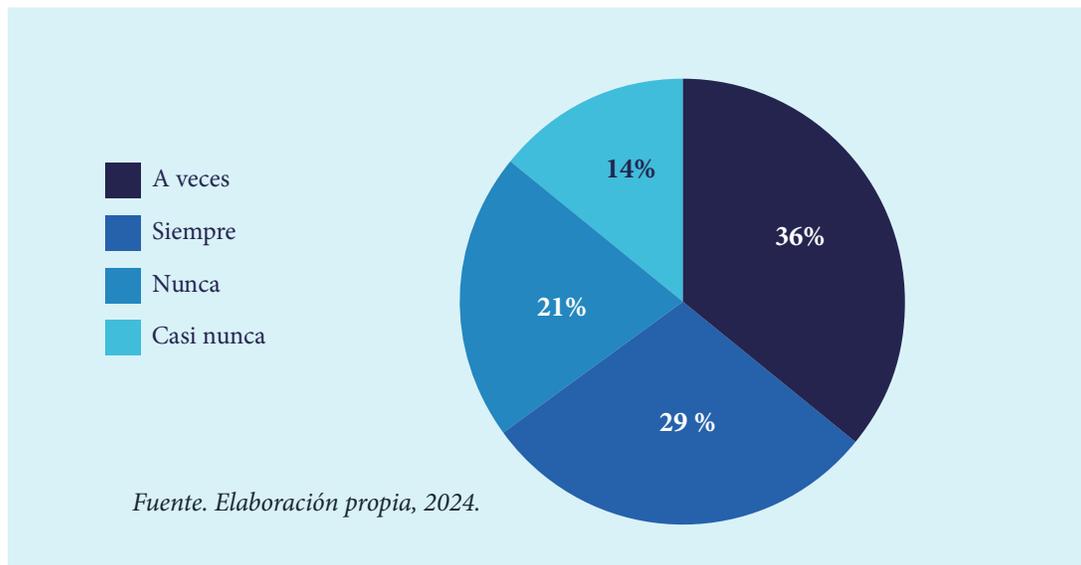


Figura 7.9 La comunidad participa en el financiamiento del medio de comunicación, 2024.



La participación de la comunidad en el financiamiento del medio de comunicación se da mediante espacios y pauta publicitaria, así como donaciones y patrocinios. Asimismo, también se expuso el apoyo por parte del comercio local mediante patrocinios. Al respecto, en la figura 7.9 se exponen los resultados referentes a la participación de la comunidad en el financiamiento de los medios de comunicación: 21% Nunca, 14% Casi Nunca, 36% A veces, 0% Casi Siempre, 29% Siempre.

También la comunidad participa de la evaluación de los medios de comunicación, al respecto se ha-

bla de la posibilidad de que la comunidad de la opinión en redes sociales, sea de forma general o respecto a los contenidos de publicación. Así como mediante sugerencias sea por teléfono, medios digitales o de forma personal. Al respecto, los resultados en la figura 7.10 sobre la participación de la comunidad en la evaluación del medio de comunicación predomina el 43% Siempre y el 29% Casi Siempre.

Además de la participación de la comunidad en las distintas capacidades de gestión de los medios de comunicación, como, por ejemplo, en la propiedad, el contenido o programación, la administración, el financiamiento, la operación y la evaluación, también se ex-

Figura 7.10 La comunidad participa en la evaluación del medio de comunicación, 2024.

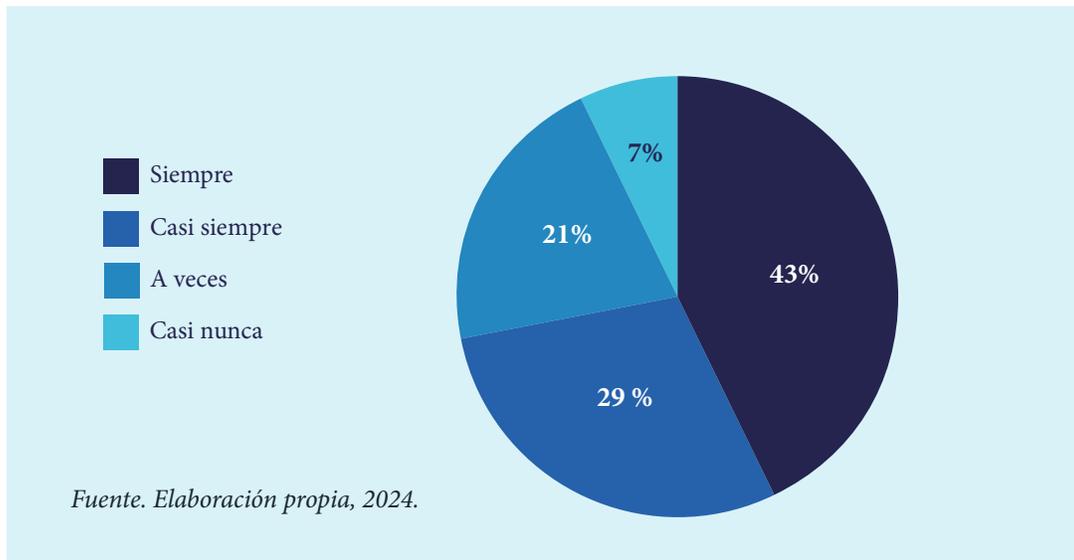
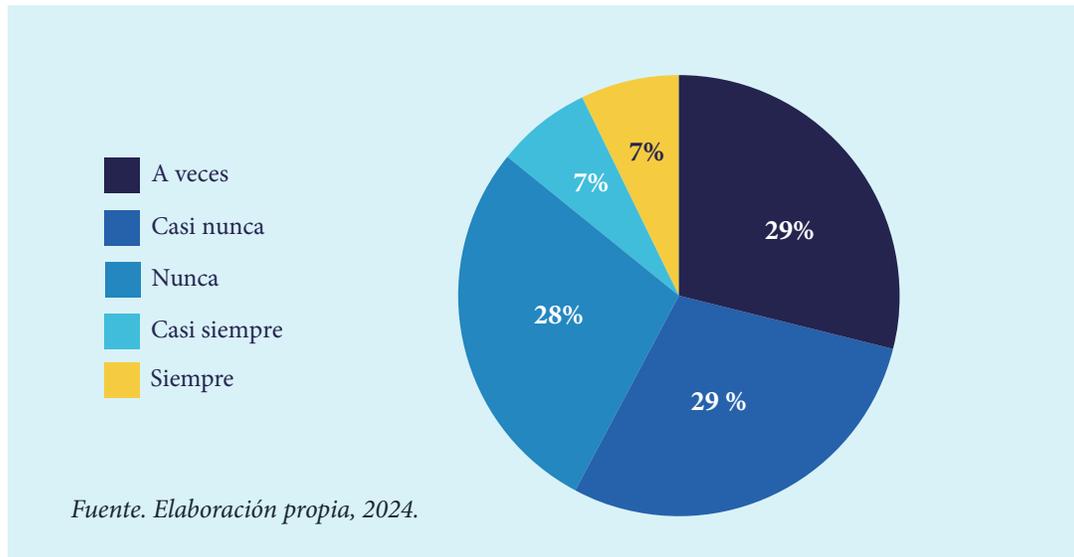


Figura 7.11 Las organizaciones sociales contribuyen a los medios en el fortalecimiento de las capacidades de gestión del medio de comunicación.



ploró sobre la participación de las organizaciones sociales, entendiéndose éstas como grupos de personas que tienen en común intereses y eso genera estrategias de apoyo o colaboración (como se citó en Escobar, 2010).

En esa línea, en la figura 7.11 se expone la contribución por parte de dichas organizaciones a los medios en el fortalecimiento de las capacidades de gestión del medio de comunicación, en éste se visualiza que la participación de las organizaciones sociales en la contribución del fortalecimiento de dichas capacidades no es tan frecuente, las respuestas que predominan son el 28% Nunca, 29% Casi Nunca y 29% A veces.

Además, sobre organizaciones sociales que contribuyeran a los medios en el fortalecimiento de las capacidades de gestión del medio, los medios de comunicación señalaron: a la Asociación de desarrollo comunal, el Centro Agrícola, el ICER, la Dirección Regional de Educación y la Municipalidad.

Frente a la frase, “Las organizaciones sociales trabajan activamente en la promoción de la libertad de expresión, el derecho a la información y la seguridad de las personas comunicadoras”, se aprecian los siguientes resultados: 29% Nunca, 14% Casi Nunca, 29% A veces, 21% Casi Siempre y 7% Siempre (figura 7.12). Al res-

pecto, las personas indicaron como parte de las organizaciones sociales que trabajan activamente en dichos aspectos a: las Cooperativas, la Municipalidad y el Centro Agrícola Cantonal.

Asimismo, sobre la frase “Las organizaciones sociales llevan a cabo monitoreo sobre la propiedad de los medios para fomentar el pluralismo y la diversidad”, las personas dieron las siguientes respuestas: 50% Nunca, 22% Casi Nunca y 21% A veces (figura 7.13). Tras las

respuestas se observa que no es tan frecuente la participación de las organizaciones sociales en el monitoreo de la propiedad. En ese sentido, cabe decir que ningún medio de comunicación mencionó alguna organización social o similar.

Cuando se hace referencia al monitoreo sobre la propiedad de los medios, se destaca la importancia de la transparencia. Al respecto, en la Declaración Conjunta de sobre la libertad de los Medios de Comunicación y

Figura 7.12 Las organizaciones sociales trabajan activamente en la promoción de la libertad de expresión, el derecho a la información y la seguridad de las personas comunicadoras, 2024.

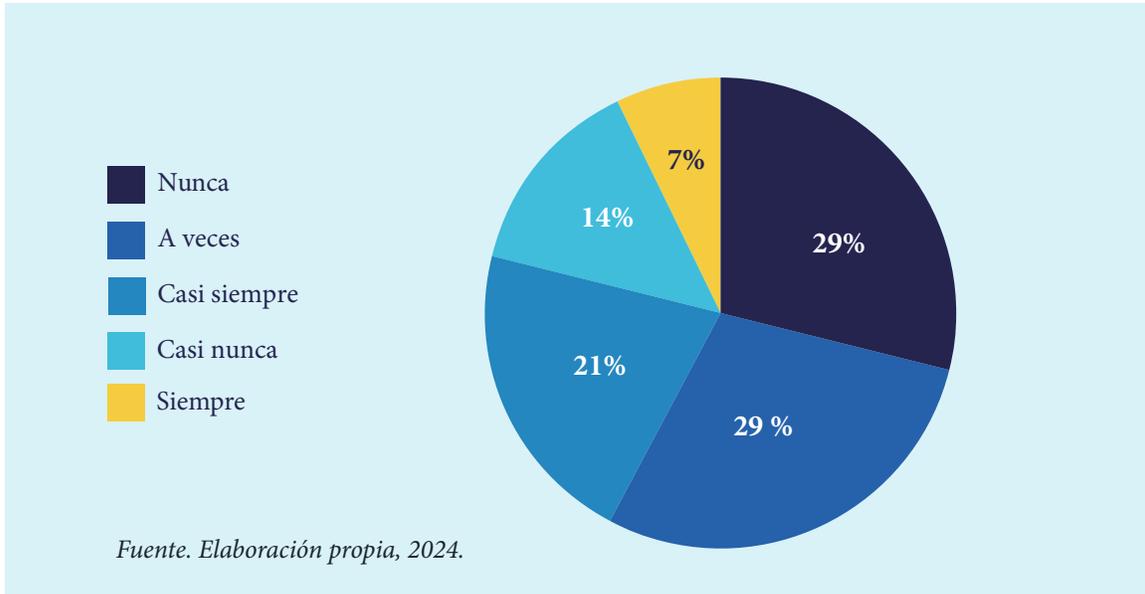
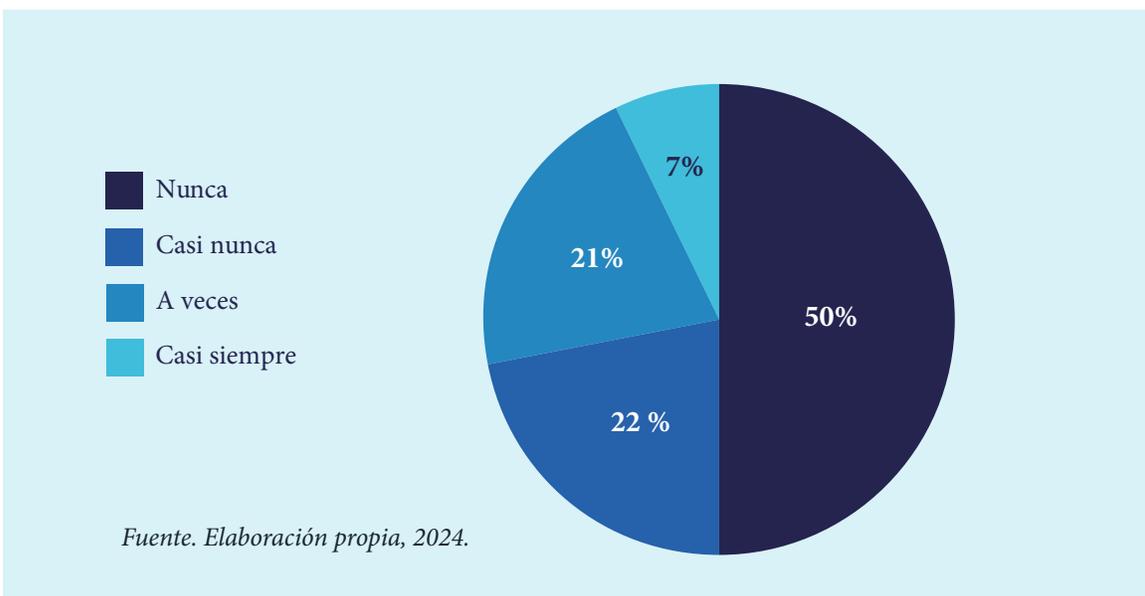


Figura 7.13 Las organizaciones sociales llevan a cabo monitoreo sobre la propiedad de los medios para fomentar el pluralismo y la diversidad. 2024.



Democracia del año 2023 se indicó que la transparencia de la propiedad es la base de la pluralidad y diversidad en los contenidos (Relatores de la ONU, OSCE, OEA-CIDH y CADHP, 2023, párr 24).

Finalmente, se consultó si las personas de los distintos medios podían acceder a información pública de las instituciones que están en la comunidad por parte de los medios de comunicación. El derecho a la información pública consta no solo del derecho a acceder información en manos del Estado, sino también tiene una esfera colectiva, que se refiere al derecho de difundir la información a la que ha sido accedida (UNESCO, 2022, p.84).

Como se observa en la figura 7.14, las respuestas son: 14% Totalmente de acuerdo, 36% De acuerdo, 36% Ni de acuerdo ni desacuerdo, 14% En desacuerdo y 0% Totalmente en desacuerdo. Al respecto indicaron que existen mecanismos por los cuales se puede solicitar información a las instituciones públicas de la comunidad y que éstas tienen una respuesta positiva ya que comparten información de apoyo, tienen apertura y reciben buen trato por parte de las personas funcionarias.

En ese sentido, el que las personas comunicadoras puedan acceder a la información pública es trascendental, ya que dicho acceso es considerado como una

herramienta de control por parte de la ciudadanía de la corrupción, participación ciudadana y de realización de derechos humanos, con énfasis en grupos vulnerabilizados (Relatoría Especial para la Libertad de Expresión, 2010, p.2).

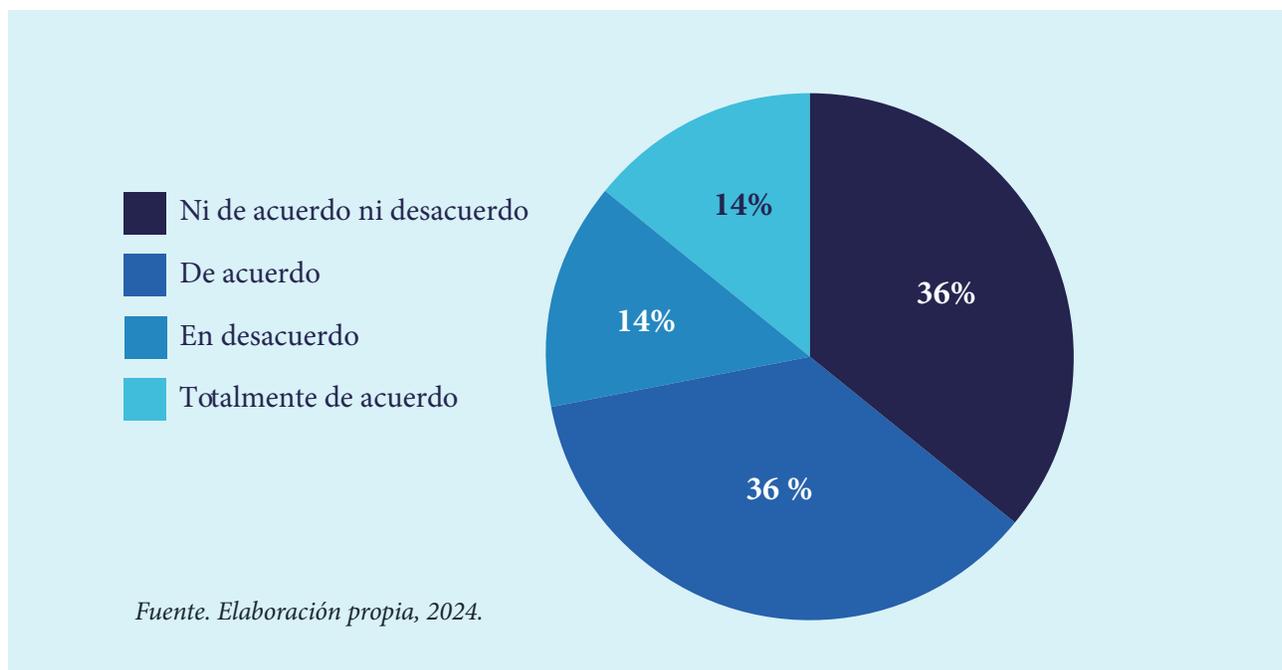
No obstante, las personas participantes también identificaron obstáculos en el acceso a la información y en los tiempos de respuesta por parte de las instituciones públicas. Por ejemplo, se señaló que en ocasiones no se da una respuesta oportuna debido a que las oficinas locales o regionales solicitan permiso a la Sede Central para entregar la información.

7.4.2.1 Análisis de las perspectivas de las emisoras culturales de la red del ICER

Seguidamente el análisis de las perspectivas de las emisoras culturales del ICER participantes en el cuestionario en línea antes desarrollado. Al respecto, se presenta lo respectivo a la participación de la comunidad en las capacidades de gestión, es decir, en la propiedad, el contenido, la administración, la operación, el financiamiento y la evaluación.

En primer lugar, cabe decir que, respecto a la participación de la comunidad en la propiedad del medio de comunicación, se evidencia que la participación es mediante la Junta Directiva, las cuales están integra-

Figura 7.14 La información pública de las instituciones que están en su comunidad es accesible a las personas comunicadoras de su medio. 2014.



das por personas de organizaciones sociales, representantes de la sociedad civil y de las fuerzas vivas de la comunidad. En cuanto a la participación de la comunidad en la elección del contenido del medio de comunicación, se indica que hay organizaciones que tienen programas, que participan a través de comisiones, o el contenido es elegido por la Junta Directiva (sea por un miembro o toda la Junta Directiva).

Respecto a la participación de la comunidad en la administración del medio de comunicación, es a la Junta Directiva a quien le corresponde dicha función administradora, sea por órganos que se encargan de esto, o porque lo realiza una persona designada de la Junta Directiva, o la administración la realiza toda la Junta Directiva. Por otro lado, la participación de la comunidad en la operación del medio de comunicación, se observa que hay participación mediante la Junta Directiva, sea porque le corresponda a la persona locutora, a un miembro designado para dicha labor o a toda la Junta Directiva.

Sobre la participación de la comunidad en el financiamiento del medio de comunicación hay distintas posiciones. Hay personas que, indicaron no tener ningún apoyo por parte de la comunidad, otras señalaron que es por patrocinios y apoyo local, publicidad y venta de espacios. Y finalmente, la participación de la comunidad en la evaluación del medio de comunicación sobresale espacios como las asambleas o reuniones, así como la apertura a las sugerencias y quejas por parte de la comunidad.

7.4.2.2. Análisis de la perspectiva de una emisora cultural de la red del ICER a partir de la entrevista

A continuación, algunos elementos importantes abordados en la entrevista semiestructurada a una persona representante de una emisora cultural de la red ICER.

En cuanto a la gestión de la emisora entrevistada, ésta es dirigida por la Junta Directiva, quien tiene las funciones de buscar el financiamiento y trabajar con los insumos que poseen. Como se pudo observar, el papel de la Junta Directiva en las emisoras culturales es de gran importancia en algunas capacidades de gestión.

Sobre la programación, la emisora cultural tiene sus propios programas, entre los cuales abordan dis-

tintos ejes temáticos, sin embargo, el ICER también le envía programas que ya están preparados. Además, el ICER, respalda la parte informativa de la programación de dicha filial. Y en cuanto al financiamiento, sobresalen eventos culturales, donde se realizan ventas de comidas y también bailes. Asimismo, obtienen apoyo mediante patrocinadores, que son generalmente locales.

7.4.3. Análisis de las perspectivas de iniciativas de comunicación ciudadana

Como se mencionó, para conocer las perspectivas de las personas que integran las iniciativas de comunicación ciudadana se realizaron 9 cuestionarios en línea. Al respecto, éstas utilizan como plataformas de operación las digitales, específicamente las redes sociales (digitales e internet); y la radio. Al respecto, el 11% sólo utiliza radio, el 56% internet y radio y el 33% usan radio, internet y redes sociales.

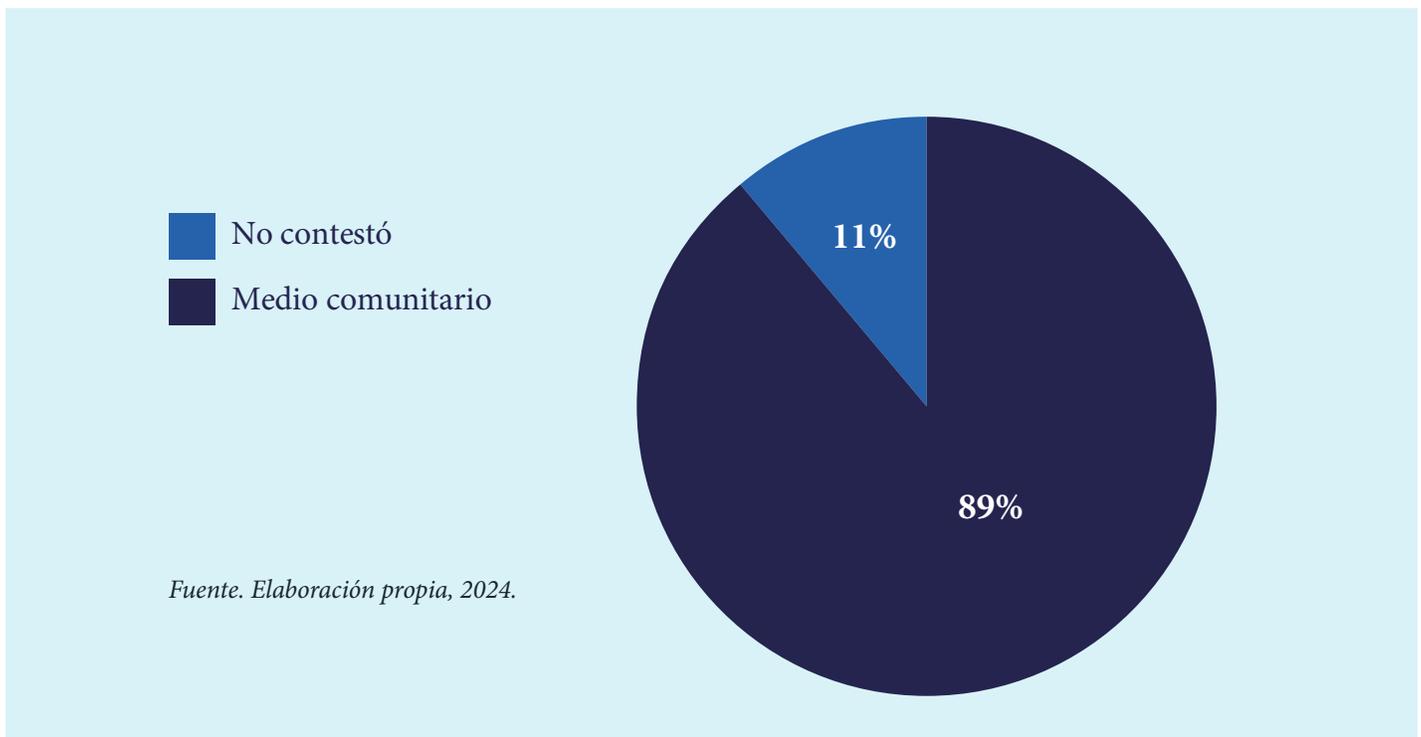
La distribución geográfica de las iniciativas es la siguiente: en Guanacaste (en lugares como Santa Cruz, Nicoya, Bagaces), en Limón (en Matina y Batán), en Puntarenas (Garabito) y en Alajuela (Alajuela). Por otro lado, el espacio temporal de surgimiento de dichos proyectos es entre el 2010 y el 2023.

Sobre la forma en que se autocalifican dichas iniciativas, como se muestra en la figura 7.15, el 89% se autocalificaron como medios comunitarios y el 11% no contestó. Cabe decir, que la noción de medios comunitarios desarrollada por la CIDH en el Caso Pueblos Indígenas Maya Kaqchikel de Sumpango y otros vs. Guatemala exponen lo respectivo a los fines de lucro, la finalidad, las capacidades de gestión y la independencia de intereses.

En ese sentido, ante la consulta de cómo definen el proyecto de comunicación y el por qué, las personas representantes de las iniciativas de comunicación ciudadana se autocalificaron como medios comunitarios, argumentando los siguientes motivos: la ausencia en el fin de lucro, el atender las necesidades, el carácter informativo del medio, la diversidad en la programación, el apoyo a sectores o grupos y la participación de las comunidades.

Cabe recordar, que, en la sentencia del caso Pueblos Indígenas Maya Kaqchikel de Sumpango y otros vs. Guatemala, se desarrollan características de los radios

Figura 7.15 Autocalificación de iniciativas de comunicación, 2024.



comunitarios (y que se extiende a otros medios). En esta sentencia se señala la importancia de la participación de la comunidad en las capacidades de gestión de los medios comunitarios, es decir, en la propiedad, la programación o contenido, la administración, el financiamiento y la evaluación. Al respecto, en estas iniciativas se aprecia que, la comunidad participa en espacios para promocionar emprendimientos o con la transmisión de determinados eventos y, sobre la programación, señalaron que es para todo público, con programas de carácter informativo, entretenimiento, noticieros y comunitarios.

Por otro lado, el estudio también examinó las problemáticas legales y económicas que enfrentan las iniciativas de comunicación ciudadana, en cuanto a las problemáticas legales más frecuentes son la falta de frecuencias y la persecución.

En ese sentido, se consultó a las iniciativas si hicieron la solicitud de frecuencia y tal como se observa en la figura 7.16, el 67% de las iniciativas hicieron la solicitud y un 33% no realizaron dicha solicitud. Un dato relevante, sobre la respuesta a la solicitud de frecuencias realizada por parte de las iniciativas de comunicación ciudadana, es que, el 56% mencionaron que el Estado

responde que no hay frecuencias disponibles y el 11% señaló que la respuesta es que debía esperar al nuevo ordenamiento de las frecuencias¹³.

Como se observa, hay iniciativas de comunicación ciudadana que han hecho la solicitud, no obstante, la respuesta mayoritariamente ha sido que no hay frecuencias disponibles. Además de la falta de frecuencias, la otra problemática de tipo legal más frecuente que enfrentan las iniciativas de comunicación ciudadana es la persecución.

Además, el 56% indicaron que han sido perseguidas y el 44% que no. Del 56% de las iniciativas de comunicación ciudadana que mencionaron haber sufrido persecución, el 22% indicaron que la persecución fue por parte de la Sutel, 11% por parte de la Cámara Nacional de Radios, la Sutel y otras radios y 23% no indicaron específicamente por parte de quién.

Entre las razones de persecución por parte de la Sutel se encuentran el uso irregular de las frecuencias y las denuncias anónimas. Con respecto al uso ilegal

¹³ No todas las concesiones vencen en el mismo momento, el vencimiento se puede visualizar de la siguiente manera: por ley (SINART, UCR, UNED e ICER), 20 años después del último contrato de concesión y 20 años después de la publicación del Reglamento de Radiocomunicaciones y que tienen fecha específica para el 24 de junio del 2024 (Jiménez, 2023, p.12).

Figura 7.16 Solicitud de frecuencias por parte de las iniciativas de comunicación, 2024.

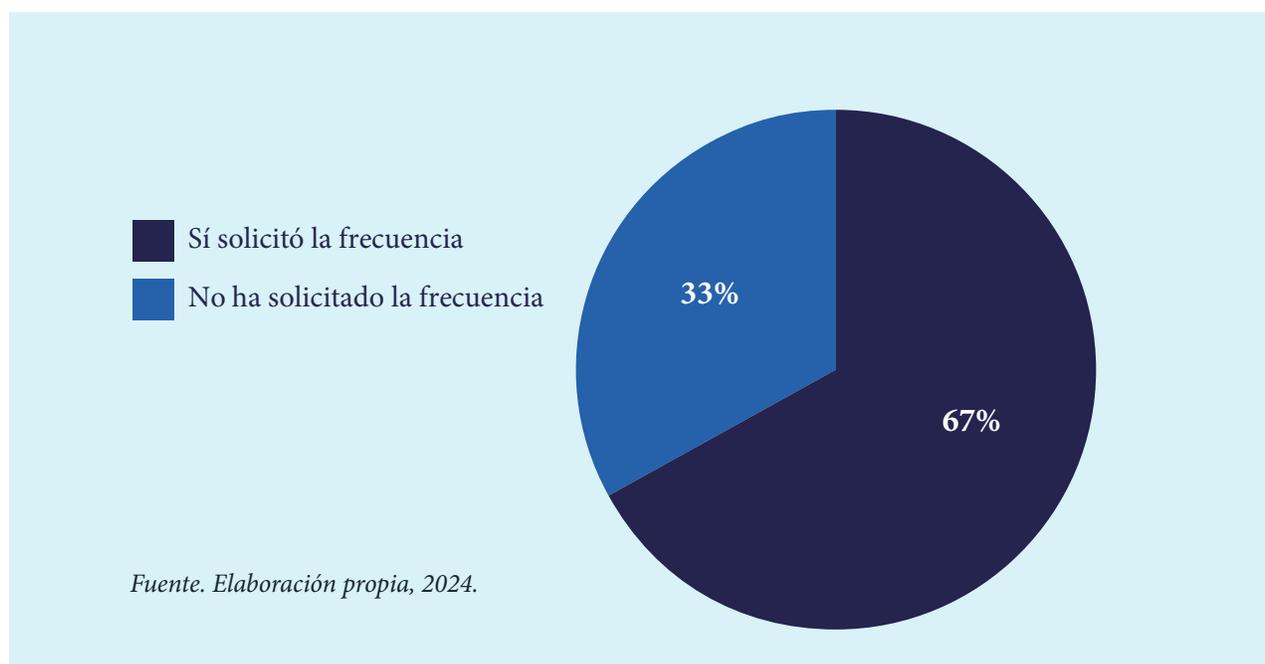
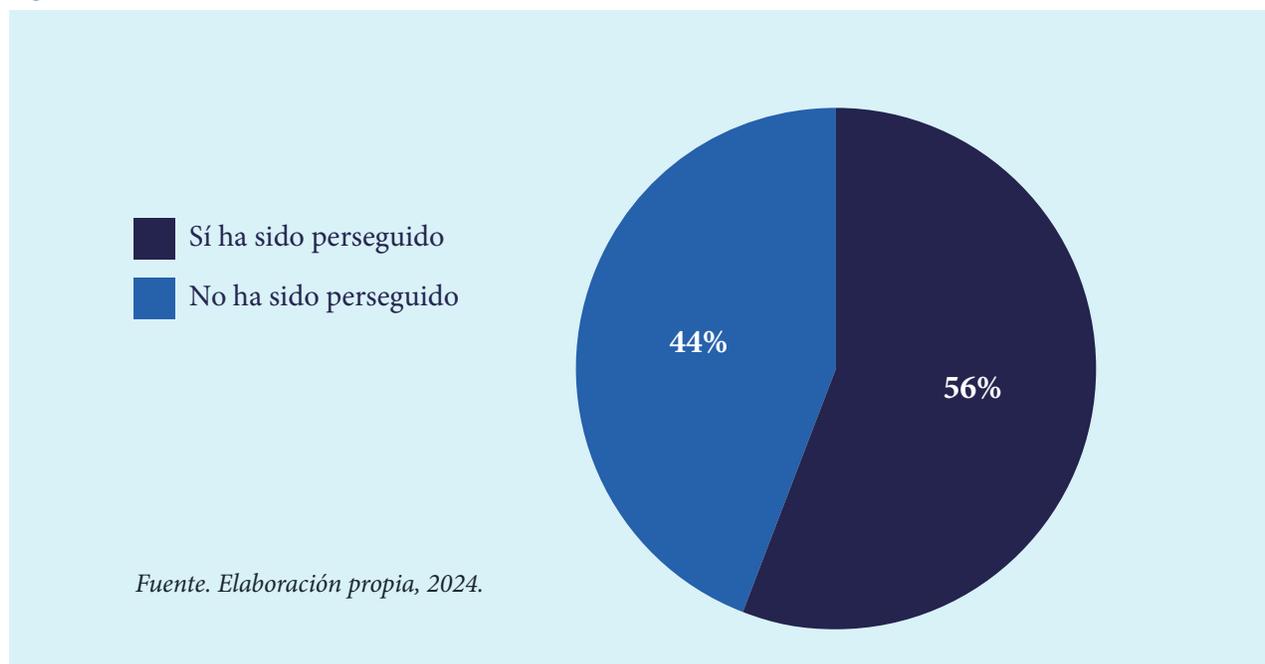


Figura 7.17 Persecución a iniciativas de comunicación, 2024.



de las frecuencias, se mencionó que, ésta es una de las problemáticas legales más frecuentes y que la respuesta negativa del Estado ha imperado ante la solicitud de concesión de uso del espectro radioeléctrico.

Finalmente, en el estudio se examinaron las problemáticas económicas más recurrentes que sufren las iniciativas de comunicación ciudadana. Al respecto, se identificaron las restricciones para el uso de la publi-

dad y la escasez de donaciones. Además, las iniciativas expusieron que sufren grandes limitaciones en el presupuesto, pues la recaudación de dinero es bastante baja y lo obtenido apenas cubre los gastos o utilidades de la radio.

7.4.3.1. Análisis de las perspectivas de dos iniciativas de comunicación ciudadana entrevistadas

Además de las perspectivas de las iniciativas de comunicación ciudadana expuestas en el cuestionario en línea, se realizaron dos entrevistas semiestructuradas. A continuación, se presenta el análisis de las perspectivas de dichas iniciativas de comunicación ciudadana entrevistadas.

Para iniciar, sobre la autocalificación, una se considera un medio comunitario al ser un espacio de difusión de información, música, conversaciones, programas educativos y por estar al servicio de la comunidad y, la otra iniciativa de comunicación ciudadana, aunque inicialmente se autocalificaba como un medio comunitario, se extendieron a otros lugares, por lo cual se consideran regionales.

Vale mencionar que, sobre la solicitud de la frecuencia se puede observar que, hay dificultad en cuanto al acceso de las frecuencias, el cual ha sido un tema también desarrollado en la sección anterior. Al respecto, mientras una iniciativa realizó la solicitud a distintas instancias sin obtener una respuesta positiva, la otra iniciativa de comunicación ciudadana consultada considera que no hay un mecanismo para esto y es por esta razón no ha realizado la solicitud.

En cuanto a la persecución, se menciona que está ha sido ejercida concretamente por la Sutel y, también por parte de otras radios a través de señales de interferencia. En ese sentido, como se observa en la sección anterior, como parte de las respuestas de las personas en el cuestionario en línea también indicaron a la Sutel y a otras radios.

Finalmente, un punto de interés son las problemáticas legales, que, al igual que los cuestionarios en línea, se identifica la negación en el otorgamiento de frecuencias y la persecución y, en el aspecto económico, las limitaciones en los recursos.

7.4.5 Los medios comunitarios, los obstáculos y algunas propuestas desde la perspectiva de las personas expertas

Para iniciar, vale decir que lo dispuesto en la presente sección se obtuvo a partir de la conversación con las tres personas expertas.

En cuanto a las características de los medios comunitarios, se recogen diversos elementos, uno de éstos es la conformación. Al respecto, se dice que estos se encuentran en manos de organizaciones o comunidades. También se señaló que pueden responder a una persona o a un grupo de personas, y éstos últimos pueden ser debido o en función de intereses, de grupos o poblaciones.

Otro punto es, por ejemplo, la función social del medio comunitario y el responder a la comunidad. Además, se menciona el generar ingresos o recursos, sin que éste sea el fin del medio. En ese sentido, el beneficio de la comunidad prevalece sobre el lucro del medio de comunicación.

Por su parte, la propiedad del medio como parte de las distintas perspectivas, sin perder de vista la gran ausencia de la pluralidad en el marco legal del país. Al respecto se menciona el acceso a las frecuencias, que, como se ha señalado, la negativa en el otorgamiento de las frecuencias es uno de las principales que han enfrenado las iniciativas de comunicación ciudadana.

Además, respecto a las diversas perspectivas sobre los obstáculos que presentan los medios comunitarios en la viabilidad, formación y mantenimiento. Uno de los temas que se presenta es el monopolio en los medios de comunicación, que, como lo indica la Declaración de Principios sobre Libertad de Expresión, “(...) conspiran contra la democracia al restringir la pluralidad y diversidad que asegura el pleno ejercicio del derecho a la información de los ciudadanos” (Comisión Interamericana de Derechos Humanos, 2000, párr 22).

Otro obstáculo, que ha sido desarrollado anteriormente, es la legalización de las frecuencias y la situación de marginalidad de dichos medios al no poder acceder a la publicidad. Así como las limitaciones de las comunidades y organizaciones para desarrollar las capacidades técnicas.

Además, se menciona el acoso por parte de la Sutel y la persecución plasmada en el Plan Nacional de Desarrollo de las Telecomunicaciones 2022-2027. En tal sentido, dicho Plan señala, “(...) brindar mayores herramientas a la SUTEL para ejercer su competencia de eliminación de transmisiones no autorizadas e interferencias perjudiciales; así como el reforzamiento de las

acciones de persecución y punitivas por parte del Estado en relación con el uso ilegítimo del espectro radioeléctrico” (MICITT, 2022, p.78).

Por otro lado, en cuanto a los obstáculos políticos y legales de los medios comunitarios, se abordan distintos puntos sobre la Ley de Radio. Al respecto se indicó que ésta se encuentra obsoleta, que no tiene restricciones al mal uso del espectro radioeléctrico y que permite la persecución. Asimismo, que, la normativa no reconoce la necesidad de la pluralidad de nuevas formas de hacer radio. En ese sentido se señala que el interés ha sido el lucro y el discurso en el que se garantiza la democracia y la diversidad, mientras que la participación no ha sido la prioridad. Finalmente, otro punto señalado es sobre el manejo u otorgamiento de las concesiones, el cual ha sido un tema desarrollado en el presente informe.

A pesar de que en el contexto expuesto hay dificultades en la promoción y reconocimiento de los medios comunitarios, también hay propuestas que buscan el fomento de dichos medios en Costa Rica, como, por ejemplo, el ajustamiento del ancho de banda, el crear acuerdos sobre la gestión del espectro radioeléctrico, el transparentar los mecanismos para la recuperación de frecuencias, así como la distribución del espectro radioeléctrico en sectores (radios comunitarias, públicas y privadas), entre otras.

7.5. Consideraciones finales

Un punto de interés para el presente estudio fue el ejercicio de la libertad de expresión de la comunidad en los medios de comunicación regionales o locales, así como el acceso que tienen a la información pública de las instituciones que se encuentran en la comunidad. Se dice que, la libertad de expresión abarca “los derechos de investigar, buscar, producir, difundir y recibir información, opinión e ideas, sin censura previa a través de los medios de comunicación y de cualquier otro procedimiento en el marco del respeto al Estado de derecho democrático” (Garro, Monge y Solís, 2021, p.4). En ese sentido, las personas representantes de los medios de comunicación indicaron mayoritariamente que se permite la libertad de expresión.

Asimismo, se observó que, se permitía la participación de la comunidad en espacios informativos y

de opinión y que la frecuencia de dicha participación es alta. Se dice que, dichos espacios impactan en la libertad de expresión, ya que implica que la comunidad tiene el derecho a hablar o escribir, así como el derecho de difundir pensamiento e ideas, así como el intercambiar ideas e informaciones (Corte IDH, 1985).

La participación de la comunidad fortalece la libertad de expresión, por ejemplo, mediante la existencia de espacios con diversidad de voces para generar debate e intercambio de ideas (Aguilar, 2020, párr 17), así como con el acceso de la información pública de las instituciones por parte de los medios de comunicación que están en la comunidad.

Dicho derecho consta no solo de acceder a la información en manos del Estado, sino también de una esfera colectiva, que se refiere al derecho de difundir la información a la que ha sido accedida (UNESCO, 2022, p.84). En ese sentido, tras los resultados, se percibió buenas relaciones y apertura por parte de las personas funcionarias públicas con los medios de comunicación, al éstos ser considerados como un canal con las comunidades.

En la sentencia de Fondo, Reparaciones y Costas del caso Pueblos Indígenas Maya Kaqchikel de Sumpango y otros vs. Guatemala, se señala como característica de los medios comunitarios el ejercicio del derecho a la información y la libertad de expresión, lo cual como se pudo observar, por ejemplo, en los medios locales y regionales hay un panorama positivo al respecto. No obstante, se presentan dificultades, por ejemplo, frente a lo que se ha desarrollado sobre la participación de la comunidad en las capacidades de gestión de estos medios.

Sobre los medios locales y regionales, la participación de la comunidad en las capacidades de gestión es limitada, por ejemplo, en la propiedad se siguen esquemas comerciales donde una persona es la propietaria del medio de comunicación o la misma se da mediante la Junta Directiva. Es decir, respecto a la propiedad la participación se condensa en una persona o mediante una estructura organizativa como lo son las Juntas Directivas de las emisoras culturales del ICER.

En cuanto a la elección del contenido, la participación es más casual, ya que inciden con solicitudes o

propuestas para elegir el contenido, es decir, no hay un ejercicio de participación constante de la comunidad. Asimismo, a pesar de que algunas organizaciones tienen programas en las radios del ICER, en algunas emisoras para participar en la programación es mediante la Junta Directiva, sea en su conjunto o una persona específica, o incluso por comisiones. Es decir, de igual manera la participación de la comunidad en la elección del contenido o programación pasa por una estructura como una comisión o la Junta Directiva.

Sobre la administración y operación del medio de comunicación se centra en la persona propietaria o colaboradoras, o le corresponde a la Junta Directiva, por ejemplo, casos del ICER. Respecto al financiamiento, sobre las emisoras culturales hay variedad en las fuentes ya que hay quienes reciben apoyo del comercio local, patrocinios, mediante los espacios y pauta publicitaria o actividades. Finalmente, sobre la evaluación del medio de comunicación, la participación de la comunidad es meramente para sugerencias y quejas, mediante medios digitales o personales e incluso en el caso de las emisoras del ICER es mediante espacios más formales como reuniones o asambleas.

También es complejo el panorama de las iniciativas de comunicación ciudadana, en virtud de que generalmente operan desde las frecuencias intermedias (o conocido como los intervalos de guarda), de forma que no cuentan con el correspondiente permiso de uso de frecuencias.

Cuando se habla de este tipo de iniciativas es elemental comprender la situación sobre el uso del espectro radioeléctrico en el país, que, a pesar de que la Constitución Política de Costa Rica reconoce que los servicios inalámbricos son del Estado y es por esta razón que se requiere de un permiso, como se ha mencionado, la asignación de dichas frecuencias fue a conveniencia política y tomando en consideración el poder económico y en muchas ocasiones el uso del mismo no ha sido el más adecuado.

Muchas iniciativas de comunicación ciudadana indicaron haber realizado la solicitud para obtener una frecuencia sin embargo la respuesta más común del Estado es que no hay frecuencias disponibles. A lo largo del tiempo, organizaciones sociales y académicos se han preocupado sobre la ocupación del espectro radioeléctrico

en el país, ya que además de que el otorgamiento fue influenciado por diversos intereses, se dice que, la cobertura de las concesiones otorgadas fue a nivel nacional y debido a la falta de control, hay espacios que se encuentran ociosos, frecuencias que son subutilizadas y no han sido recuperadas (Alvarado, 2019, p.8).

Es evidente la necesidad de reconocer dichas iniciativas de comunicación, ya que a pesar de que éstas procuran salir de la ilegalidad, la respuesta ha sido negativa por parte del Estado. En ese sentido, el que dichas iniciativas se mantengan al margen de la legalidad, producto de la respuesta negativa por parte del Estado de otorgar permisos de uso acarrea diversas problemáticas como las desarrolladas.

Retomando las distintas capacidades de gestión de las iniciativas de comunicación ciudadana, sobre el contenido o programación, la participación de la comunidad está vinculada en ocasiones a la promoción de pequeños emprendimientos o a la transmisión de eventos de diversa índole como, por ejemplo, sobre las tradiciones, las actividades religiosas, culturales y artísticas.

Sobre el financiamiento, por lo general, se enfrentan a una escasez de donaciones, limitantes con la publicidad, la imposibilidad en facturar, entre otros. A la luz de la realidad, como se observa, la situación económica de estas iniciativas apenas les permite cubrir los gastos de la iniciativa.

Por otro lado, como se puede observar, respecto a las emisoras culturales de la red del ICER, en la propiedad, el contenido, la administración y la operación predomina la Junta Directiva. Vale añadir que, en la entrevista al ICER, Cubillo señala que, desde la oficina central procuran la participación de distintos grupos o líderes comunales en la gestión administrativa y programática. Además, que, buscan algún tipo de patrocinio por parte de organizaciones y de instituciones del Estado que es distribuido a cada una de las emisoras a través de pautas publicitarias.

Con este panorama, es trascendental abrir más espacios a medios de comunicación, como por ejemplo, a los medios comunitarios. La diversidad y pluralidad de los medios permite la participación de la comunidad, se democratiza la información y las comunidades

además de recibir información también pueden difundir sus ideas, opiniones o información sin ningún tipo de censura, lo cual como se desarrolló, refuerza el derecho a la libertad de expresión.

Es evidente que el marco normativo costarricense no aporta en el reconocimiento de los medios de comunicación comunitarios, ya que solo reconoce a ciertos tipos de radios y es omiso respecto a temas tan relevantes como la concentración indebida del espectro radioeléctrico, el procedimiento de asignación de frecuencias a operadores, entre otros. No obstante, a pesar de dicho contexto social y jurídico, no se puede dejar de lado las distintas propuestas para la promoción y reconocimiento de los medios comunitarios expuestas, como por ejemplo a nivel técnico con el ajustamiento del ancho de banda, también hacer una mejor redistribución del espectro radioeléctrico y generar mecanismos para la recuperación de frecuencias, entre otras.

Referencias por Capítulo

Capítulo 1 - Tensiones sobre la libertad de expresión en Costa Rica: entre garantías y amenazas del Estado - Giselle Boza Solano

Asamblea Legislativa. (2024). Informe de la Comisión especial investigadora de las contrataciones relacionadas con publicidad y empresas de medios alternativos y medios tradicionales, así como personas físicas, donde se encuentra relacionado el BCIE, el Sinart, la agencia de publicidad del Sinart y las diversas instituciones del Estado que han hecho contratación con dicha agencia. Disponible en https://www.asamblea.go.cr/glcp/Informe%20de%20comisiones%20especiales/INFORME_COMISION_EXP23933.pdf

Comisión Interamericana de Derechos Humanos (2019). Guía para garantizar la libertad de expresión frente a la desinformación deliberada en contextos electorales. Disponible en https://www.oas.org/es/cidh/expresion/publicaciones/Guia_Desinformacion_VF.pdf

Comisión Interamericana de Derechos Humanos (2022). Informe anual de la Relatoría especial para la libertad de expresión. Disponible en <https://www.oas.org/es/cidh/expresion/informes/IA2022ESP.pdf>

Comisión Interamericana de Derechos Humanos (2023). Informe anual de la Relatoría especial para la libertad de expresión. Disponible en https://www.oas.org/es/cidh/expresion/informes/IA2023%20RELE_ES.pdf

Freedom House (2023). Freedom on the Net. Disponible en <https://freedomhouse.org/country/costa-rica/freedom-net/2023>

Jiménez, O., Rodríguez, J. y Martínez, F. (2023). Libertad en la red Costa Rica. San José: Proledi UCR-Freedom House. Disponible en <https://proledi.ucr.ac.cr/wp-content/uploads/2023/12/LIBERTAD-EN-LA-RED-2023.pdf>

Jiménez, O. (2023). El vencimiento de las frecuencias de radio y televisión. Cuaderno No. 1: San José: Proledi UCR Disponible en: https://proledi.ucr.ac.cr/wp-content/uploads/2023/10/Cuaderno-N%C2%B0-1_El-vencimiento-de-las-frecuencias-de-radio-y-televisio%CC%81n.pdf

Iplex (2024). Monitoreo de las vulneraciones contra la libertad de prensa en Costa Rica en el año 2023. Disponible en <https://iplexcr.org/iplex-publica-monitoreo-de-las-vulneraciones-contrala-libertad-de-prensa-en-costa-rica-en-el-ano-2023/>

Martínez, F. Rodríguez, J. y Jiménez, O. (2023). Informe del estado de la libertad de expresión y la seguridad del ejercicio periodístico en Centroamérica. San José: Proledi UCR-Fundación Heinrich Böll. Disponible en <https://proledi.ucr.ac.cr/wp-content/uploads/2024/02/INFORME-DE-LA-LIBERTAD-DE-EXPRESIO%CC%81N-Y-LA-SEGURIDAD-DEL-EJERCICIO-PERIODI%CC%81STICO-EN-CENTRO-AME%CC%81RICA-2023.pdf>

Reporteros sin fronteras (2023). Clasificación mundial de la libertad de prensa. Disponible en <https://www.rsf-es.org/clasificacion-mundial-de-la-libertad-de-prensa-rsf-2023-tabla-de-paises/>

Reporteros sin fronteras (2024). Clasificación mundial de la libertad de prensa. (Datos sobre Costa Rica). Disponible en: <https://rsf.org/es/pais/costa-rica>

Proyectos de ley

Asamblea Legislativa. Expediente N.º 23.113, Ley marco de acceso a la información pública (texto actualizado). Disponible en https://www.asamblea.go.cr/Centro_de_informacion/Consultas_SIL/SitePages/ConsultaProyectos.aspx

Expediente N.º 23.514, Ley general de acceso a la información pública y transparencia. Disponible en https://www.asamblea.go.cr/Centro_de_informacion/Consultas_SIL/SitePages/ConsultaProyec

- Expediente N.º 23.420, reforma al artículo 30 de la Constitución Política. Disponible en https://www.asamblea.go.cr/Centro_de_informacion/Consultas_SIL/SitePages/ConsultaProyectos.aspx
- Expediente No.23.673. Reforma de los artículos 11, 17,18, 21,22, 23 y adición de los artículos 23 bis, 28 y 29 a la Ley No. 1758, Ley de Radio, de 19 de junio de 1954. Disponible en: https://www.asamblea.go.cr/Centro_de_informacion/Consultas_SIL/SitePages/ConsultaProyectos.aspx
- Expediente N.º 23.885, Ley para regular las nuevas formas de propaganda. Disponible en https://www.asamblea.go.cr/Centro_de_informacion/Consultas_SIL/SitePages/ConsultaProyectos.aspx
- Expediente 23.988. Ley para fortalecer la independencia del Sistema Nacional de Radio y Televisión (Sinart). Disponible en https://www.asamblea.go.cr/Centro_de_informacion/Consultas_SIL/SitePages/ConsultaProyectos.aspx
- Expediente N.º 24.010. Derogatoria del inciso c) del artículo 19 de la Ley No. 8346, Ley Orgánica del Sistema Nacional de Radio y Televisión Cultural (Sinart), para el cierre de la Agencia RTN Publicidad, y Reforma de la Ley No. 10235 para prevenir, atender, sancionar y erradicar la violencia contra las mujeres en la política. Disponible en https://www.asamblea.go.cr/Centro_de_informacion/Consultas_SIL/SitePages/ConsultaProyectos.aspx
- Expediente 24.032. Reforma de los artículos 7 inciso g), y 19 inciso c), y adición de un artículo 19 bis, todos de la Ley Orgánica del Sistema de Radio y Televisión Cultural, Ley N.º 8346 de 12 de febrero de 2003, para brindar herramientas de actualización tecnológica y sostenibilidad financiera. Disponible en https://www.asamblea.go.cr/Centro_de_informacion/Consultas_SIL/SitePages/ConsultaProyectos.aspx
- Sala Constitucional de Costa Rica. Resolución N.º 23075-2022 de las 13:27 horas del 30 de septiembre de 2022. Disponible en <https://nexuspj.poder-judicial.go.cr/document/sen-1-0007-1135902>
- Sala Constitucional de Costa Rica. Resolución N.º 23107-2022 de las 9:30 horas del 4 de octubre de 2022. Disponible en <https://nexuspj.poder-judicial.go.cr/document/sen-1-0007-1115656>
- Sala Constitucional de Costa Rica. Resolución N.º 12085-2023 de las 14:20 horas del 23 de mayo de 2023. Disponible en <https://nexuspj.poder-judicial.go.cr/document/sen-1-0007-1217422>
- Sala Constitucional de Costa Rica. Resolución N.º 25999-2023 de las 9:30 horas del 13 de octubre de 2023. Disponible en <https://nexuspj.poder-judicial.go.cr/document/sen-1-0007-1191317>
- Sala Constitucional de Costa Rica. Resolución N.º 5075-2023 de las 9:30 horas del 3 de marzo de 2023. Disponible en <https://nexuspj.poder-judicial.go.cr/document/sen-1-0007-1144774>
- Sala Constitucional de Costa Rica. Resolución N.º 3039-2023 de las 9:15 horas del 10 de febrero de 2023. Disponible en <https://nexuspj.poder-judicial.go.cr/document/sen-1-0007-1139839>
- Sala Constitucional de Costa Rica. Resolución N.º 4234-2023 de las 9:15 horas del 24 de febrero de 2023. Disponible en <https://nexuspj.poder-judicial.go.cr/document/sen-1-0007-1141995>
- Sala Constitucional de Costa Rica. Resolución N.º 4968-2023, de las 9:30 horas del 3 de marzo de 2023. Disponible en <https://nexuspj.poder-judicial.go.cr/document/sen-1-0007-1143194>
- Sala Constitucional de Costa Rica. Resolución N.º 1782-2023 de las 9:15 horas del 27 de enero de 2023. Disponible en <https://nexuspj.poder-judicial.go.cr/document/sen-1-0007-1137125>

Resoluciones de la Sala Constitucional

- Sala Constitucional de Costa Rica. Resolución N.º 23167-2022, de las 13.30 horas del 21 de octubre de 2022. Disponible en <https://nexuspj.poder-judicial.go.cr/document/sen-1-0007-1129858>
- Sala Constitucional de Costa Rica. Resolución N.º 1831-2024, de la 9:15 horas del 26 de enero de 2024. Disponible en <https://nexuspj.poder-judicial.go.cr/document/sen-1-0007-1210333>

Capítulo 2 - Publicidad oficial y electoral en Costa Rica: de la concentración a la ¿democratización de la pauta? - Johanna Rodríguez López

- Arendt, H. (1997). ¿Qué es la política? Barcelona: Ediciones Paidós.
- Asamblea Legislativa de la República de Costa Rica - Comisión Permanente Especial de Control del Ingreso y Gasto Público. Informe final Expediente n° 20.066: investigación sobre las denuncias planteadas por medios de comunicación nacional por el aparente condicionamiento de pauta publicitaria que realizan los bancos del Estado u otras entidades públicas como represalia por reportajes o denuncias contra ellos. Febrero, 2017
- Asociación por los Derechos Civiles. (2006). Principios básicos para la regulación de la publicidad oficial. Buenos Aires: ADC.
- Astorga, L. (12 de febrero de 2024). Jorge Rodríguez respalda uso de la DIS para ‘entender’ cómo se filtró orden girada en Consejo de Gobierno. La Nación. Recuperado de <https://www.nacion.com/el-pais/politica/jorge-rodriguez-respalda-uso-de-la-dis-para/NADFTI5FKRA2NNKZZJT2GNPH5E/story/>
- Bolaño, C. (2012) La centralidad de la Economía Política de la Comunicación (EPC) en la construcción del campo académico de la Comunicación: una contribución crítica. En Bolaño, C. (Org.), Comunicación y la Crítica de la Economía Política: Perspectivas teóricas y epistemológicas (pp. 109-125). Quito: CIESPAL.
- Cambronero, N., Astorga, L. & Sequeira, A. (24 de octubre de 2023). ‘Democratización de pauta del Gobierno es pagar para que hablen bien de Chaves’. La Nación. Recuperado de <https://www.nacion.com/el-pais/politica/la-democratizacion-de-pauta-del-gobierno-es-pagar/DUL5QPNIWZCFZNNY322GLAL6RY/story/>
- Cambronero, N., Oviedo, E. & Bolaños, R. (2023). Presidencia ideó plan para ocultar orden de suspender publicidad a cuatro medios. La Nación. Recuperado de <https://www.nacion.com/el-pais/politica/presidencia-ideo-plan-para-ocultar-orden-de-suspender-publicidad-a-cuatro-medios/EUJEDPS3QVBIZIPUAYM2DDAJ7U/story/>
- Canel, M.J. (2006). Comunicación Política. Una guía para su estudio y práctica. Madrid: Editorial Tecnos.
- Castells, M. (2011). Comunicación y poder. Madrid: Alianza Editorial.
- Contraloría General de la República Costa Rica (2017). Consulta de Compras con Fondos Públicos (SIAC). Procesos de adquisición de bienes y servicios en la Hacienda Pública. Recuperado de <https://www.cgr.go.cr/02-consultas/consulta-ca.html>
- Córdoba, P. (18 de febrero de 2024). Estado se ahorrará €1.600 millones de la deuda política de Progreso Social Democrático. La Nación. Recuperado <https://www.nacion.com/el-pais/politica/estado-se-ahorrara-1600-millones-de-la-deuda/3NETPZ5XKVELNA7KBWQ3SW6AQ4/story/>
- Córdoba, P. (26 de febrero de 2024). TSE rechaza cobro de ‘mano izquierda’ a partido de gobierno: Dinero público no es para denigrar. La Nación. Recuperado de <https://www.nacion.com/el-pais/politica/tse-rechaza-cobro-de-mano-izquierda-a-partido-de/MAR47WBSHZGF5JP4FIQOFD7REM/story/>
- del Rincón, F. (12 de marzo de 2024). El presidente de Costa Rica, Rodrigo Chaves, evita calificar al Gobierno de Ortega como dictadura. CNN en Español. Recuperado de https://www.youtube.com/watch?v=NGEVngM_4MY
- Feliu, E. (2015). La Publicidad en la Comunicación Política. En Ballester-Espinosa, A. & Martín, M. (Eds.), La profesionalización de la comunicación política (pp. 80-99). Alicante: Instituto Alicantino de Cultura Juan Gil-Albert.
- Fournier, S., Jiménez, O. y Ochoa, L. (2018). Concentración y transnacionalización de medios en Costa Rica: Caso Albavisión. En PROLEDI (ed.) I Informe de Libertad de Expresión en Costa Rica. San José: Universidad de Costa Rica

- Gobierno de la República (1949). Constitución Política de Costa Rica.
- López, I. (25 de octubre 2023). Exjerarcas de CCSS confirman presión de Presidencia sobre dinero publicitario. *La Nación*. Recuperado de <https://www.nacion.com/el-pais/politica/exjerarcas-de-ccss-confirman-presion-de/BKC7TL-VIXRDFNLMF2AD7K467A/story/>
- McChesney, R. (2000). The political economy of communication and the future of the field. *Media, culture & society*, 22(1), 109-116.
- Ministerio de Hacienda (2008). Clasificador por objeto del gasto en el Sector Público.
- Mosco, V. (2006). La economía política de la comunicación: una actualización diez años después. *Cuadernos de Información y Comunicación*, 11, 57-79.
- Murillo, A. (11 diciembre de 2023) La DIS revisó teléfonos de gabinete por orden de Chaves, contó exministra con base en audios filtrados. *Semanario Universidad*. Recuperado de <https://semanariouniversidad.com/pais/la-dis-reviso-telefonos-de-gabinete-por-orden-de-chaves-conto-exministra-con-base-en-audios-filtrados/>
- Muñoz, D. (21 febrero de 2024). TSE rechaza millonarios cobros del PPSD por labores de “mano izquierda” y servicios de “Choreco”. *Semanario Universidad*. Recuperado de <https://semanariouniversidad.com/pais/tse-rechaza-millonarios-cobros-del-ppsd-por-labores-de-mano-izquierda-y-servicios-de-choreco/>
- Ramírez, D. (2010). Censura indirecta a través de la publicidad oficial. Derecho a la libertad de expresión y el ejercicio periodístico. México: Oficina en México del Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Derechos Humanos, pp. 11-18.
- Relatoría Especial para la Libertad de Expresión-Comisión Interamericana de Derechos Humanos. (2012). Principios sobre regulación de la publicidad oficial y libertad de expresión.
- Reyes, M.C., O’ Quínn, J.A., Morales, J.M. & Rodríguez, E. (2011). Reflexiones sobre la comunicación política. *Espacios Públicos*, 14(30), 84-101. Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=676/67618934007>
- Sequeira, A. (25 de octubre, 2023). Jorge Rodríguez pidió dar más dinero a dos medios de comunicación, dice Navarro. *La Nación*. Recuperado de <https://www.nacion.com/el-pais/politica/jorge-rodriguez-pidio-dar-mas-dinero-a-dos-medios/LTB2UEW2JZDYRCPMME7SRKMFBE/story/>
- Tribunal Supremo de Elecciones (2009). Código Electoral (Ley 8765).
- Tribunal Supremo de Elecciones (2009). Reglamento sobre el financiamiento de los partidos políticos y sus reformas (DECRETO N.º 17-2009).
- Wolton, D. (1998). La comunicación política: construcción de un modelo. En Ferry, J.M. & Wolton, D. (Autores), *El nuevo espacio público* (pp. 28-46). Quito: CIESPAL.

Capítulo 3 - “Bajo el límpido azul de tu cielo.” Las tendencias del discurso de odio digital en Costa Rica (2021 - 2023) - Larissa Tristán Jiménez y Yanet Martínez Toledo

- Alcácer, G. (2019). Discurso de odio, protección de minorías y sociedad democrática. *Revista Crítica Penal y Poder* (18), pp. 19.
- Alfaro-Redondo, R. (2023). Elecciones 2022 en Costa Rica: resultado sorpresivo que no altera las frágiles condiciones para gobernar. *Revista Uruguaya de Ciencia Política*, 32(1), 169-187. <https://doi.org/10.26851/RUCP.32.1.8>
- Angenot, M. (2012). *El discurso social: Los límites históricos de lo pensable y lo decible*. Buenos Aires: Siglo XX.
- Bachmann, I., & Valenzuela, S. (2022, September 7). El fact-checking como herramienta contra la desinformación. AMIDI. <https://www.amidi.org/fact-checking-desinformacion/>

- Benesch, S. (2003). Vile Crime or Inalienable Right: Defining Incitement to Genocide. Disponible en: https://www.researchgate.net/publication/228149554_Vile_Crime_or_Inalienable_Right_Defining_Incitement_to_Genocide
- Brenes Peralta, C., Siles, L. y Tristán - Jiménez, L. (2024). Nuestras apps de cada día 2024: Informe sobre el uso de plataformas digitales en Costa Rica. San José, Costa Rica: CICOM.
- Castells, Manuel. (2012). Redes de Indignación y Esperanza: Los Movimientos Sociales En La Era de Internet. Madrid: Alianza Editorial.
- Centro de Investigación en Estudios Políticos (CIEP). (2020). Informa de resultados de estudio de opinión sociopolítica. CIEP, Universidad de Costa Rica. <https://ciep.ucr.ac.cr/wp-content/uploads/2020/11/CIEP-Estudio-de-opinion-No-viembre-2020.pdf>
- Centro de Investigación en Estudios Políticos (CIEP). (2021). Informe de Resultados Encuesta CIEP-UCR. Centro de Investigación En Estudios Políticos (CIEP). <https://ciep.ucr.ac.cr/wp-content/uploads/2021/11/INFORME-DE-RESULTADOS-DE-LA-ENCUESTA-CIEP-UCR-NO-VIEMBRE-2021.html>
- Centro de Investigación en Estudios Políticos. (2022). Informe de Resultados de la Encuesta del CIEP. <https://ciep.ucr.ac.cr/wp-content/uploads/2022/11/INFORME-DE-RESULTADOS-DE-LA-ENCUESTA-CIEP-UCR-NOVIEMBRE-2022-1.html>
- COES. (2023). Discursos de Odio y Discriminación. Redes Sociales. <https://costarica.un.org/es/238630-informe-sobre-discursos-de-odio-y-discriminaci%C3%B3n-2023>
- COES. (2022). Informe COES sobre Discursos de Odio y Discriminación. <https://costarica.un.org/es/188079-informe-coes-sobre-discursos-de-odio-y-discriminaci%C3%B3n-2022>
- COES. (2021). Primer Informe sobre Discursos de Odio y Discriminación en Redes Sociales Costa Rica. <https://costarica.un.org/es/235989-primer-informe-sobre-discursos-de-odio-y-discriminaci%C3%B3n-en-redes-sociales-costa-rica-2021>
- Colomer, Bea. (2019). La doctrina del efecto desaliento como punto de conexión entre el Derecho penal y los derechos fundamentales. Cuadernos Electrónicos de Filosofía del Derecho , (41), pp. 1-20.
- Correcher - Mira, J. (2021). La banalización del discurso de odio: una expansión de los colectivos ¿vulnerables? InDret. 10.31009/InDret.2021.i2.04
- de Almeida, S.L. (2018). Neoconservadurismo y liberalismo. En E.S. Gallego (Ed.), El odio como política. La reinención de las derechas en Brasil (pp. 47 -56). Editorial Katakarak.
- Gagliardone, I., Patel, A., & Pohjonen, M. (2014). Mapping_and_Analysing_Hate_Speech_Online. Oxford University y Addis Ababa University.
- Gómez, Martín. (2019). Delitos de discriminación y discurso de odio punible: nuevo escenario en España las LO 1/2015. Juruá: Porto.
- Kaufman, G. (2015): Odium dicta. Libertad de expresión y protección de grupos discriminados en Internet. México D.F: Consejo Nacional para prevenir la Discriminación. Disponible en: https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/144564/OdiumDicta_WEB-INACCSS.
- Madrigal, R. (2021, Octubre 7). 25 candidatos presidenciales se disputarán la Presidencia en 2022. La Nación. <https://www.nacion.com/el-pais/politica/elecciones-2022-tendran-25-candidatos/FOYI76E4S5DI3K75ZQCYFTWCHI/story/>
- Moreno - Lopez, R. y Lopez - Arroyo, C. (2022). Redes, equipos de monitoreo y aplicaciones móvil para combatir los discursos y delitos de odio en Europa. Revista Latina de Comunicación Social, 80.
- Morozov, E. (2012): El Desengaño de Internet: Los Mitos de La Libertad En LaRed. Imago Mundi. Bar-

celona: Ediciones Destino.

Parodi, R., Cuesta, M. y Wegelin, L. (2022). Problematizar los discursos de odio: democracia, redes sociales y esfera pública. *Tram[p]as de la Comunicación y la Cultura* (N.º 87).

Ranzani, O. (2022). Jorge Alemán: La presencia del odio es constitutiva del neoliberalismo. Página 12. <https://www.pagina12.com.ar/480078-jorge-aleman-la-presencia-del-odio-es-constitutiva-del-neoli>

Ring-Carlson, C. (2020). Hate Speech as a Structural Phenomenon, *First Amendment Studies*. <https://doi.org/10.1080/21689725.2020.1837649>

Sadin, E. (2020). *La Era del Individuo Tirano: El fin de un mundo común*. Buenos Aires: Ediciones Caja Negra.

Solano - Gallego, Esther. (2019). *El odio como política. La reinención de las derechas en Brasil*. Buenos Aires: Katakarak Ediciones.

Sibilia, P. (2020). *El auge de los afectos negativos*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina: TELAM.

Torres, N. y Taricco, V. (2019). *Los discursos de odio como amenaza a los derechos humanos*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina: Universidad de Palermo.

Waisbord, S. (2018). Truth is What Happens to News: On journalism, fake news, and post-truth. *Journalism Studies*, 19(13), 1866-1878. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2018.1492881>

Capítulo 4 - Accesibilidad web: obstáculo para el derecho a la información ciudadana - Fernando José Martínez de Lemos

Accessible Web. (s/f). WCAG Audit Services | Accessible Web. Recuperado el 30 de mayo de 2024, de <https://accessibleweb.com/services/wcag-accessibility-audits/>

Astari. (2023, agosto 25). What Is HTML? Hypertext Markup Language Basics Explained.

Banco Mundial. (2023, de abril). La inclusión de la discapacidad. <https://www.bancomundial.org/es/topic/disability>

Boza, G. (2024, mayo). Acceso a la información pública y libertad de prensa: Tendencias de la jurisprudencia constitucional en Costa Rica. <https://ijeditores.com/pop.php?option=articulo&Hash=7635149ac44d41baade8b38120cb25a0>

Boza, G. (2023). Regulaciones a la comunicación en Costa Rica: Normativa vigente con votos relevantes. <https://proledi.ucr.ac.cr/wp-content/uploads/2024/01/Regulaciones-a-la-comunicacion%CC%81n-en-Costa-Rica.pdf>

Boza Solano, G., Jiménez Alvarado, O. M., & Rodríguez López, J. (2023). I Encuesta Nacional sobre Libertad de Expresión y Confianza en Medios de Comunicación (2023). <https://proledi.ucr.ac.cr/wp-content/uploads/2023/10/Informe-Encuesta-de-Libertad-de-Expresio%CC%81n-en-Costa-Rica-2023.pdf>

Consejo Nacional de Personas con Discapacidad & Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2019). Encuesta Nacional de Discapacidad 2018. https://admin.inec.cr/sites/default/files/media/reendadis2018_2.pdf

Creación de las Comisiones Institucionales sobre Accesibilidad y Discapacidad (CIAD), Pub. L. No. Ley 9171 (2013). http://www.pgrweb.go.cr/scij/Busqueda/Normativa/Normas/nrm_texto_completo.aspx?param1=NRTC&nValor1=1&nValor2=76228&nValor3=95069&strTipM=TC

Convención Americana sobre Derechos Humanos (Pacto de San José), Gaceta Oficial No. 9460 (1978). https://oas.org/dil/esp/1969_Convención_Americana_sobre_Derechos_Humanos.pdf

Da Silva Bermúdez, K., García Sibaja, J., Martínez de Lemos, F. J., Matarrita Brenes, P., Ureña Benavides, K., & Vargas Varela, J. (2023). Volviendo accesible la accesibilidad web: Creación de un modelo de aplicación de accesibilidad web que propicie el uso de los estándares internacionales de la WCAG en usuarios especializados del área de diseño y desarrollo de sitios web en Costa Rica

- [Universidad de Costa Rica]. <https://www.kerwa.ucr.ac.cr/handle/10669/89666>
- Deque University. (s/f). Headings must not be empty. <https://dequeuniversity.com/rules/axe/3.5/empty-heading>
- Directive (EU) 2016/2102 of the European Parliament and the Council of 26 October 2016 on the accessibility of the websites and mobile applications of public sector bodies, Directive (EU) 2016/2102 (2016). <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/HTML/?uri=CELEX:32016L2102&from=EN>
- Equalize Digital. (s/f-a). Empty Button. <https://equalizedigital.com/accessibility-checker/empty-button/>
- Equalize Digital. (s/f-b). Empty Link. <https://equalize-digital.com/accessibility-checker/empty-link/>
- Equalize Digital. (s/f-c). Empty or Missing Form Label. <https://equalizedigital.com/accessibility-checker/empty-missing-form-label/>
- ETSI. (2015). EN 301 549 V1.1.2 (2015-04) Accessibility requirements suitable for public procurement of ICT products and services in Europe. https://www.etsi.org/deliver/etsi_en/301500_301599/301549/01.01.02_60/en_301549v010102p.pdf
- Freedom House. (s/f). Costa Rica: Freedom on the Net 2023 Country Report. Freedom House. Recuperado el 3 de junio de 2024, de <https://freedomhouse.org/country/costa-rica/freedom-net/2023>
- Fundación CTIC. (s/f). TAW | Web accessibility and W3C standardization services. Recuperado el 30 de mayo de 2024, de <https://www.tawdis.net/index#>
- Government of Canada. (2013, de abril). Guidance on Implementing the Standard on Web Accessibility. <https://www.canada.ca/en/treasury-board-secretariat/services/government-communications/guidance-implementing-standard-web-accessibility.html>
- Implementación de sitios Web accesibles en el sector público costarricense, 051-MTSS-MICITT (2019). https://www.pgrweb.go.cr/scij/Busqueda/Normativa/Normas/nrm_texto_completo.aspx?param1=NRTC&nValor1=1&nValor2=89061&nValor3=116705&strTipM=TC
- Initiative (WAI), W. W. A. (s/f). Web Accessibility Evaluation Tools List. Web Accessibility Initiative (WAI). Recuperado el 30 de mayo de 2024, de <https://www.w3.org/WAI/test-evaluate/tools/list/>
- Ley de Igualdad de Oportunidades para las Personas con Discapacidad, Pub. L. No. Ley 7600 (1996). http://www.pgrweb.go.cr/scij/Busqueda/Normativa/Normas/nrm_texto_completo.aspx?param1=NRTC&nValor1=1&nValor2=23261&nValor3=0&strTipM=TC
- Ley General de la Administración Pública, Ley 6227 (1978). https://www.pgrweb.go.cr/scij/Busqueda/Normativa/Normas/nrm_texto_completo.aspx?nValor1=1&nValor2=13231
- Michigan Technological University. (s/f). Headings (Proper Use). <https://www.mtu.edu/accessibility/training/web/headings/>
- Ministerio de Ambiente, Energía y Telecomunicaciones (MINAET). (2009). Plan Nacional de Desarrollo de las Telecomunicaciones 2009—2014. https://www.micitt.go.cr/sites/default/files/planes_estrategias/Plan_Nacional_Ciencia_Tecnologia_Innovacion_2022-2027.pdf
- Ministerio de Ciencia, Tecnología y Telecomunicaciones (MICITT). (2015). Plan Nacional de Desarrollo de las Telecomunicaciones 2015-2021. <http://www.pgrweb.go.cr/DocsDescargar/Normas/No%20AC-0-05102015/Version1/PNDT-2015-2021.pdf>
- Ministerio de Innovación Ciencia, Tecnología y Telecomunicaciones (MICITT). (2021). Plan Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación 2022-2027. https://www.micitt.go.cr/sites/default/files/planes_estrategias/Plan_Nacional_Ciencia_Tecnologia_Innovacion_2022-2027.pdf
- Observatorio de Tecnologías Accesibles e Inclusivas. (2018). Informe de Observatorio de Accesibilidad Web.
- Organización de las Naciones Unidas (ONU). (s/f).

- Objetivo 10: Reducir la desigualdad en y entre los países. <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/inequality/>
- Pavón Mestras, J. (2012). Tecnologías Web para la presentación Accesibilidad en la Web. <https://www.fdi.ucm.es/profesor/jpavon/web/23-AccesibilidadWeb.pdf>
- Ragget, D. (2005, mayo 24). Getting started with HTML. <https://www.w3.org/MarkUp/Guide/>
- Rodríguez Segura, N. (2014). EVALUACIÓN DE LA ACCESIBILIDAD A LA INFORMACIÓN DE LAS PERSONAS CON DISCAPACIDAD VISUAL EN LOS SITIOS WEB DE LOS MINISTERIOS DE COSTA RICA [Universidad Nacional de Costa Rica]. <http://18.188.26.221:8082/repositorio/bitstream/handle/123456789/532/EVALUACION%20ACCESIBILIDAD%20SITIOS%20WEB%20MINISTERIOS%20%20DE%20COSTA%20RICA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Rumoroso, J. (s/f). HeadingsMap. Recuperado el 30 de mayo de 2024, de <https://chromewebstore.google.com/detail/headingsmap/flbjommejcionpdmenkdiocclhjacmbi?hl=en>
- Standard on Web Accessibility (2011).
- The Regents of the University of Colorado. (s/f). Empty Headings. <https://www.ucdenver.edu/atweb/web-accessibility/siteimprove/empty-headings>
- Typeform. (s/f). ¿Qué es un Texto Alternativo de Imagen, o Imagen Alt? - Centro de Ayuda. Typeform. Recuperado el 30 de mayo de 2024, de <https://www.typeform.com/es/help/a/que-es-un-texto-alternativo-de-imagen-o-imagen-alt-360050447112/>
- UC Regents. (s/f). Headings. <https://dap.berkeley.edu/learn/concepts/headings>
- Ulate, K. (2019, julio 29). Nuevo decreto obliga a instituciones a tener sitios web accesibles para personas con discapacidad. <https://observador.cr/nuevo-decreto-obliga-a-instituciones-a-tener-sitios-web-accesibles-para-personas-con-discapacidad/>
- US Access Board. (s/f). Rehabilitation Act of 1973. <https://www.access-board.gov/about/law/ra.html#section-508-federal-electronic-and-information-technology>
- Utah State University. (s/f). WAVE Web Accessibility Evaluation Tools. Recuperado el 30 de mayo de 2024, de <https://wave.webaim.org/>
- W3C Web Accessibility Initiative (WAI). (2017, mayo 4). Headings. <https://www.w3.org/WAI/tutorials/images/decision-tree/>
- W3C Web Accessibility Initiative (WAI). (2019). Introducción a la Accesibilidad Web. <https://www.w3.org/WAI/fundamentals/accessibility-intro/es#what>
- W3C Web Accessibility Initiative (WAI). (2024, de enero). An alt Decision Tree. <https://www.w3.org/WAI/tutorials/images/decision-tree/>
- W3Schools. (s/f-a). HTML Attributes. https://www.w3schools.com/html/html_attributes.asp
- W3Schools. (s/f-b). HTML Introduction. https://www.w3schools.com/html/html_intro.asp
- World Wide Web Consortium (W3C). (s/f-a). Consistent Navigation. <https://www.w3.org/TR/UNDERSTANDING-WCAG20/consistent-behavior-consistent-locations.html>
- World Wide Web Consortium (W3C). (s/f-b). Info and Relationships. <https://www.w3.org/TR/UNDERSTANDING-WCAG20/content-structure-separation-programmatic.html>
- World Wide Web Consortium (W3C). (s/f-c). Introduction to Understanding WCAG 2.0. <https://www.w3.org/TR/UNDERSTANDING-WCAG20/intro.html>
- World Wide Web Consortium (W3C). (s/f-d). Labels or Instructions. <https://www.w3.org/TR/UNDERSTANDING-WCAG20/minimize-error-cues.html>
- World Wide Web Consortium (W3C). (s/f-e). Language of Page. <https://www.w3.org/TR/UNDERSTANDING-WCAG20/meaning-doc-lang-id.html>
- World Wide Web Consortium (W3C). (s/f-f). Link Purpose (In Context). <https://www.w3.org/TR/>

UNDERSTANDING-WCAG20/navigation-mechanisms-refs.html

World Wide Web Consortium (W3C). (s/f-g). Link Purpose (In Context). <https://www.w3.org/TR/UNDERSTANDING-WCAG20/navigation-mechanisms-refs.html>

World Wide Web Consortium (W3C). (s/f-h). Name, Role, Value. <https://www.w3.org/TR/UNDERSTANDING-WCAG20/ensure-compat-rsv.html>

World Wide Web Consortium (W3C). (s/f-i). Non-text Content. <https://www.w3.org/TR/UNDERSTANDING-WCAG20/text-equiv-all.html>

World Wide Web Consortium (W3C). (s/f-j). On Input. <https://www.w3.org/TR/UNDERSTANDING-WCAG20/consistent-behavior-unpredictable-change.html>

World Wide Web Consortium (W3C). (s/f-k). Pause, Stop, Hide. <https://www.w3.org/TR/UNDERSTANDING-WCAG20/time-limits-pause.html>

Capítulo 5 - Canallas, mentirosos y otras especies: El discurso estigmatizante del Presidente Chaves en contra de periodistas y medios de comunicación - Óscar Mario Jiménez Alvarado

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.

Arroyo, L. (18 de febrero de 2024). José Rubén Zamora, el cuarto poder tras las rejas en Guatemala: “No me voy a dejar vencer. *El País*. <https://elpais.com/america/2024-02-18/jose-ruben-zamora-el-cuarto-poder-tras-las-rejas-en-guatemala-no-me-voy-a-dejar-vencer.html>

Ávila, R., & Gutiérrez, A. (2013). Los medios digitales: Guatemala. Open Society Media Program. <https://www.opensocietyfoundations.org/publications/mapping-digital-media-guatemala>

Barrera, A. (7 de abril de 2019). La realidad no cabe en la palabra ‘fifi’. *El País*. <https://www.nytimes.com/es/2019/04/07/espanol/opinion/amlo-fifi-mexico.html>

Berganza, G., Ortiz, C., & Rivera, R. (2023). Libertad de expresión, acceso a la información y ejercicio del periodismo en Centroamérica: Una visión desde las y los protagonistas. *Red Centroamericana de Periodistas*.

Bernal Piche, D. (2013). Diagnóstico de las condiciones socioeconómicas de los periodistas en ejercicio de sus labores en el área de San Salvador. Universidad de El Salvador.

Blanck, E., Alpírez, C., & Del Cid, M. (2021). Informe “Guatemala: Estado contra la prensa y la libertad de expresión”. ARTICLE 19 Oficina para México y Centroamérica.

Bolaños, R. (30 de junio de 2023). El odio está desatado en Costa Rica, advierte oficina de ONU. *La Nación*. <https://www.nacion.com/el-pais/politica/el-odio-esta-desatado-en-costa-rica-advierte/TGBG5MZEYZB2BIQGARX2DGSYJM/story/>

Boza, G. (Ed.). (2022). Regulaciones a la comunicación en Costa Rica. Normativa vigente con votos relevantes (Segunda edición). PROLEDI.

Boza, G., Jiménez Alvarado, O., & Rodríguez, J. (2023). Encuesta sobre libertad de expresión y confianza en los medios de comunicación 2023. PROLEDI. <https://proledi.ucr.ac.cr/wp-content/uploads/2023/10/Informe-Encuesta-de-Libertad-de-Expresio%CC%81n-en-Costa-Rica-2023.pdf>

Cambronero, N., & Oviedo, E. (16 de mayo de 2023). ICE ordenó reducir publicidad en canal 7 en contra de criterio técnico. *La Nación*. <https://www.nacion.com/el-pais/politica/ice-ordeno-reducir-publicidad-en-canal-7-en-contra/QTB-CHW3NRRCVJB4BJFRZKWU2LU/story/>

Campos, M. (11 de julio de 2022). ‘Representa clara persecución y alarmante señal de autoritarismo’, dice Feuna sobre cierre de Parque Viva. *La Na-*

- ción. <https://www.nacion.com/el-pais/politica/representa-clar-persecucion-y-alarante-senal-de/NW4N5KJ4XRGDJ>
- FBQ4RXIUWWL5A/story/
- Carballo, W. (2017). Periodistas salvadoreños: Entre la espada de las pandillas y la pared policial. *Argumentos*, 30(85), 89–106.
- COES. (2023). Discursos de odio y discriminación [Informe de resultados]. COES Comunicación. <https://cicom.ucr.ac.cr/wp-content/uploads/2023/07/Analisis-de-Discursos-de-Odio-y-Discriminacion-en-las-Redes-Sociales-2023-.pdf>
- Córdoba, J. (23 de mayo de 2023). Sala Constitucional condena expresiones ofensivas del presidente Chaves contra la prensa. *Semanario UNIVERSIDAD*. <https://semanariouniversidad.com/pais/sala-constitucional-condena-expresiones-ofensivas-del-presidente-chaves-a-la-prensa/>
- Córdoba, J. D., & Oviedo, E. (23 de mayo de 2023). Sala IV condena insultos de presidente Rodrigo Chaves a periodistas. *La Nación*. <https://www.nacion.com/el-pais/politica/sala-iv-condena-insultos-de-presidente-rodrigo/LRRRD5V2HNNH6Z-MA63VPXD3QSY4/story/>
- Corrales, E. (17 de mayo 2022). COLPER exigirá explicaciones a Gobierno por supuesta orden para no brindar información. *Teletica.com*. https://failover.teletica.com/nacional/colper-exigira-explicaciones-a-gobierno-por-supuesta-orden-para-no-brindar-informacion_311558
- Cristancho, A. (2019). Legislación de medios en Centroamérica: Regulación del Estado sin un sentido público. En *Comunicación para la resistencia conceptos, tensiones y estrategias en el campo político de los medios* (pp. 322–345). CLACSO.
- Cristancho, A. (2021). La concentración mediática y el derecho a la comunicación. Análisis comparado de El Salvador y Nicaragua. En *Derecho a la comunicación en América Latina*. Asociación de Universidades confiadas a la Compañía de Jesús en América Latina. <https://liberi.ucu.edu.uy/xmlui/handle/10895/1481>
- Crocker, J., Major, B., & Dovidio, J. (2000). Stigma: Introduction and overview. En T. Heatherton, R. Cleck, M.
- Hebl, & J. Hull (Eds.), *The social psychology of stigma* (pp. 1–28). The Guilford Press.
- Duarte, J. C., & Quintero, W. (2015). La brecha digital en Nicaragua. En *Centroamérica Democracia Desconectada: Balance regional de un ecosistema digital enfrentado con la libertad de expresión y el derecho a la comunicación*. Fundación Comunicándonos.
- Fairclough, I., & Fairclough, N. (2012). *Political discourse analysis. A method for advanced students*. Taylor & Francis.
- Fairclough, N. (2015). *Language and Power*. Routledge.
- Fischer, S. (13 de junio de 2023). Record number of media job cuts so far in 2023. *Axios*.
- Fournier, S., Jiménez Alvarado, 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., & Solís, L. (2019). Ausencias y concentraciones en el universo mediático costarricense. *Revista de Ciencias Sociales*, IV(166), 83–99.
- Garro, L., & Solís, L. (2022). Inseguridad y precarización: Riesgos en el ejercicio del periodismo en Costa Rica. En *Tercer Informe de la Libertad de Expresión* (pp. 135–171). PROLEDI. <https://proledi.ucr.ac.cr/wp-content/uploads/2023/10/III-INFORME-CAPÍTULO-4-Inseguridad-y-precarización-Riesgos-en-el-ejercicio-del-periodismo-de-CR.pdf>
- Gavarrete, J., Reeyes, D., & Martínez, O. (12 de enero de 2022). Veintidós miembros de El Faro fueron intervenidos con Pegasus 226 veces entre 2020 y 2021. *El Faro*. https://elfaro.net/es/202201/el_salvador/25935/Veintid%C3%B3s-miembros-de-El-Faro-fueron-intervenidos-con-Pega

- Goffman, E. (2006). *Estigma. La identidad deteriorada*. (1° Edition). Amorrortu Editores S.A.
- Gómez, T. (10 de agosto de 2022). *Violencia virtual se ciñe con Claudia Dobles, Joselyn Chacón y Andrea Álvarez, según estudio académico*. Columbia. <https://columbia.co.cr/violencia-virtual-se-cine-con-claudia-dobles-joselyn-chacon-y-andrea-alvarez-segun-estudio-academico/>
- Gramajo, S. R. (2014). *Media and Politicians in Guatemala: A Marriage that will Last Until Money Do Them Part*. En *Media Systems and Communication Policies in Latin America* (pp. 139–157). Palgrave Macmillan.
- Guerrero, M., & Márquez, M. (2014). *El modelo “liberal capturado” de sistemas mediáticos, periodismo y comunicación en América Latina*. *Temas de Comunicación*, 29, 135–170.
- Gutiérrez, T. (12 de enero 2023). *Troles con nombres asiáticos infestan página del Congreso apoyando a Cisneros, Chaves y Ministra de Salud*. La República. <https://www.larepublica.net/noticia/troles-con-nombres-asiaticos-infestan-pagina-del-congreso-apoyando-a-cisneros-chaves-y-ministra-de-salud>
- Jiménez Alvarado, Ó. (2022). *Concentración mediática, convergencia y grupos económicos de la comunicación en Costa Rica*. En *Tercer Informe de la Libertad de Expresión* (pp. 17–58). PROLEDI. <https://proledi.ucr.ac.cr/wp-content/uploads/2022/11/CAPÍTULO-1-Concentración-mediática-convergencia-y-grupos-económicos.pdf>
- Jiménez, Ó., Martínez, F., & Rodríguez, J. (2023). *Libertad en la Red*. PROLEDI.
- Jumique, C. (2019). *Los políticos y medios en Guatemala, una relación Quid Pro Quo*. *Persona y Sociedad*, 33(22), 56–85. <https://doi.org/10.53689/pys.v33i2.274>
- Keeley, G. (16 de febrero de 2023). *Ataques hostiles y vigilancia amenazan los medios en El Salvador*. *Voz de América*. <https://www.vozdeamerica.com/a/amenaza-medios-salvador-/6966531.html>
- Killman, L. (2015). *Tendencias de la Prensa Mundial: Los ingresos obtenidos por los periódicos cambian a nuevas fuentes*. World Association of Newspapers and News Publishers. <http://www.wan-ifra.org/es/press-releases/2015/06/01/tendencias-de-la-prensa-mundial-los-ingresos-obtenidos-por-los-periodicos->
- Lara, J. (24 de julio de 2023). *Siete expresidentes de Costa Rica respaldan censura al Gobierno por ataques a la prensa*. *La Nación*. <https://www.nacion.com/el-pais/politica/expresidentes-de-costa-rica-respaldan-censura-al/H6RZTYIAVR-H7NHVR7FNOXK4A6Y/story/>
- Link, B., & Phelan, J. C. (2001). *Conceptualizing stigma*. *Annual review of Sociology*, 27, 363–385.
- Lucas, C. (2017). *Transformaciones de la televisión en Guatemala (1986-2017): De la televisión analógica a la multiplataforma digital*. *Comunicación y medios*, 36, 140–152.
- Madrigal, L. (12 de octubre de 2022). *Sala IV advierte a Presidencia que no avalará medidas de censura contra medios de comunicación*. *Delfino*. <https://delfino.cr/2022/10/sala-iv-advierte-a-presidencia-que-no-avalara-medidas-de-censura-contra-medios-de-comunicacion>
- Maldonado, C. (16 de febrero 2023). *Ortega despoja de la nacionalidad a otros 94 nicaragüenses, entre ellos los escritores Sergio Ramírez y Gioconda Belli*. *El País*. <https://elpais.com/internacional/2023-02-15/ortega-despoja-de-su-nacionalidad-a-otros-94-nicaragüenses-entre-ellos-los-escritores-sergio-ramirez-y-gioconda-belli.html>
- Martínez de Lemos, F., & Rodríguez, J. (2022). *Informe del estado de la libertad de expresión y la seguridad del ejercicio periodístico en Centroamérica – 2022* (1 edición). PROLEDI.
- Martínez de Lemos, F., Rodríguez, J., & Jiménez Alvarado, Ó. (2023). *Informe del estado de la libertad de expresión y la seguridad del ejercicio periodístico en Centroamérica – 2023* (1 edición). PROLEDI.

- May, S. (15 de noviembre de 2023). Encuesta CIEP: mayoría de la población considera que la corrupción y la inseguridad han empeorado. Delfino. <https://delfino.cr/2023/11/encuesta-ciep-mayoria-de-la-poblacion-considera-que-la-corrupcion-y-la-inseguridad-han-empeorado>
- Mendez-Muros, S., & Castillo, J. (2023). Producción periodística y reconversión digital en Centroamérica: Avances y retos. *Revista de Comunicación*, 22(2), 377–398. <https://doi.org/10.26441/RC22.2-2023-3284>
- Mengo, R. (2010). Transnacionalización y concentración de los medios de comunicación en la Argentina Neoliberal de los 90. *Independencias - Dependencias - Interdependencias VI*, Congreso CEISAL 2010, Jun 2010, Tolouse. <https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-00503175/document>
- Molina, L. (20 de septiembre de 2023). Un año de la Ruta del Arroz: Costos cayeron 60%, pero precios bajan solo 3% y ahora apuntan al alza. *Semanario UNIVERSIDAD*. <https://semanariouniversidad.com/pais/un-ano-de-la-ruta-del-arroz-costos-cayeron-60-pero-precios-bajan-solo-3-y-ahora-apuntan-al-alza/>
- Muñoz, B. (2008). Cesarismo mediático. En *Los telepresidentes: Cerca del pueblo, lejos de la democracia. Crónicas de 12 presidentes latinoamericanos y sus modos de comunicar* (pp. 85–101). Centro de Competencia en Comunicación para América Latina.
- Murillo, Á. (21 de octubre de 2022). Sala IV revierte cierre de Parque Viva por violar libertad de prensa de “La Nación”. *Semanario UNIVERSIDAD*. <https://semanariouniversidad.com/pais/sala-iv-revierte-cierre-de-parque-viva-por-violar-libertad-de-prensa-de-la-nacion/>
- O’donell, M. (2008). El atril del asesino. En *Los telepresidentes: Cerca del pueblo, lejos de la democracia. Crónicas de 12 presidentes latinoamericanos y sus modos de comunicar* (pp. 39–47). Centro de Competencia en Comunicación para América Latina.
- Oller, M., & Benítez, J. L. (2016). El Salvador ¿Qué está cambiando en el periodismo salvadoreño? En A. Amado (Ed.), *El periodismo por los periodistas. Perfiles profesionales en las democracias de América Latina*. Fundación Konrad Adenauer y Centro para la Información Ciudadana. https://www.kas.de/c/document_library/get_file?uuid=ef1da7ad-6f7a-835e-33bb-41a0798a6885&groupId=252038
- Organización de Estados Americanos. (2021). Declaración conjunta 2021 sobre líderes políticos, personas que ejercen la función pública y libertad de expresión. <https://www.oas.org/es/cidh/expression/showarticle.asp?artID=1214&IID=2>
- Orozco, R. (2008). El modelo de Ortega: Comunicación en familia. En *Los telepresidentes: Cerca del pueblo, lejos de la democracia. Crónicas de 12 presidentes latinoamericanos y sus modos de comunicar* (pp. 127–135). Centro de Competencia en Comunicación para América Latina.
- PEN. (2023). Informe Estado de la Nación 2023. Consejo Nacional de Rectores y Programa Estado de la Nación.
- Pérez, R., & Carballo, W. (2013). El mapa de medios en El Salvador. Todo queda en familia. En *Comunicación, información y poder en El Salvador. Claves para la democratización*. Fundación Comunicándonos.
- Pomareda, F. (20 de julio de 2022). Contratos de televisoras que pagan 10 mil colones al mes por uso de frecuencias vencerán en dos o tres años. *Semanario UNIVERSIDAD*. <https://semanariouniversidad.com/pais/contratos-de-televisoras-que-pagan-%E2%82%A110-000-al-mes-por-uso-de-frecuencias-venceran-en-dos-o-tres-anos/>
- Ramírez, L. (2018). Un modelo en crisis: El caso de Grupo Nación en Costa Rica. *Anuario de Estudios Centroamericanos*, 44, 155–185. <https://doi.org/10.15517>
- Reina, E. (23 de junio de 2021). El ‘fifí’ puede ser cualquiera. *El País*. <https://elpais.com/mexi->

- Relatoría Especial para la Libertad de Expresión. (2022). Comunicado de prensa R19/22. La Relatoría Especial manifiesta su preocupación frente a declaraciones estigmatizantes, cierre de medios de comunicación y procesamiento judicial contra periodistas en Venezuela. <https://www.oas.org/es/cidh/expresion/showarticle.asp?IID=2&artID=1225>
- Reporteros sin Fronteras. (2023). Clasificación Mundial 2023 [Sitio Oficial]. <https://rsf.org/es/pais/costa-rica>
- Reyna, V. H. (2024). "A Mercenary, a Thug ... not Even a Journalist": The Stigmatization of News Workers in Mexico. *Journalism Practice*. <https://doi.org/10.1080/17512786.2023.2300275>
- Robles-Rivera, F. (2019). *Media Captured: Elites' Cohesion and Media Networks in Costa Rica and El Salvador*. Universidad de Berlin.
- Rojas, R. (23 de agosto de 2022). El nuevo presidente de Costa Rica arremete contra la prensa y la denomina el enemigo. "Nunca había pasado algo así", alertan periodistas. *Noticias Telemundo*. <https://www.telemundo.com/noticias/noticias-telemundo/internacional/el-nuevo-presidente-de-costa-rica-arremete-contra-la-prensa-y-la-denom-rc-na42934>
- Sala Constitucional. (2023). Sentencia N° 2023-12085.
- Salzman, C., & Salzman, R. (2009). The media in central america: Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua, Panamá. En *The Handbook of Spanish Language Media* (pp. 47–62). Routledge.
- Sánchez, M. I. (2017). Periodismo bajo fuego: La nueva guerra del crimen organizado en Centroamérica. *Anuario de Estudios Centroamericanos*, 43, 258–285. <https://dx.doi.org/10.15517/aeca.v43i0.31558>
- Sequeira, A. (21 de octubre de 2022). Diputados respaldan fallo de Sala IV sobre Parque Viva: 'Hay abuso de Casa Presidencial'. *La Nación*. <https://www.nacion.com/el-pais/politica/diputados-respaldan-fallo-de-sala-iv-sobre-parque/CVV76E->
- Socayón, J. L. (2016). *La Concentración de los Medios y Democracia en la Era de la Información. Estudio del caso de Albavisión en América Latina y la interferencia en la democracia de Guatemala*. [Tesis para optar al grado de Maestría en Comunicación y Periodismo]. Universidad de Coimbra.
- Soto, T. (27 de septiembre de 2023). Periódico mexicano 'El Universal' informa de supuesta negociación entre narcotraficantes y autoridades en Costa Rica. *El Financiero*. <https://www.elfinanciero.com/economia-y-politica/periodico-mexicano-el-universal-informa-de/LVTBKDTYZZBS3HJGTM-2F4OI34A/story/>
- Tejedor Calvo, S., Cervi, L., y Tusa, F. (2022). Periodismo en contextos de violencia, principales problemas y posibles vías de solución: Percepciones de periodistas latinoamericanos. *Revista de comunicación*, 21(2), 285–306. <https://doi.org/10.26441/RC21.2-2022-A14>
- Valdivieso, J. (2008). Ecuador. La confrontación que da éxito. En *Los telepresidentes: Cerca del pueblo, lejos de la democracia. Crónicas de 12 presidentes latinoamericanos y sus modos de comunicar* (pp. 75–85). Centro de Competencia en Comunicación para América Latina.
- Van Dijk, T. (2008). *Discourse and Power*. Palgrave Macmillan.
- Waisbord, S. (2013). *Vox populista: Medios, periodismo, democracia*. Editorial Gedisa.
- Wallace, A. (2020, octubre 5). Bukele vs El Faro: Qué hay detrás del enfrentamiento del popular presidente de El Salvador con uno de los medios más prestigiosos del continente. *BBC Mundo*. <https://www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina-54408910>

Capítulo 6 - El uso de Tecnologías de la Información y la Comunicación y su relación con la Brecha Digital de género en la atención y prevención de la Violencia contra las Mujeres du

rante la pandemia por COVID-19 - Yanet Martínez Toledo

- Amador Zamora, A. (2021). Acceso y uso de las TIC en hogares costarricenses. In Programa Sociedad de la Información (Ed.), Informe hacia la Sociedad de la Información y el Conocimiento (pp. 203–243). Universidad de Costa Rica. <https://www.crhoy.com/wp-content/uploads/2022/12/acceso-en-casas.pdf>
- Arvidaon, V., & Foka, A. (2015). Digital gener: perspectives, phenomena, practices. *First Monday*, 20(4). <https://doi.org/10.5210/fm.v20i4.5930>
- Ayuntamiento de Sevilla (2020) Covid-19 y los derechos de las mujeres víctimas / supervivientes de violencia de género. Disponible en <https://violenciagenero.org/recurso/publicacion/covid-19-y-derechos-mujeres-victimas-supervivientes-violencia-genero>
- Castaño, C., Fernández, J. & Vázquez, S. (2008). La e-inclusión y el bienestar social: una perspectiva de género. *Economía Industrial*, 367, 139-152.
- Carranza, R. (2021). Preocupación por el contagio de la COVID-19 y carga laboral como predictores del malestar psicológico durante la emergencia sanitaria en personal de salud de Perú. *Revista Colombiana de Psiquiatría*, 52 (4), pp. 273-279. <https://doi.org/10.1016%2Fj.rcp.2021.06.005>.
- Código de Trabajo (CT) (2020) Ley N° 9808 Para brindar seguridad jurídica sobre la huelga y sus procedimientos, del 21 de enero, Costa Rica. Disponible https://www.pgrweb.go.cr/scij/Busqueda/Normativa/Normas/nrm_texto_completo.aspx?nValor1=1&nValor2=8045
- Correa, J. (2017). Hacia una epistemología del desconocimiento *Revista Colombiana de Filosofía de la Ciencia*, 17 (35), pp. 119-144. <https://www.redalyc.org/pdf/414/41455170005.pdf>.
- Corte Suprema de Justicia. (2020). Proyecto para la realización de audiencias virtuales de la materia laboral en el Poder Judicial de Costa Rica, Circular N° 91-2020. <https://audienciasvirtuales.poder-judicial.go.cr/index.php/protocolos?download=1:91-2020>.
- Crenshaw, K. (1991). Mapping the margins: Intersectionality, Identity Politics, and Violence Against Women of Color. *Stanford Law Review*, 43, 1241-1299.
- Harris, B., & Vitis, L. (2020). Digital intrusions: Technology, spatiality and violence against women. *Journal of Gender-Based Violence*, 4(3), 325–341. <https://doi.org/10.1332/239868020X15986402363663>
- Hearn, J., Strid, S., Husu, L., & Verloo, M. (2016). Interrogating violence against women and state violence policy: Gendered intersectionalities and the quality of policy in The Netherlands, Sweden and the UK. *Current Sociology. La Sociologie Contemporaine*, 64(4), 551–567. <https://doi.org/10.1177/0011392116639220>
- INAMU. (2018). Organigrama. Instituto Nacional de la Mujer. <https://www.inamu.go.cr/web/inamu/organigrama>
- INAMU. (2020) Lineamientos para redes locales de prevención y atención de la violencia contra las mujeres y la violencia intrafamiliar (Ley 8688) en el marco de la emergencia nacional por covid-19. Disponible en <https://www.ccss.sa.cr/web/coronavirus/assets/materiales/personal/lineamientos/275.pdf>
- INAMU. 2020a Campaña Seguimos pendientes de vos. <http://seguimospendientesdevos.inamu.go.cr/>
- INAMU. 2020b Medidas ante la crisis COVID-19 Disponible <https://www.inamu.go.cr/documents/10179/2067167/Manual+Crisis+COVID-2.pdf/a57358e2-e019-44ba-b971-b16c8e55e9fa>
- INAMU. 2020c Afectaciones del COVID-19 en la vida de las mujeres en Costa Rica Disponible https://www.inamu.go.cr/documents/10179/1385759/Afectaciones+del+COVID-19+en+la+vida+de+las+mujeres+en+Costa+Rica.pdf/34db9aa6-aec4-47f0-9349-db52860220e7?utm_source=inamu&utm_medium=pdf&utm_campaign=covid-19,+costa+rica

- Marganski, A. J., & Melander, L. A. (2021). Technology-Facilitated Violence Against Women and Girls in Public and Private Spheres: Moving from Enemy to Ally. In B. Jane, F. Asher, & H. Nicola (Eds.), *The Emerald International Handbook of Technology-Facilitated Violence and Abuse* (pp. 623–641). Emerald Publishing Limited. <https://doi.org/10.1108/978-1-83982-848-520211046>
- Martínez Toledo, Y. y Mendoza Aguilar, S. (2024) Políticas públicas y Brecha digital de género (BDG): un análisis en Costa Rica (2020-2022). *Revista Reflexiones*.103(2). DOI 10.15517/rr.v103i1.52301
- Navarrete, A. (2011) Diferentes, desiguales y desconectadas. ¿Quién es quién en las industrias tecnológicas? *Asparkía Investigació Feminista, Universitat Jaume I* 22, pp. 17-31
- Siles, I. (2008) A la conquista del mundo en línea: internet como objeto de estudio (1990-2007). *Comunicación y Sociedad, Nueva época*, núm. 10, julio-diciembre, pp. 55-79
- Poder Ejecutivo. (2015). Reglamento del Código de Trabajo, N° 38767. http://www.pgrweb.go.cr/scij/Busqueda/Normativa/Normas/nrm_texto_completo.aspx?param1=NRTC&nValor1=1&nValor2=78794&nValor3=99405&strTipM=TC.
- Poder Ejecutivo. (2020). Decreto Ejecutivo, N° 42227-MP-S. http://www.pgrweb.go.cr/scij/Busqueda/Normativa/Normas/nrm_texto_completo.aspx?nValor1=1&nValor2=90737.
- Poder Ejecutivo. (2020). Directriz, N° 073-S-MTSS. <https://www.mtss.go.cr/elministerio/biblioteca/documentos/Directriz%20073-S-MTSS.pdf>.
- PROSIC (2017) *Hacia una sociedad del conocimiento, PROSIC: Universidad de Costa Rica: San José*
- Roth, F., y López, M. E. (2020) Recomendaciones para garantizar el acceso de las mujeres sobrevivientes-víctimas de violencia de género a la justicia durante el covid-19. Disponible en <https://euro-social.eu/wp-content/uploads/2021/03/recomendaciones-para-garantizar-el-acceso-a-las-mujeres-sobrevivientesvctimas-de-violencia-de-gnero.pdf>
- Siles, I. (2007) *Cibernética y sociedad de la información: el retorno de un sueño eterno*. *Signo y Pensamiento*, 50, volumen xxvi, enero - junio, pp. 86-120
- Ruiz-Pérez, Isabel, & Pastor-Moreno, Guadalupe. (2021). Medidas de contención de la violencia de género durante la pandemia de COVID-19. *Gaceta Sanitaria*, 35(4), 389-394. Epub 27 de diciembre de 2021. <https://dx.doi.org/10.1016/j.gaceta.2020.04.005>
- Sauerborn, E., Eisenhut, K., Ganguli-Mitra, A., & Wild, V. (2022). Digitally supported public health interventions through the lens of structural injustice: The case of mobile apps responding to violence against women and girls. *Bioethics*, 36(1), 71–76. <https://doi.org/10.1111/bioe.12965>
- Tello Leal, E. (2007). Las tecnologías de la información y comunicaciones (TIC) y la brecha digital: su impacto en la sociedad de México. *Revista Universidad Y Sociedad Del Conocimiento*, 4(2), 1–8. https://heinonline.org/hol-cgi-bin/get_pdf.cgi?handle=hein.journals/intjedth4§ion=19
- Tomasina, F., y Pasini, A. (2022). Pros y contras del teletrabajo en la salud física y mental de la población general trabajadora: una revisión narrativa exploratoria. *Archivos de Prevención de Riesgos Laborales*, 25 (2), pp.147-161. <https://doi.org/10.12961/aprl.2022.25.02.07>.
- Vargas Montoya, L. (2022). Nuevos enfoques para la medición y descomposición de las Brechas Digitales en Costa Rica. Avance de investigación del proyecto PRY01-1395-2022. Instituto de Investigaciones en Ciencias Económicas. https://iice.ucr.ac.cr/conferencia_prensa/infome_brecha.pdf
- Vázquez, S., y Castaño, C. (2011) La brecha digital de género: prácticas de e-inclusión y razones de la exclusión de las mujeres. *Asparkía Investigació Feminista, Universitat Jaume I*, 22, pp. 33-49
- Zamora, A. y López, D. (2017). Acceso y uso de las TIC en el sector productivo. En: *Hacia una sociedad del conocimiento*. pp. 247-294, PROSIC: Universidad de Costa Rica: San José
- Zlatkovski, D., Temjanovski, R., & Chabukovsk, V. (2023). Data literacy ecosystem development framework: Approach for bridging the gender gap in

the digital economy of the Western Balkan countries. *Italian Journal of Educational Technology*. <https://doi.org/10.17471/2499-4324/1300>

En II Informe del Estado de la Libertad de Expresión y el Derecho a la Información. PROLEDI.

Capítulo 7 - Perspectiva acerca de los medios de comunicación regionales, locales y ¿comunitarios? en Costa Rica. Giselle Boza Solano y Mónica Rojas Víquez

Aguilar, E. (2020). Filosofía política y libertad de expresión: El control de los medios de comunicación y la construcción de la opinión pública. *Revista Siwo*, 13 (1). <https://www.revistas.una.ac.cr/index.php/siwo/article/view/14706/20367>

Alvarado, A. (2019). Capítulo 8. Panorama de la radiodifusión en Costa Rica, entre la desregulación y la ausencia de medios comunitarios. *Espejo de Monografías*, (4), 167-175. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8114623>

Asociación Mundial de Radios Comunitarias. (2009). Principios para un marco regulatorio democrático sobre radio y TV comunitaria. <https://www.amarcMexico.org/pdf/internacional/01-Principios.pdf>

Escobar, R. (2010). Las ong como organizaciones sociales y agentes de transformación de la realidad: desarrollo histórico, evolución y clasificación. *Diálogo de Saberes, Investigaciones en Derecho y Ciencias Sociales*, 121-131. <https://core.ac.uk/download/pdf/229908623.pdf>

Garro, L., y Solís, L. (2019). Ausencias y concentraciones en el universo mediático costarricense. *Revista Ciencias Sociales*, 4(166) p.83-99. <https://revistacienciasociales.ucr.ac.cr/html/06-GARRO/06-GARRO.html>

Garro, L., Monge, A. y Solís, L. (2020a). Propuesta de indicadores de desarrollo mediático para Costa Rica. Primera edición. [Costa Rica]: PROLEDI p.1-67.

Garro, L., Monge, A. y Solís, L. (2020b). Ecosistema mediático en deuda con el pluralismo y la diversidad.

Garro, L., Monge, A. y Solís, L. (2021). Aportes metodológicos de una experiencia de construcción de indicadores de desarrollo mediático. *Global Media Journal Mexico*, 18(34), p.1-17.

Jiménez, O. (2023). Cuaderno No.1 El vencimiento de las frecuencias de radio y televisión. San José: Universidad de Costa Rica, PROLEDI. https://proledi.ucr.ac.cr/wp-content/uploads/2023/10/Cuaderno-N%C2%B0-1_El-vencimiento-de-las-frecuencias-de-radio-y-televisio%CC%81n.pdf

Informes internacionales

Relatoría Especial para la Libertad de Expresión. (2010). El Derecho de acceso a la información en el marco jurídico interamericano. Recuperado de <https://www.oas.org/es/cidh/expresion/docs/publicaciones/ACCESO%20A%20LA%20INFORMACION%20FINAL%20CON%20PORTADA.pdf>

Observatorio Latinoamericano de Regulación, Medios y Convergencia. (2022). Informe Regional Comparado sobre entorno regulatorio y políticas públicas para medios comunitarios. Recuperado de <https://www.observacom.org/proyectopidc/wp-content/uploads/2022/09/Regional-Medios-comunitarios.pdf>

Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. (2017). Sostenibilidad de los medios de comunicación de proximidad. Recuperado de https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000371560_spa

Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. (2022). Caja mundial de herramientas para los operadores judiciales: Normas jurídicas internacionales sobre la libertad de expresión, el acceso a la información y la seguridad de los periodistas. Recuperado de <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000381299/PDF/381299spa.pdf.multi>

Jurisprudencia

Corte Interamericana de Derechos Humanos. (1985).

Opinión Consultiva OC-5/85 sobre la colegiación obligatoria de periodistas del 13 de noviembre de 1985. https://www.corteidh.or.cr/docs/opiniones/seriea_05_esp.pdf

marca-del-micitt-ante-criticas-sobre-frecuencias-de-radio-y-television/

Corte Interamericana de Derechos Humanos. (2021). Caso Pueblos Indígenas Maya Kaqchikel de Sumpango y otros vs Guatemala. Sentencia Fondo, Reparaciones y Costas de la Corte Interamericana de Derechos Humanos del 6 de octubre de 2021. https://www.corteidh.or.cr/docs/casos/articulos/seriec_440_esp.pdf

Sala Constitucional de Costa Rica de la Corte Suprema de Justicia de Costa Rica, Resolución No. 11715-2017.

Normativa

Constitución Política de Costa Rica de 1949, 7 de noviembre de 1949.

Ley de Radio, Ley No.1758 de 1954 de 19 de junio de 1954.

Convenio Cultural con el Principado de Liechtenstein, Ley No.6606 de 1981 de 26 de agosto de 1981.

Ley General de Telecomunicaciones, Ley No.8642 de 4 junio del 2008.

Reglamento Estaciones Inalámbricas, No.63 del 11 de diciembre de 1956. No vigente.

Reglamento a la Ley General de Telecomunicaciones, No.34765 26 de septiembre del 2008.

Declaración Conjunta de sobre la libertad de los Medios de Comunicación y Democracia.

Declaración de Principios sobre Libertad de Expresión.

2022. [Ministerio de Ciencia, Innovación, Tecnología y Telecomunicaciones]. Plan Nacional de Desarrollo de las Telecomunicaciones 2022-2027. Costa Rica: Hacia la disrupción digital inclusiva. 2022

Noticias periodísticas

Pomareda, F. (2024, marzo). Sutel responde al presidente y jerarca del MICITT ante críticas sobre frecuencias de radio y televisión. Semanario Universidad. Recuperado de <https://semanariouniversidad.com/pais/sutel-responde-al-presidente-y-je->

Páginas web

Instituto Costarricense de Enseñanza Radiofónica. (2024). Red de Emisoras Culturales. Sitio web de ICER. <https://emisorasculturalescr.com/>

Onda UNED. (2024). ¿Quiénes somos?. Sitio web Onda UNED. <https://www.ondauned.com/quienes.php>

Voces Nuestras. (2024). ¿Quiénes somos?. Sitio web Voces Nuestras. <https://vocesnuestras.org/bienvenida/>

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



CICOM

Centro de
Investigación en
Comunicación

Fe de erratas

INFORME IMPRESO Y DIGITAL

CAPÍTULO 2

En la página 32, debe leerse el último párrafo como sigue: “Con respecto al año 2020 (Tabla 2.2), la institución que más gastos generó fue la JPS con pagos que superaron los dos mil millones de colones, seguido de la CCSS con gastos por encima de los mil millones de colones. En el caso del PANI, el monto pagado ronda los seiscientos millones de colones; y del Banco Nacional de Costa Rica y el INA, los montos pagados son inferiores a los trescientos millones de colones, mientras que instituciones como el IAFA, el Consejo Rector Sistema de Banca para el Desarrollo, Radiográfica Costarricense S.A. (RACSA), el INCOP y la Corporación Ganadera registraron montos inferiores a los doscientos millones de colones”.

En la pagina 33 en la tabla 2.2 debe leerse Patronato Nacional de la Infancia 616,421,430,01 y TOTAL 5. 860.535.385.

Tabla 2.2 Distribución del gasto en publicidad oficial subpartida publicidad y propaganda, según institución con mayor gasto. Año 2020.

Institución	Monto (en colones)
Junta de Protección Social de San José	2.423.816.210
Caja Costarricense de Seguro Social	1.333.405.054
Patronato Nacional de la Infancia	616.421.430,01
Banco Nacional de Costa Rica	373.072.302
Instituto Nacional de Aprendizaje	344.853.220
Instituto sobre Alcoholismo y Farmacodependencia	174.053.753
Consejo Rector Sistema de Banca para el Desarrollo	163.336.286
Radiográfica Costarricense S.A.	161.941.014
Instituto Costarricense de Puertos del Pacífico	146.275.213
Corporación Ganadera	123.360.903
TOTAL	5.860.535.385

Fuente: Contraloría General de la República. 2023.

Fuente: PANI-OCP-OF-041-2024