4ª Encuesta

sobre libertad de expresión y confianza en medios de comunicación de Costa Rica

Informe de resultados **2026**



UNIVERSIDAD DE COSTA RICA
PROLEDI
CICOM Centro de Investigación en Comunicación



CC.SIBDI.UCR - CIP/4464

Nombres: Jiménez Alvarado, Óscar Mario, investigador. | Boza Solano, Giselle, investigadora. | Rodríguez López, Johanna, investigadora. | Ramírez Varas, Surayabi, investigador.

Título: 4ª Encuesta sobre libertad de expresión y confianza en medios de comunicación de Costa Rica : informe de resultados 2026 / equipo de investigación PROLEDI Óscar Mario Jiménez Alvarado, Giselle Boza Solano, Johanna Rodríguez López, Surayabi Ramírez Varas.

Descripción: [San José, Costa Rica] : Universidad de Costa Rica, PROLEDI, [2026?].

Identificadores: ISBN 978-9930-616-16-1 (PDF)

Materias: LEMB: Medios de comunicación de masas – Opinión pública – Costa Rica. | Periodismo – Opinión pública – Costa Rica. | Confianza – Costa Rica. | Encuestas sociales – Costa Rica. | ARMARC: Libertad de expresión – Opinión pública – Costa Rica.

Clasificación: CDD 302.230.972.86--ed. 23

Contenido

- **Presentación** 4
- **01. Principales hallazgos** 5
- **02. Metodología** 8
- **03. Percepciones sobre la libertad de expresión** 10
  - Condiciones para ejercer la libertad de expresión y de prensa 10
  - Percepciones sobre el gobierno y la libertad de expresión 13
  - Acceso a la información pública 14
- **04. Confianza en medios y actores sociales** 16
  - Confianza general en medios y periodistas 16
  - Confianza en actores cuando informan de temas nacionales 17
  - Inteligencia artificial y confianza en las noticias 19
- **05. Consumo de noticias en Costa Rica** 20
- **06. Interés y evasión en las noticias** 23
  - Interés en las noticias 23
  - Evasión de noticias 24
- **07. Relación entre los medios y el poder** 26
- **08. Percepciones sobre desinformación** 29
- **09. Análisis multifactorial** 32
  - Cuando la educación importa 32
  - Cuando la edad importa 33
  - Cuando el género importa 33
  - Posturas políticas y los medios de comunicación 34
  - Posturas compartidas 34
- **Créditos** 35

Presentación

El Programa de Libertad de Expresión y Derecho a la Información (PROLEDI), en alianza con el Centro de Investigación en Comunicación (CICOM) y el Centro de Investigación y Estudios Políticos (CIEP), todos de la Universidad de Costa Rica, presenta a la comunidad académica y nacional la 4° Encuesta Nacional sobre Libertad de Expresión y Confianza en Medios de Comunicación.

Esta cuarta edición adquiere especial relevancia porque permite observar la evolución de las percepciones ciudadanas a lo largo de cuatro años y superar, así, la mirada limitada a una coyuntura particular. La continuidad de este ejercicio de investigación constituye un aporte de la Universidad de Costa Rica al estudio de la comunicación pública y de las condiciones para el ejercicio de la libertad de expresión en el país. Nos permite reconocer la complejidad de estos fenómenos, identificar cambios y tensiones en las percepciones sociales y comprender que no necesariamente evolucionan de manera homogénea.

En la actualidad, estudiar la libertad de expresión exige prestar atención tanto a las transformaciones del ecosistema informativo como a las amenazas y los riesgos que enfrenta el ejercicio de este derecho en contextos de creciente hostilidad hacia las voces críticas. La expansión de las plataformas digitales, la multiplicación de las fuentes informativas, la circulación de contenidos engañosos y la fragmentación de los espacios de conversación pública plantean nuevos desafíos. A ello se suman las campañas de estigmatización y difamación contra periodistas independientes, los ataques desde el poder político contra quienes ejercen la crítica y las distintas formas de intimidación que pueden propiciar la autocensura. La deslegitimación del disenso y la utilización de mecanismos institucionales o judiciales para perseguir o criminalizar la crítica política constituyen riesgos para el pluralismo y para las condiciones que hacen posible una democracia abierta.

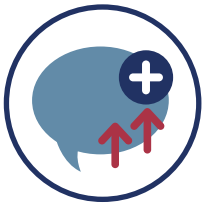
La encuesta cuyos resultados se presentan en este informe busca contribuir a esa discusión. Su valor no reside únicamente en ofrecer una medición de las opiniones de la población en un momento determinado, sino también en generar evidencia para comprender las relaciones entre libertad de expresión, consumo informativo, confianza pública y legitimidad del periodismo.

Desde el PROLEDI consideramos que producir conocimiento sobre estas materias es también una forma de contribuir al mejoramiento del debate público y a la defensa de la democracia. Defender la libertad de expresión, el derecho a la información y las condiciones para el ejercicio de un periodismo independiente no es una tarea exclusiva de quienes trabajan en los medios de comunicación: es una responsabilidad compartida por las instituciones, la academia y el conjunto de la sociedad.

Giselle Boza Solano

Coordinadora

01. Principales hallazgos



Por primera vez, la percepción ciudadana sobre la libertad de expresión muestra una mejora

Poco más de la mitad de las personas, el 54,7%, cree que este derecho está en peligro, una cifra todavía alta pero muy por debajo del 73,4% registrado en 2025. Además, cuatro de cada diez personas rechazan esa idea, el nivel más alto en los cuatro años del estudio. También bajan las percepciones de censura y de autocensura, y esta última llega a su punto más bajo desde 2023 (figuras 1, 2 y 3).



Cada vez más personas consideran peligroso ejercer el periodismo en Costa Rica

Casi seis de cada diez personas, el 58,1%, creen que trabajar como periodista en el país es peligroso, la cifra más alta desde que se inició el estudio. Esta percepción ha crecido en cada medición desde 2023, cuando era de 48,3%, y va en sentido contrario a la mejora que se observa en la percepción de libertad de expresión en general (Figura 4).



Por primera vez, la mayoría de las personas confía en los medios de comunicación

El 56,2 % dice confiar en el trabajo de los medios, frente al 32,6% registrado en 2023, en un aumento que se ha mantenido año con año. La confianza en los periodistas sigue siendo aún mayor, ya que siete de cada diez personas confían en su trabajo. Es decir, por primera vez en cuatro años de estudio, la mayoría de las personas consultadas confía tanto en los medios como en quienes ejercen el periodismo, a pesar de los ataques continuos por parte de distintos actores políticos (Figuras 10 y 11).



Crece la confianza en casi todos los actores que informan sobre los asuntos del país

La mayoría de los actores evaluados registra aumentos con respecto a 2025. La Presidenta de la República y los periodistas muestran los mayores aumentos, de unos 11 puntos cada uno. En el caso de la Presidencia, en la primera medición del gobierno de Laura Fernández, la confianza alta supera por primera vez la mitad de la población. Las universidades públicas siguen siendo las que más confianza generan, aunque son las únicas que pierden terreno. En el otro extremo, las diputaciones, las personas creadoras de contenidos y quienes ocupan un ministerio continúan siendo los menos confiables, pese a que también mejoran (Figura 12).



La TV continúa perdiendo terreno frente a las redes sociales, pero sigue siendo el medio favorito para informarse

Siete de cada diez personas se informan con frecuencia a través de redes sociales, mientras que los noticieros de televisión bajan por primera vez de la mitad de la población, hasta el 46,2%. Aun así, la televisión se mantiene como el medio preferido, elegida por el 40,5% de las personas, frente al 35,9% que prefiere las redes sociales. Esa preferencia cambia según la edad, ya que más de la mitad de las personas jóvenes elige las redes sociales y casi dos de cada tres mayores de 55 años prefieren la televisión (Figuras 14, 15 y 16).



Crece el interés por las noticias, pero la evasión se mantiene

El 74,5% dice interesarse por las noticias, y el 41,7% asegura consumir más que el año anterior. Aun así, cuatro de cada diez personas reconoce haberlas evitado a propósito en algún momento reciente. Quienes las evitan lo hacen sobre todo por su tono sensacionalista, por la violencia o por el impacto emocional que les generan, más que por dudas sobre su veracidad (Figuras 17, 18 y 19).



La ciudadanía percibe que los medios están bajo la influencia del poder económico y del Gobierno

Nueve de cada diez personas creen que los grupos con poder económico influyen mucho sobre los medios, y más de seis de cada diez piensan lo mismo del Gobierno. Dos de cada tres identifican medios afines al Gobierno, y ocho de cada diez reconocen la existencia de medios críticos. Casi todas las personas consideran importante que los medios denuncien abusos y corrupción (Figuras 20 y 21).



Aumenta la proporción de personas engañadas por desinformación

Una de cada tres personas reconoce haber creído recientemente en un contenido que luego resultó ser falso, más que en 2025. Facebook es el principal canal por el que llegaron esos contenidos, ya que tres de cada cuatro personas engañadas los recibieron por esa red social. Le siguen TikTok y WhatsApp (Figuras 22 y 23).



La desinformación alcanza a los poderes del Estado y al proceso electoral

El Gobierno y actores del Poder Judicial como la Sala IV, los jueces o fiscales encabezan, prácticamente empatados, los temas sobre los que las personas afirman haber visto contenidos falsos, con un 58,6% y un 58,5%, respectivamente. En un año electoral, además, la desinformación también llegó a los comicios. La mitad de las personas reporta haber visto contenidos falsos sobre candidaturas presidenciales, y más de cuatro de cada diez sobre el Tribunal Supremo de Elecciones, la institución encargada de garantizar la transparencia del proceso (Figura 24).



La valoración del gobierno de Rodrigo Chaves es lo que más divide las opiniones sobre prensa y libertad de expresión

De acuerdo con el análisis multifactorial del estudio, más que la edad, el género o el nivel educativo, lo que mejor explica cómo ven las personas la libertad de expresión es su opinión sobre la gestión del expresidente. Quienes la evalúan de forma muy negativa tienen 55 puntos porcentuales más de probabilidad de creer que la libertad de expresión está en peligro que quienes la evalúan muy positivamente, y 69 puntos menos de considerar que el Gobierno la respeta. Estas mismas personas también ven con más frecuencia peligro en el ejercicio del periodismo y rechazan con más fuerza que los medios apoyen al Gobierno.



Las mujeres perciben más riesgos para la libertad de expresión y evitan más las noticias

De acuerdo con el análisis multifactorial del estudio, frente a hombres con la misma edad, nivel educativo y postura política, las mujeres tienen 13 puntos porcentuales más de probabilidad de considerar que la libertad de expresión está en peligro, 11 puntos más de creer que ejercer el periodismo es peligroso y 10 puntos más de haber dejado de opinar en redes sociales por miedo a las consecuencias. También es más probable que reduzcan su consumo de noticias o que las eviten, sobre todo porque les afectan emocionalmente o por su carácter violento. Este patrón no es exclusivo de Costa Rica y coincide con lo observado en estudios internacionales.



El nivel educativo también marca la forma en que las personas se informan

De acuerdo con el análisis multifactorial del estudio, frente a una persona con educación primaria o menos, quien tiene educación universitaria tiene 29 puntos porcentuales más de probabilidad de informarse a través de la prensa escrita, digital o impresa, y 9 puntos más de hacerlo mediante podcasts. En cambio, es 10,5 puntos menos propensa a informarse por los noticieros de televisión. Las personas con educación secundaria ocupan una posición intermedia, con 16 puntos más de probabilidad de informarse por la prensa que quienes tienen primaria o menos.

02. Metodología

La encuesta se aplicó a personas mayores de 18 años que cuentan con una línea de teléfono celular. A partir del marco muestral del Plan Nacional de Numeración de la Superintendencia de Telecomunicaciones (SUTEL) se realizó un muestreo aleatorio. El equipo del Centro de Investigación y Estudios Políticos (CIEP) completó 993 entrevistas telefónicas a personas mayores de 18 años los días ubicados entre el 2 y el 14 de septiembre de 2026, en un horario comprendido entre las 9:00 a.m. y las 8:30 p.m. Con las entrevistas y utilizando un nivel de confianza del 95%, se estima un error muestral máximo de ±3,1 puntos porcentuales, asumiendo la máxima variabilidad en preguntas dicotómicas. A continuación, la información general:

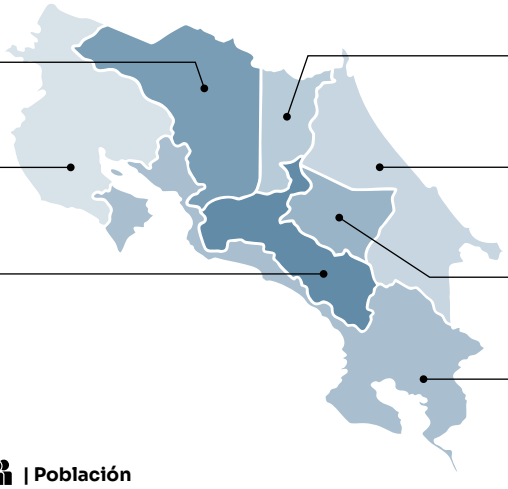
GÉNERO	Sin ponderar	Ponderada	Población
Femenino	48,2%	48,8%	**52,5%**
Masculino	51,5%	50,9%	**47,5%**
Otros / No binario	0,3%	0,3%	**-**
Total	100%	100%	**100%**

Fuente: Encuesta de Opinión Pública CIEP-UCR 2026 y datos del Censo Nacional 2022

NIVEL EDUCATIVO	Sin ponderar	Ponderada	Población
Primaria (completa o incompleta) o menos (sin estudios)	19,94%	33,40%	**35%**
Secundaria (completa o incompleta)	39,38%	41,15%	**40%**
Superior (universitaria completa e incompleta) o estudios técnicos superiores	40,7%	25,45%	**25%**
Total	100%	100%	**100%**

Fuente: Encuesta de Opinión Pública CIEP-UCR 2026 y datos del Censo Nacional 2022

PROVINCIA DE RESIDENCIA



Alajuela
S.P. | 21,5% P. | 22,1% | **21%**

Guanacaste
S.P. | 8,3% P. | 9% | **8%**

San José
S.P. | 31,7% P. | 30,9% | **32%**

Heredia
S.P. | 11% P. | 9,7% | **9%**

Limón
S.P. | 10% P. | 10% | **9%**

Cartago
S.P. | 9,3% P. | 9,2% | **11%**

Puntarenas
S.P. | 8,4% P. | 9,2% | **10%**

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

Fuente: Encuesta de Opinión Pública CIEP-UCR 2026 y datos del Censo Nacional 2022

03. Percepciones sobre la libertad de expresión

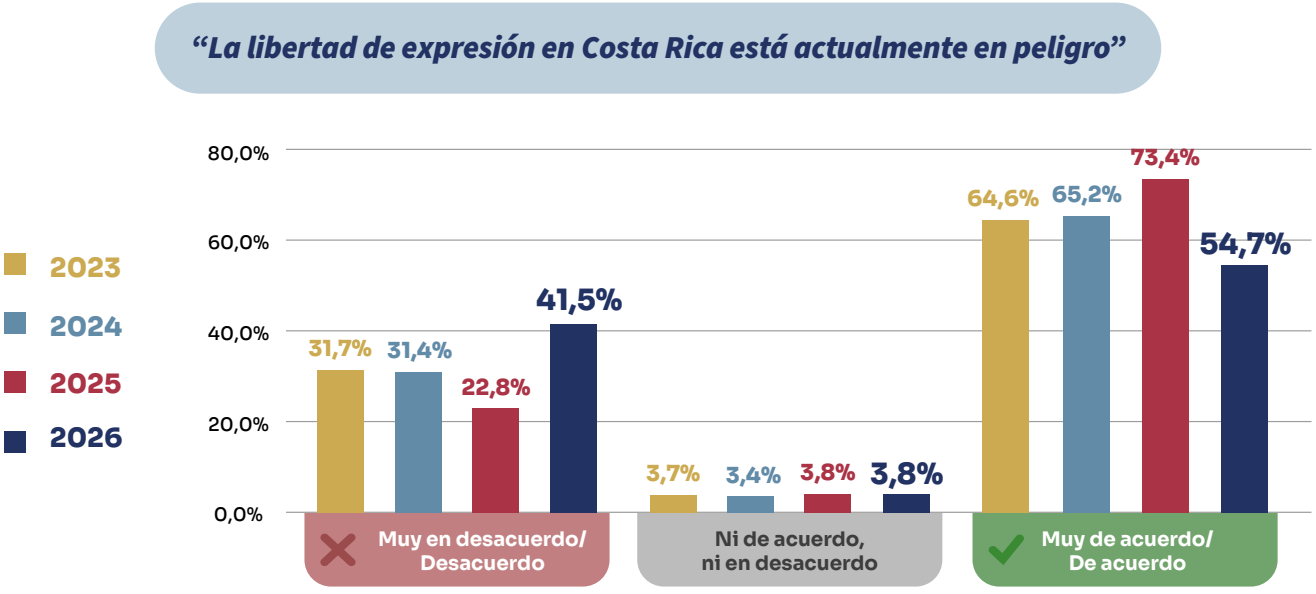
Condiciones para ejercer la libertad de expresión y de prensa

Este año, por primera vez desde que se realiza el estudio, se observa una mejora en la percepción ciudadana sobre las condiciones para ejercer la libertad de expresión. Si bien más de la mitad de las personas consultadas considera que existen amenazas para el ejercicio de este derecho en el país, la proporción de quienes están en desacuerdo con esa afirmación aumentó considerablemente. Asimismo, para este 2026 disminuyen las percepciones de censura y autocensura.

El detalle de los resultados muestra que el porcentaje de personas que se declaran "en desacuerdo" o "muy en desacuerdo" con la afirmación de que la libertad de expresión en Costa Rica está en peligro pasó de 22,8% en 2025 a 41,5% en 2026. Es el nivel de desacuerdo más alto registrado desde que se realiza la consulta y marca un cambio respecto a los tres años anteriores, en los que esta proporción se mantuvo entre 22% y 32% (Figura 1).

En sentido inverso, la proporción de quienes están "de acuerdo" o "muy de acuerdo" con esa afirmación descendió de 73,4% a 54,7% en el mismo periodo. Pese a esta disminución, más de la mitad de las personas consultadas continúa percibiendo amenazas para el ejercicio de este derecho.

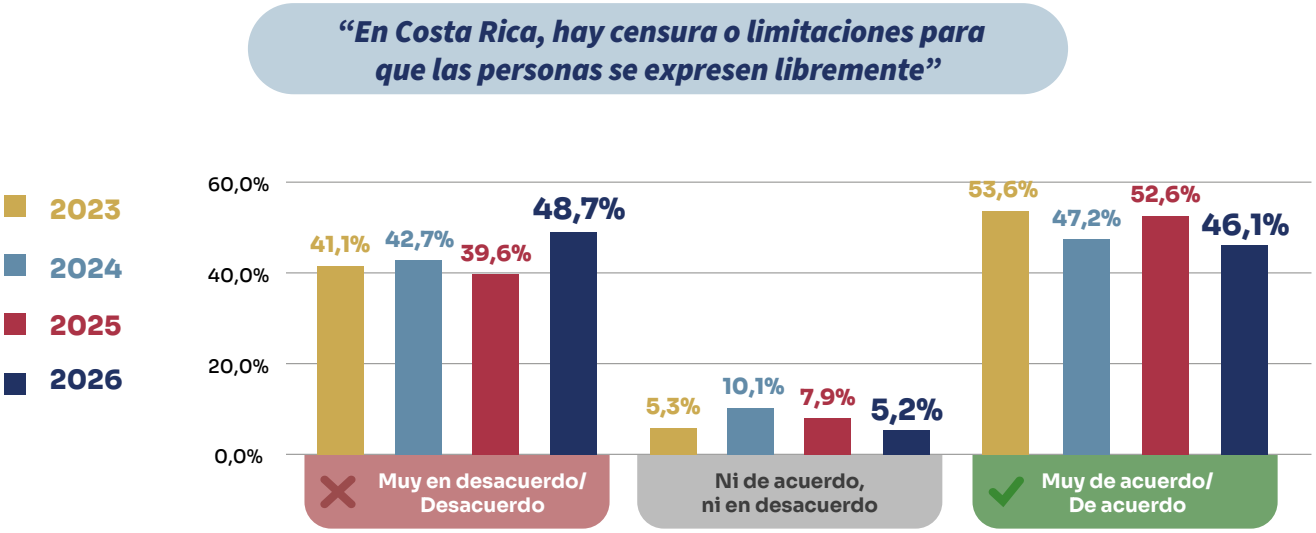
FIGURA 1. **Nivel de acuerdo con la afirmación** | 2023-2026



El análisis por género muestra diferencias estadísticamente significativas, y evidencia que las mujeres tienen una percepción mayor de que este derecho se encuentra en peligro que los hombres. El 61,6% de las mujeres está "de acuerdo" o "muy de acuerdo" con la afirmación, frente al 48,0% de los hombres. En contraste, el 49,4% de los hombres está "en desacuerdo" o "muy en desacuerdo" con esa frase, mientras que entre las mujeres esta proporción es de 33,3%, una diferencia de 16 puntos porcentuales. Por grupos de edad, provincia de residencia y nivel educativo, en cambio, no se observan diferencias estadísticamente significativas.

La percepción de censura disminuyó con respecto a 2025. La proporción de personas que está "en desacuerdo" o "muy en desacuerdo" con la afirmación de que en Costa Rica existe censura o limitaciones para expresarse libremente pasó de 39,6% en 2025 a 48,7% en 2026, un aumento de 9,1 puntos porcentuales. En contraste, quienes están "de acuerdo" o "muy de acuerdo" pasaron de 52,6% a 46,1%. Aunque la diferencia entre ambas posturas en 2026 se encuentra dentro del margen de error, es la primera vez en los cuatro años del estudio que el desacuerdo con esta afirmación alcanza un nivel similar al del acuerdo (Figura 2).

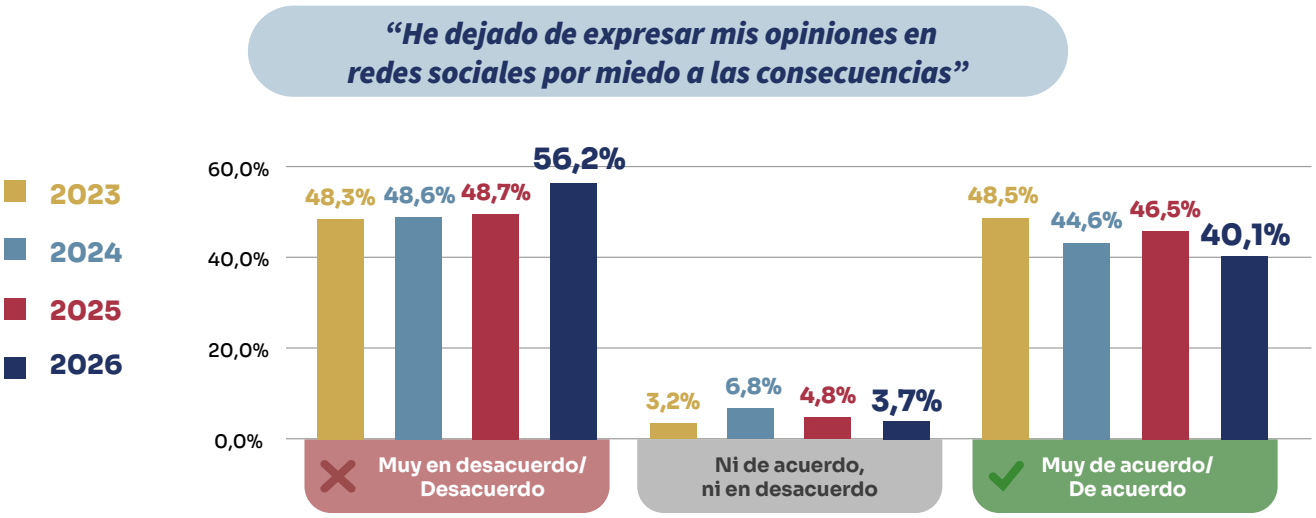
FIGURA 2. **Nivel de acuerdo con la afirmación** | 2023-2026



La edad es la única variable sociodemográfica que marca diferencias relevantes en esta pregunta. Las personas de 18 a 34 años son las que, en mayor proporción, perciben que existe censura o limitaciones para expresarse libremente.

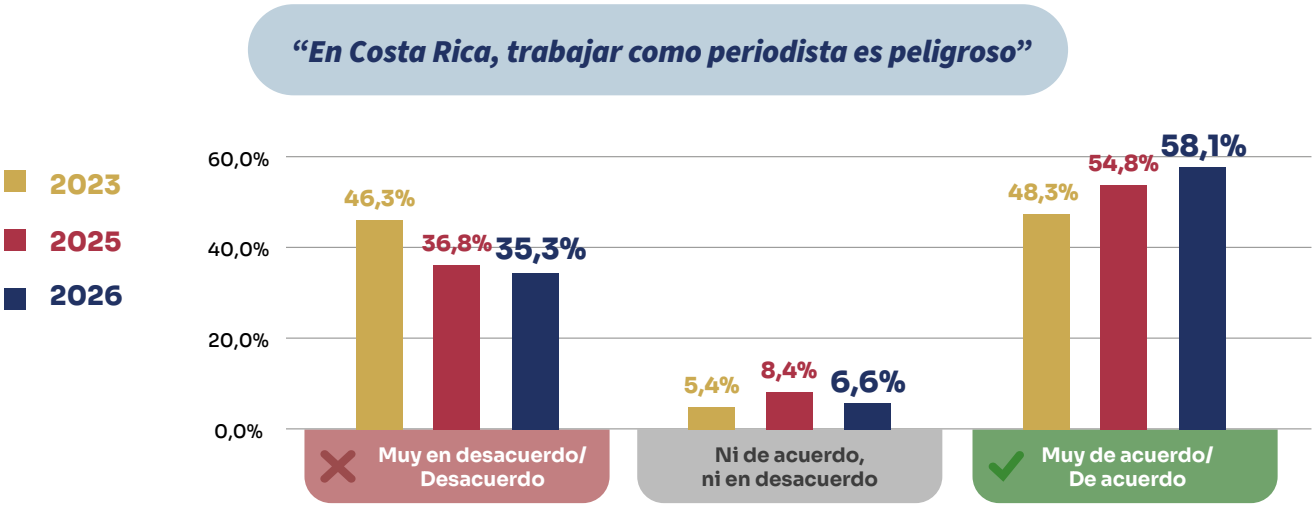
La percepción de autocensura también disminuyó de forma significativa. El 40,1% de las personas consultadas está "de acuerdo" o "muy de acuerdo" con la afirmación de que ha dejado de expresar sus opiniones en redes sociales por miedo a las consecuencias. Son 6,4 puntos porcentuales menos que en 2025 y el nivel más bajo registrado desde que se realiza el estudio. En sentido inverso, el desacuerdo con esta afirmación, que se había mantenido estable en torno al 48% entre 2023 y 2025, aumentó a 56,2% en 2026 (Figura 3).

FIGURA 3. **Nivel de acuerdo con la afirmación** | 2023-2026



Esta mejora en la percepción sobre las condiciones para ejercer la libertad de expresión no se observa cuando se consulta específicamente por el ejercicio del periodismo. La proporción de personas que está "de acuerdo" o "muy de acuerdo" con que ejercer el periodismo en Costa Rica es peligroso ha aumentado en cada medición, y pasó de 48,3% en 2023 a 54,8% en 2025 y a 58,1% en 2026, el nivel más alto registrado. En sentido inverso, el desacuerdo con esta afirmación descendió de 46,3 % a 35,3 % en el mismo período (Figura 4).

FIGURA 4. **Nivel de acuerdo con la afirmación** | 2023-2026

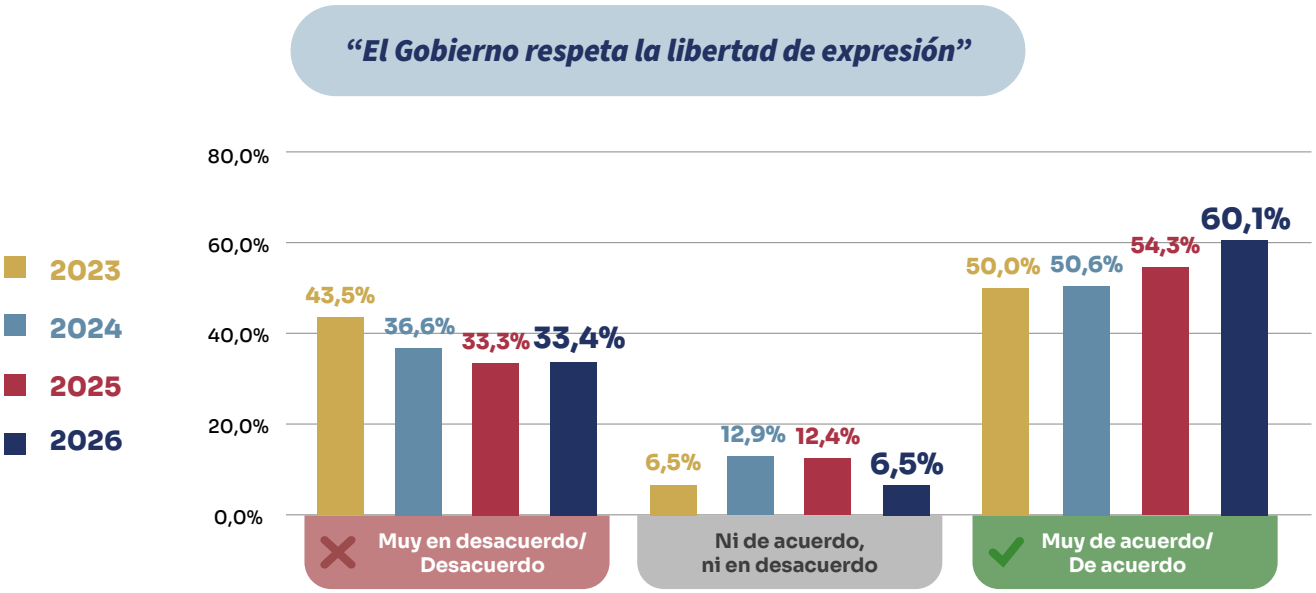


Nota: La pregunta no se aplicó en 2024.

Percepciones sobre el gobierno y la libertad de expresión

Por cuarto año consecutivo, el estudio indaga sobre la percepción de las personas acerca del respeto a la libertad de expresión por parte del Gobierno. En 2026 se mantiene la tendencia de aumento progresivo en la proporción de personas que consideran que el Gobierno respeta la libertad de expresión. El porcentaje que está "de acuerdo" o "muy de acuerdo" pasó de 54,3% en 2025 a 60,1% en 2026, un aumento de 5,8 puntos porcentuales y el nivel más alto desde que se realiza la consulta. Este crecimiento se corresponde con una disminución similar en la proporción de respuestas neutrales, que pasaron de 12,4% a 6,5%. Por su parte, el desacuerdo, que descendió de 43,5% en 2023 a 33,3% en 2025, se mantiene estable en 2026 (Figura 5).

FIGURA 5. **Nivel de acuerdo con la afirmación** | 2023-2026



Cabe señalar que esta es la primera medición realizada tras el inicio de la administración de la presidenta Laura Fernández. Si bien la mandataria ha emitido críticas públicas hacia medios de comunicación específicos, su estilo de comunicación difiere del registrado durante la administración de Rodrigo Chaves, caracterizada por descalificaciones frecuentes y directas hacia periodistas y medios desde espacios oficiales, como las conferencias de prensa semanales.

Otro de los temas consultados este año es la pauta publicitaria estatal. En 2025, el 74,8% de las personas se mostró en desacuerdo con que esta pauta se utilice para premiar o castigar a los medios de comunicación según su línea editorial[1]. Este año se planteó una pregunta distinta, centrada en la asignación de publicidad a medios afines, y los resultados mantienen una tendencia similar. En este caso, el 60,2 % de las personas consultadas está "en desacuerdo" o "muy en desacuerdo" con la afirmación de que el Gobierno tiene derecho a pagar publicidad a los medios favorables a sus posiciones políticas (Figura 6). Es decir, aunque la pregunta cambió, la mayoría de la ciudadanía, en concreto seis de cada diez personas, continúa rechazando que la publicidad estatal se asigne con criterios políticos.

1 Ver: Giselle Boza Solano, Óscar Mario Jiménez Alvarado, Johanna Rodríguez López y Surayabi Ramírez Varas. 2025. 3° Encuesta sobre libertad de expresión y confianza en medios de comunicación de Costa Rica: Informe de resultados 2025. San José, Costa Rica: Universidad de Costa Rica, PROLEDI. https://proledi.ucr.ac.cr/wp-content/uploads/2026/05/3er-Encuesta-sobre-libertad-de-expresion-proledi-ucr.pdf

FIGURA 6. **Nivel de acuerdo con la afirmación**

"El Gobierno tiene derecho a pagar publicidad a medios de comunicación favorables a sus posiciones políticas"

60,2%	4,6%	35,2%
Muy en desacuerdo/ Desacuerdo	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	Muy de acuerdo/ De acuerdo

Acceso a la información pública

El acceso a la información pública es un derecho fundamental que permite a la ciudadanía conocer y fiscalizar la gestión del Estado, participar de forma informada en los asuntos públicos y exigir rendición de cuentas a las autoridades. En Costa Rica, este derecho tiene sustento en el artículo 30 de la Constitución Política, que garantiza el libre acceso a los departamentos administrativos con propósitos de información sobre asuntos de interés público. Más allá de su reconocimiento formal, su ejercicio efectivo depende de que las instituciones respondan de manera oportuna y completa a las solicitudes de las personas. Por ello, por segundo año consecutivo, la encuesta indaga sobre la experiencia de la ciudadanía al solicitar información o documentos públicos.

El 15,2 % de las personas consultadas afirma haber solicitado información o documentos públicos a alguna institución durante los últimos 12 meses (Figura 7). Se trata de una práctica minoritaria, ya que más de ocho de cada diez personas no han ejercido directamente este derecho en el último año.

FIGURA 7. **Personas que solicitaron información o documentos públicos a alguna institución en los últimos 12 meses, 2026**



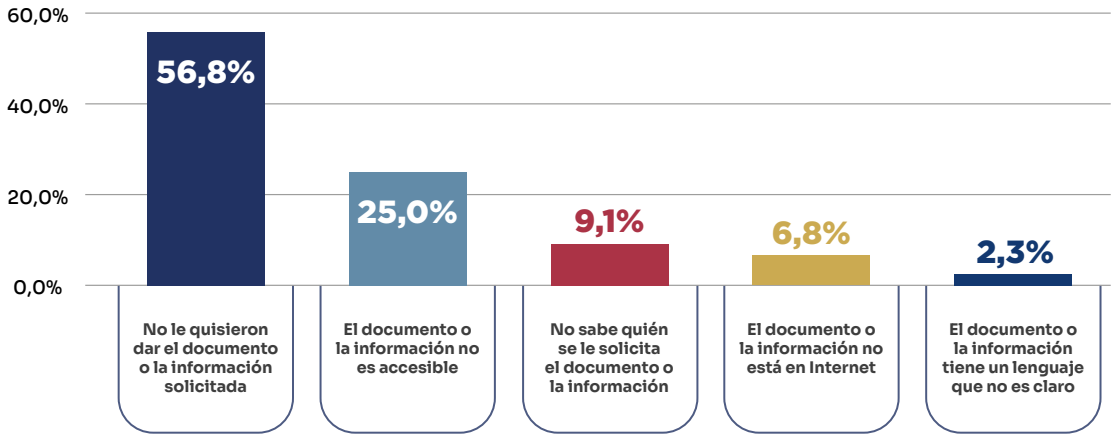
Entre quienes realizaron una solicitud, el 34,2 % indica haber tenido problemas para obtener la información (Figura 8). Es decir, una de cada tres personas que intentaron ejercer este derecho enfrentó algún obstáculo en el proceso.

FIGURA 8. **Personas que tuvieron problemas al solicitar información pública, entre quienes realizaron una solicitud, 2026 (n = 149)**



Entre las personas que tuvieron dificultades, el problema más frecuente fue que la institución se negó a entregar el documento o la información solicitada, situación que reporta el 56,8 % (Figura 9). En segundo lugar, una de cada cuatro personas, el 25%, señala que el documento o la información no era accesible. En conjunto, ambas situaciones concentran más de ocho de cada diez problemas reportados, lo que indica que los principales obstáculos no se relacionan con la falta de conocimiento de las personas, sino con la respuesta de las propias instituciones. En menor medida, el 9,1% menciona no saber a quién dirigir la solicitud, el 6,8% que la información no estaba disponible en internet y el 2,3 % que estaba redactada en un lenguaje poco claro. Estos resultados, sin embargo, deben interpretarse con cautela, ya que corresponden a un número reducido de casos.

FIGURA 9. **Principal problema enfrentado al solicitar información pública, entre quienes tuvieron problemas con su solicitud, 2026**

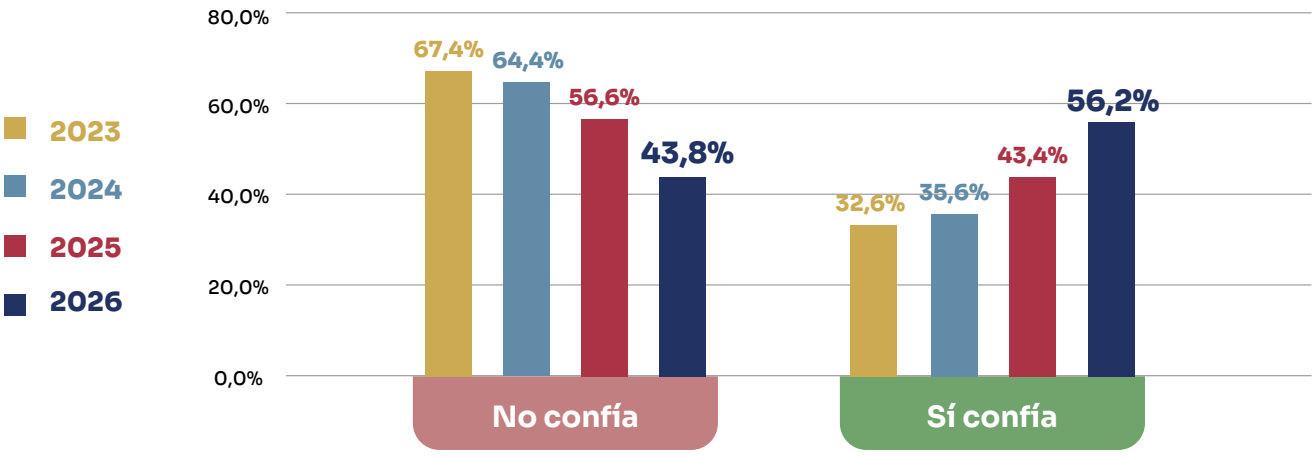


04. Confianza en medios y actores sociales

Confianza general en medios y periodistas

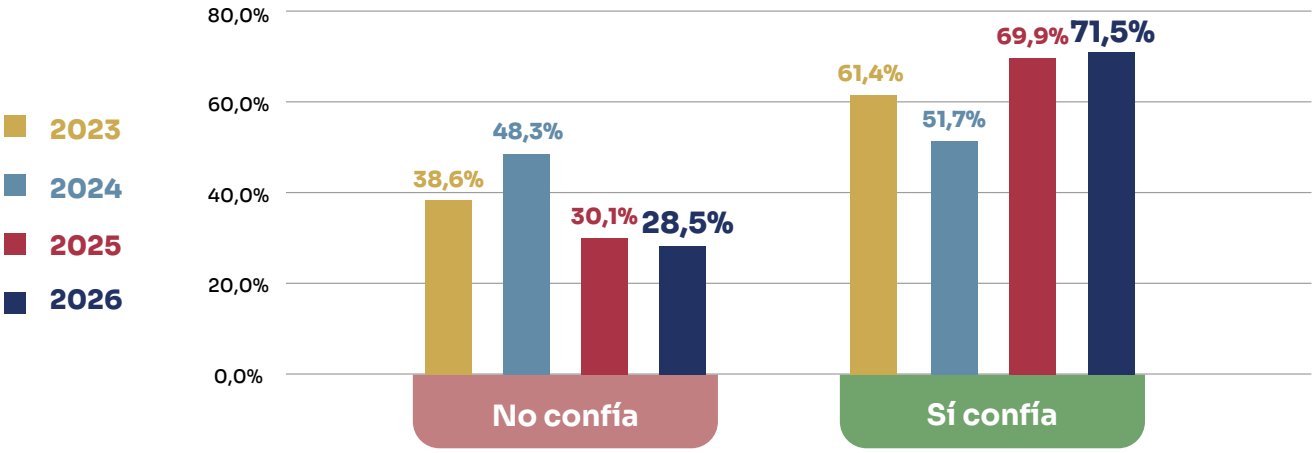
Por primera vez desde que se realiza el estudio, la mayoría de las personas consultadas afirma confiar, en general, en el trabajo que realizan los medios de comunicación. El 56,2% respondió este año afirmativamente a esta consulta, frente al 43,4% registrado en 2025, lo que representa un aumento de 12,8 puntos porcentuales, y el tercer año consecutivo de crecimiento de este indicador. En 2023, primera edición de la encuesta, el 67,4% de las personas afirmaba no confiar en el trabajo de los medios y solo el 32,6% indicaba que sí lo hacía (Figura 10).

FIGURA 10. **Confianza en el trabajo de los medios de comunicación, 2023-2026**



En el caso de la confianza en las personas que ejercen el periodismo, también se registra un aumento, aunque dentro del margen de error. En 2025, el 69,9 % de las personas consultadas señaló confiar en los periodistas, frente al 71,5 % en 2026 (Figura 11).

FIGURA 11. **Confianza en el trabajo de quienes ejercen el periodismo, 2023-2026**



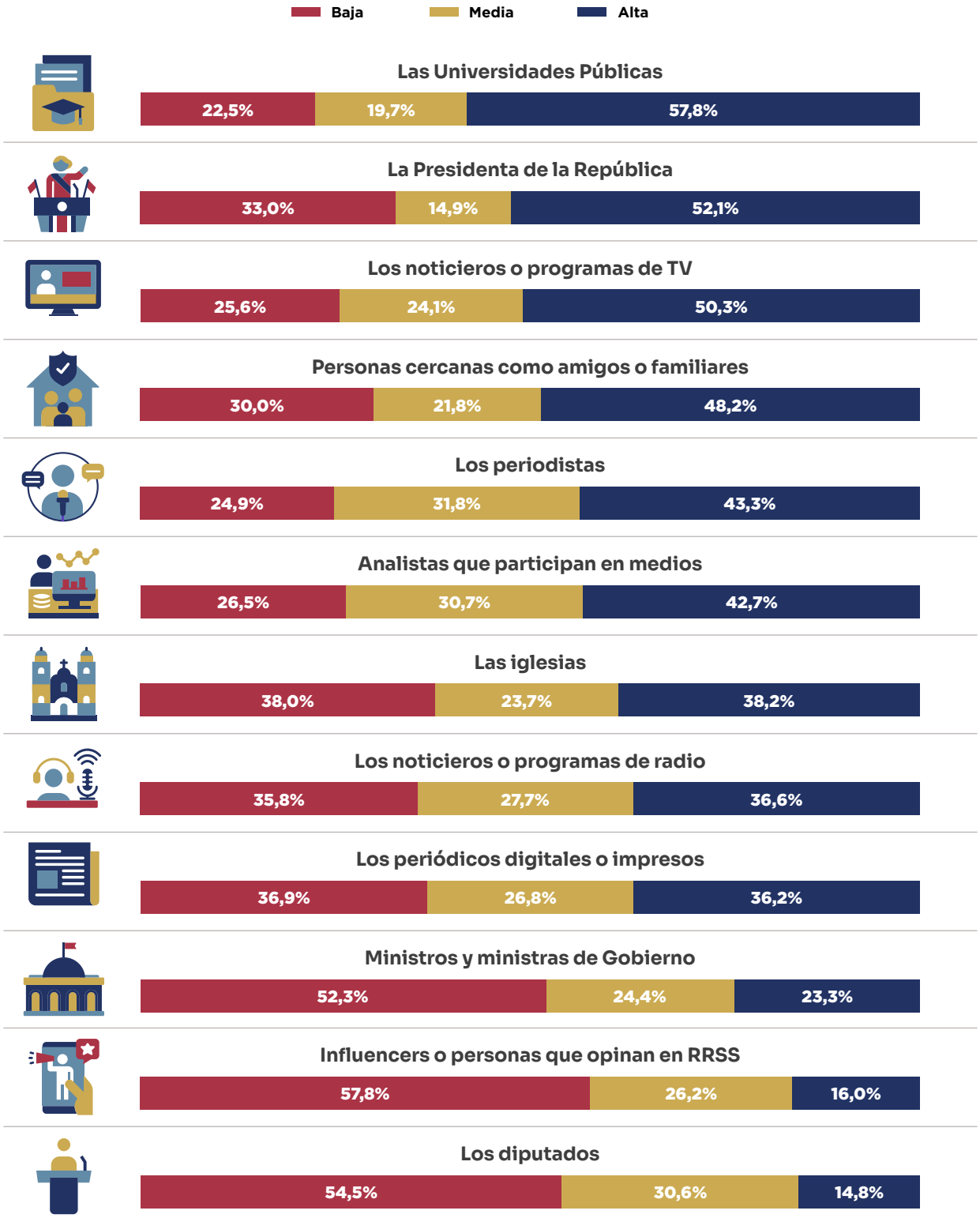
La lectura de la serie completa de ambas preguntas permite hacer tres observaciones. En primer lugar, durante los cuatro años del estudio la confianza en las personas que ejercen el periodismo ha sido consistentemente mayor que la confianza en los medios de comunicación. En segundo lugar, en 2026 se registra la menor distancia entre ambos indicadores, con 15,3 puntos porcentuales. En tercer lugar, es la primera vez que la mayoría de las personas consultadas manifiestan confianza tanto en los periodistas como en los medios. Se trata de un resultado relevante, en tanto la confianza ciudadana en el periodismo y los medios constituye un elemento asociado a la calidad del debate público en democracia.

Confianza en actores cuando informan de temas nacionales

Cada año, el estudio consulta sobre el nivel de confianza en distintos actores cuando informan sobre temas nacionales. Para este análisis, las respuestas “alto” y “muy alto” se agrupan como confianza alta, y las respuestas “bajo” y “muy bajo”, como confianza baja.

Este año, nuevamente son las universidades públicas el actor social que genera mayor confianza cuando informan sobre temas nacionales. El 57,8% de las personas consultadas manifestó un nivel de confianza “alto” o muy “alto”. Le siguen la presidenta de la República con un 52,1% y los noticieros de televisión con un 50,3%. Estos tres actores son los únicos que superan el 50% (Figura 12)

FIGURA 12. **Nivel de confianza en distintos actores cuando informan sobre temas nacionales, 2026**



En el extremo opuesto, las diputaciones, los influencers o personas que opinan en redes sociales y los ministros y ministras son los actores con menor confianza. En los tres casos, más de la mitad de las personas consultadas manifiestan un nivel de confianza “bajo” o “muy bajo”. Estos actores se han ubicado entre los de menor confianza desde la primera edición del estudio, aunque su orden ha variado entre mediciones.

Entre los medios de comunicación, los noticieros de televisión superan en alrededor de 14 puntos porcentuales a los programas de radio, que registran un 36,6% de confianza alta, y a los periódicos, con un 36,2%. Por su parte, los periodistas, con un 43,3%, y los analistas que participan en medios, con un 42,7%, presentan niveles intermedios de confianza alta, pero se encuentran entre los actores con menor desconfianza.

En comparación con 2025, la confianza aumenta en la mayoría de los actores evaluados. Los mayores incrementos se registran en la figura de la Presidencia de la República y las personas que ejercen el periodismo. En el primer caso la confianza alta pasa de 41,1% a 52,1%, un aumento de 11 puntos porcentuales, mientras que en el segundo el aumento es del 32,7% al 43,3%. En el mismo sentido, aumenta la confianza en las diputaciones, que la duplican al pasar de 7,2% a 14,8%, aunque continúan siendo el actor con menor confianza, y en los ministros y ministras, que pasan de 16,2% a 23,3%. Se registran, además, aumentos de menor magnitud en los noticieros de televisión, los analistas que participan en medios y los influencers.

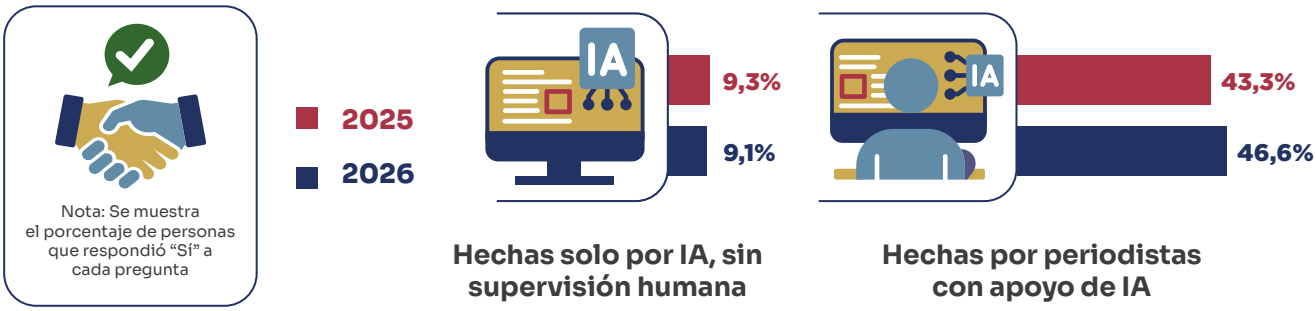
Las universidades públicas son el único actor que registra una disminución significativa, al pasar de 64,4% a 57,8%, aunque se mantienen como el actor con mayor nivel de confianza. Por su parte, la radio, la prensa, las iglesias y las personas cercanas no presentan variaciones relevantes con respecto al año anterior.

Inteligencia artificial y confianza en las noticias

Por segundo año consecutivo, y en un contexto de rápida asimilación de la inteligencia artificial en la producción y circulación de contenidos informativos, la encuesta consulta sobre la confianza que generan las noticias según el grado de participación de esta tecnología en su elaboración. En particular, se compara la confianza en las noticias producidas únicamente por inteligencia artificial, sin supervisión humana, con la confianza en aquellas elaboradas por un periodista que la utiliza como herramienta de apoyo.

Los resultados muestran que la presencia de un periodista sigue siendo determinante para la confianza. Solo el 9,1% de las personas consultadas afirma que las noticias hechas únicamente por inteligencia artificial, sin supervisión humana, le generan confianza, una proporción prácticamente igual a la de 2025, cuando fue de 9,3%. En cambio, el 46,6% confía en las noticias elaboradas por un periodista que utiliza la inteligencia artificial como apoyo, un nivel similar al del año anterior ya que la diferencia se encuentra dentro del margen de error (Figura 13).

FIGURA 13. **Confianza en noticias elaboradas con inteligencia artificial, 2025-2026**

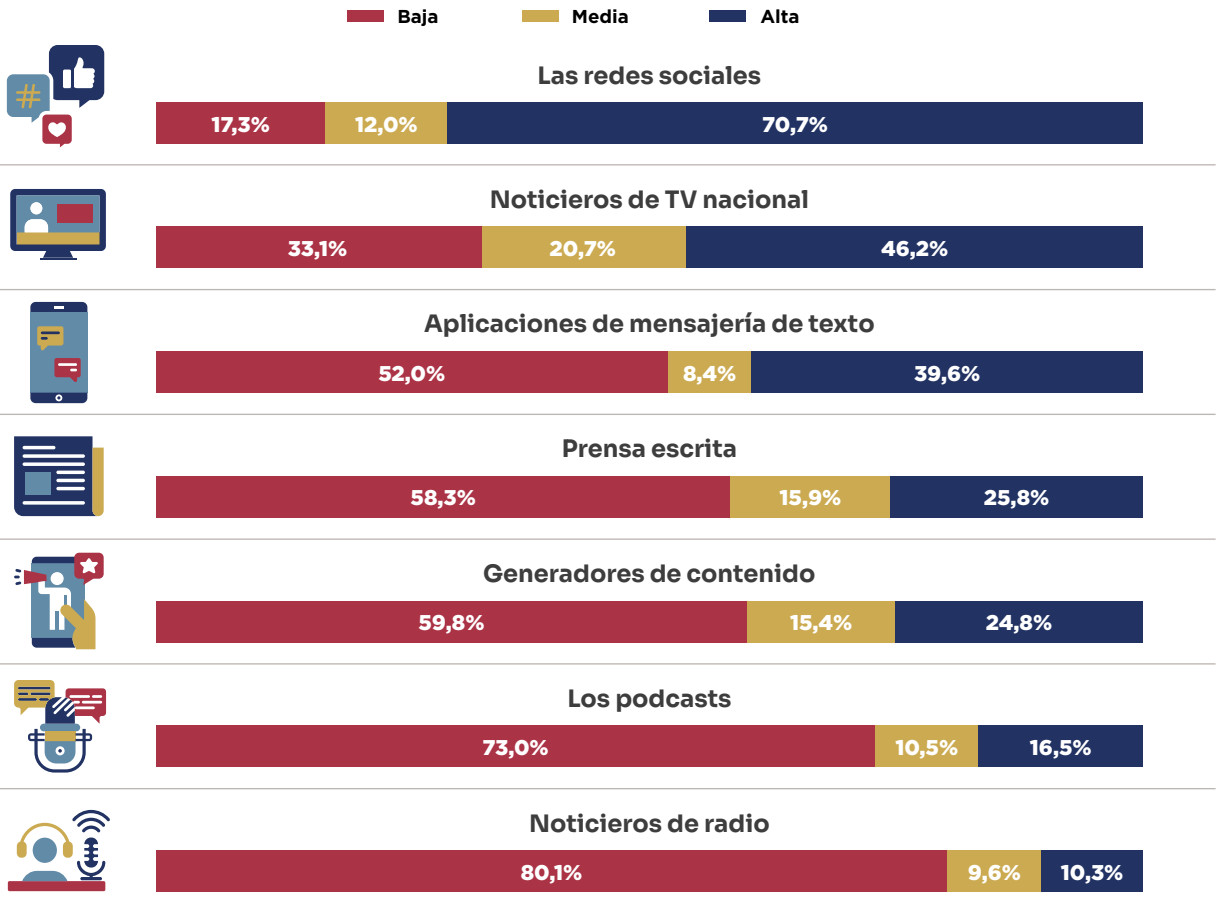


05. Consumo de noticias en Costa Rica

Por cuarto año, la encuesta incluye preguntas para conocer los medios que las personas utilizan para informarse sobre lo que sucede en Costa Rica. En concreto, se consulta con qué frecuencia utilizan cada uno de estos medios con ese fin. Para este análisis, las respuestas "siempre" y "regularmente" se agrupan como frecuencia de consumo alta; las respuestas "en raras ocasiones" y "nunca", como frecuencia baja, y la respuesta "algunas veces" se clasifica como frecuencia media.

Por segundo año, las redes sociales son el medio más utilizado para informarse sobre lo que sucede en el país. El 70,7% de las personas consultadas afirmó utilizarlas "regularmente" o "siempre" con este fin. Luego, se ubican los noticieros televisivos, con un 46,2% (Figura 14).

FIGURA 14. **Frecuencia de uso de los medios para informarse sobre la situación nacional, 2026**

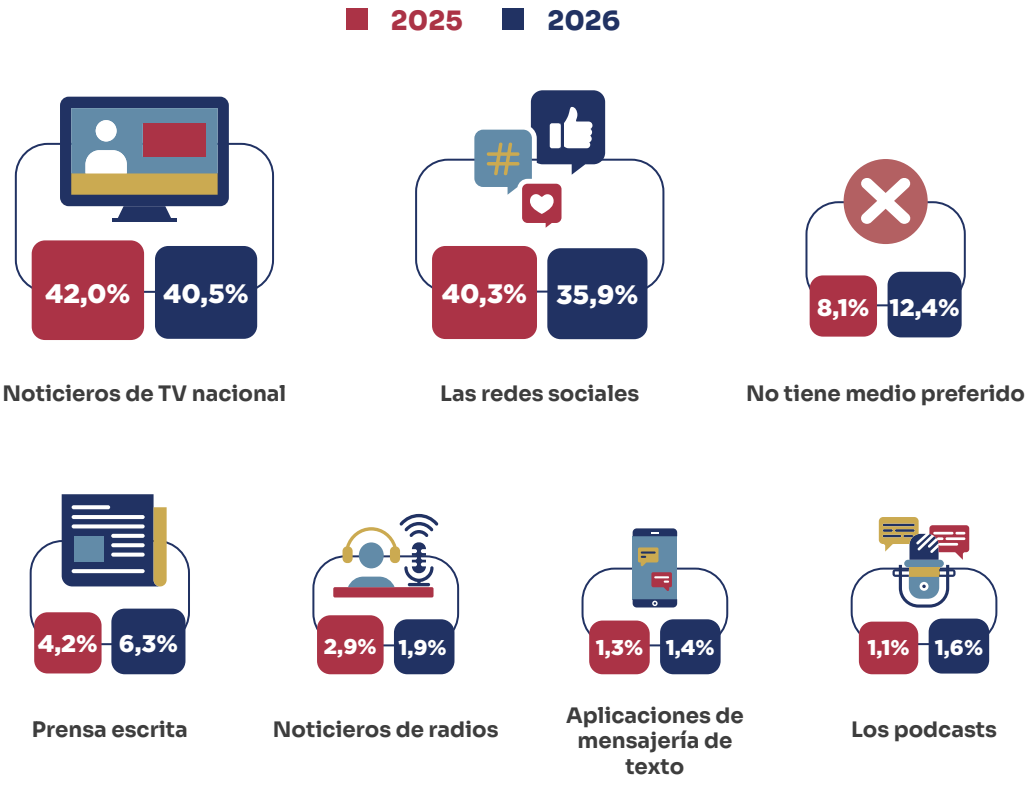


Los datos de estos dos medios permiten hacer dos señalamientos. En primer lugar, es la primera vez desde que se realiza el estudio que la proporción de personas que utiliza con alta frecuencia los noticieros de televisión se ubica por debajo del 50%, luego de mantenerse estable entre 2023 y 2025, con valores de entre el 52% y el 53%. En segundo lugar, la distancia entre las redes sociales y los noticieros de televisión se amplía con respecto a 2025, ya que el año pasado era de 19 puntos porcentuales y en 2026 alcanza los 24,5 puntos.

En el otro extremo, los noticieros de radio son el medio con menor frecuencia de uso. El 80% de las personas consultadas indica utilizarlos “en raras ocasiones” o “nunca” para informarse. Es la primera vez desde que se realiza el estudio que la radio se ubica en el último lugar, posición que en mediciones anteriores ocupaban los podcasts. En el caso de estos últimos, desde 2023 la frecuencia de uso alta ha aumentado 4 puntos porcentuales y la frecuencia baja ha disminuido 7 puntos porcentuales.

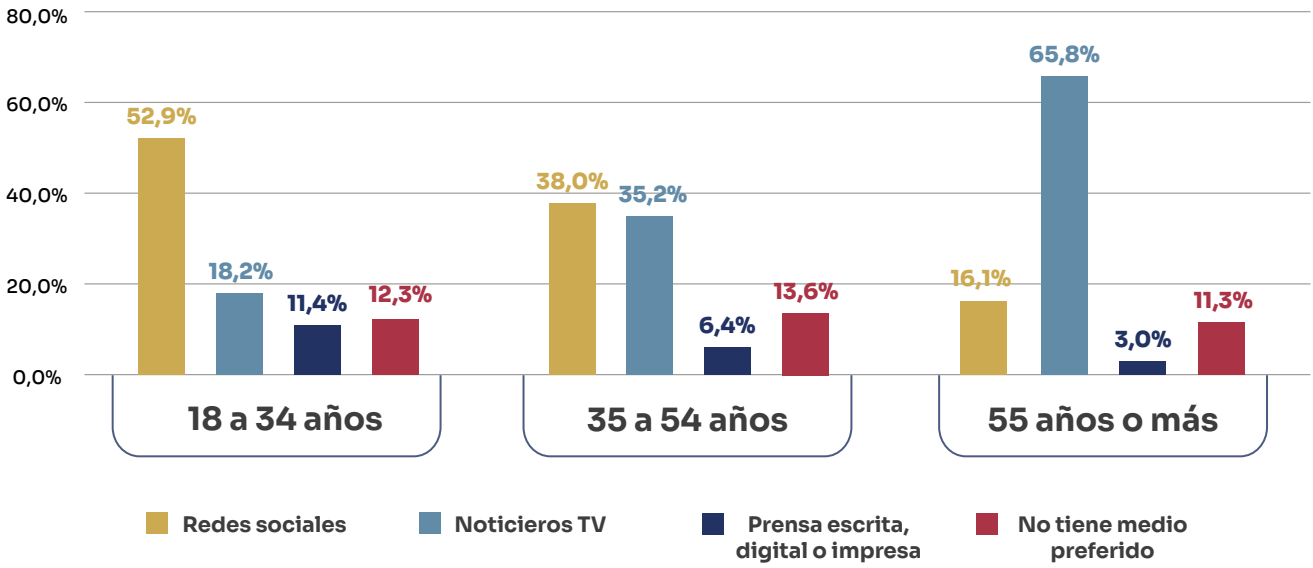
Ahora bien, pese a que la frecuencia de uso es mayor en las redes sociales, los noticieros de televisión continúan siendo el medio preferido para informarse sobre lo que sucede en el país. El 40,5% de las personas consultadas los señala como su principal medio, frente al 35,9 % que menciona las redes sociales (Figura 15). En ambos casos se registra una disminución con respecto a 2025, cuando estos porcentajes fueron de 42% y 40,3%, respectivamente. Asimismo, aumenta la proporción de personas que indica no tener un medio preferido para informarse, que pasa de 8,1% en 2025 a 12,4% en 2026.

FIGURA 15. **Medio preferido para informarse sobre lo que sucede en el país, 2025-2026**



El medio preferido para informarse varía de forma marcada según la edad (Figura 16). Entre las personas de 18 a 34 años, el 52,9% prefiere las redes sociales y solo el 18,2% los noticieros de televisión, mientras que entre las personas de 55 años o más la relación se invierte, y el 65,8% prefiere la televisión y el 16,1% las redes sociales. En el grupo de 35 a 54 años, ambos medios presentan niveles similares de preferencia, con un 38% para las redes sociales y un 35,2% para la televisión. De esta forma, el primer lugar que ocupan los noticieros de televisión en el total responde principalmente a la preferencia de las personas de mayor edad.

FIGURA 16. **Medio preferido para informarse sobre lo que sucede en el país, según grupo de edad, 2026**



Nota: Se muestran las cuatro respuestas más frecuentes. Las demás opciones suman menos del 7 % en cada grupo de edad.

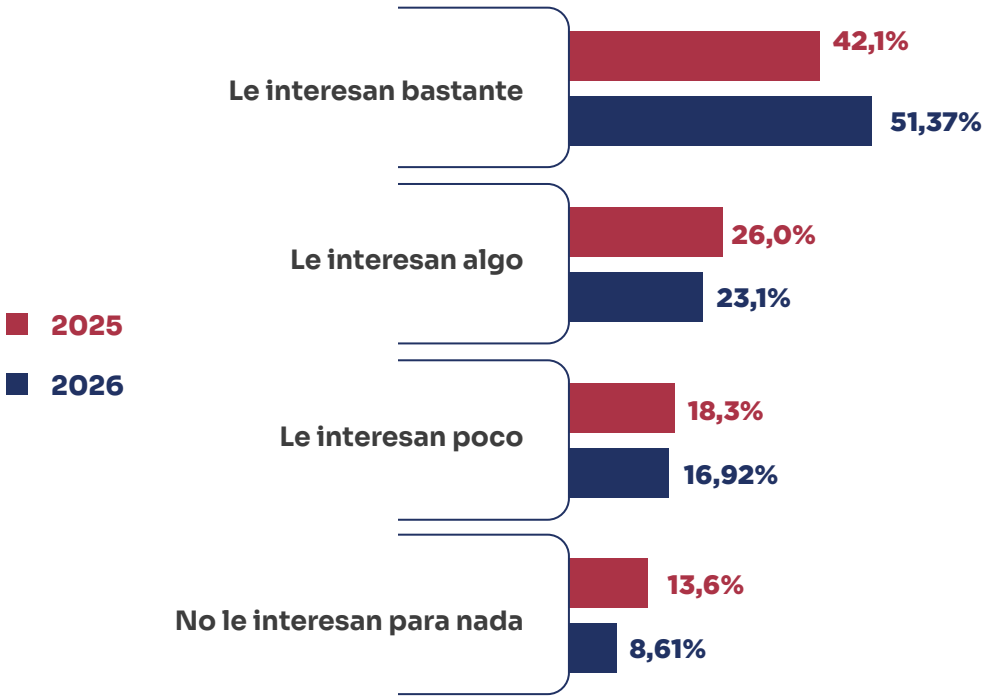
06. Interés y evasión en las noticias

Desde su primera edición, la encuesta incluye un módulo dedicado al interés en las noticias y a su evasión, dos dimensiones que han adquirido relevancia en el estudio del consumo informativo. La decisión de buscar activamente información o, por el contrario, de alejarse de ella no responde únicamente a preferencias individuales, sino que también refleja la relación que la ciudadanía establece con los asuntos públicos, con los medios de comunicación y con el periodismo.

Interés en las noticias

El interés en las noticias aumentó con respecto a la medición anterior (Figura 17). El 74,5 % de las personas consultadas afirma que las noticias le interesan “bastante” o “algo”, frente al 68,1 % registrado en 2025, lo que representa un aumento de 6,4 puntos porcentuales. Por su parte, el 25,5% indica este año que las noticias le interesan “poco” o “nada”.

FIGURA 17. **Interés de las personas en las noticias, 2025-2026**

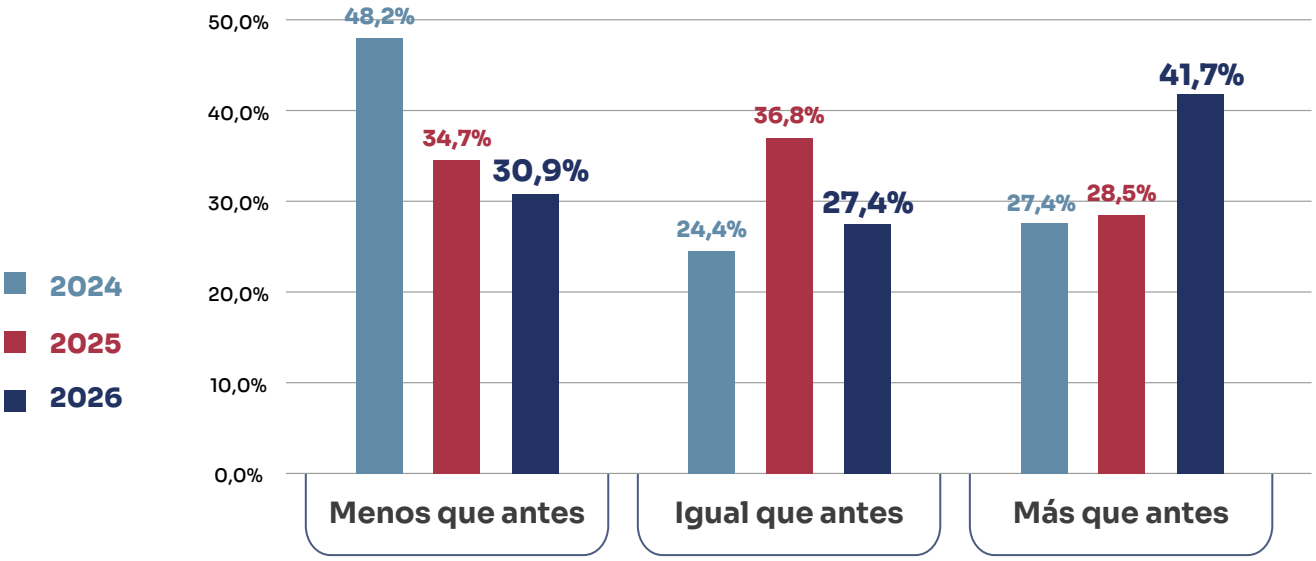


Evasión de noticias

La encuesta también da seguimiento a la evasión de noticias, un indicador que ayuda a comprender cómo se relaciona la ciudadanía con la información y con los medios de comunicación. Tal como se ha señalado en informes anteriores, conocer si las personas consumen más o menos noticias que antes, o si han optado por evitarlas de forma deliberada, permite detectar posibles señales de desafección o de fatiga informativa, fenómenos que pueden incidir en la calidad del debate público y en la participación democrática.

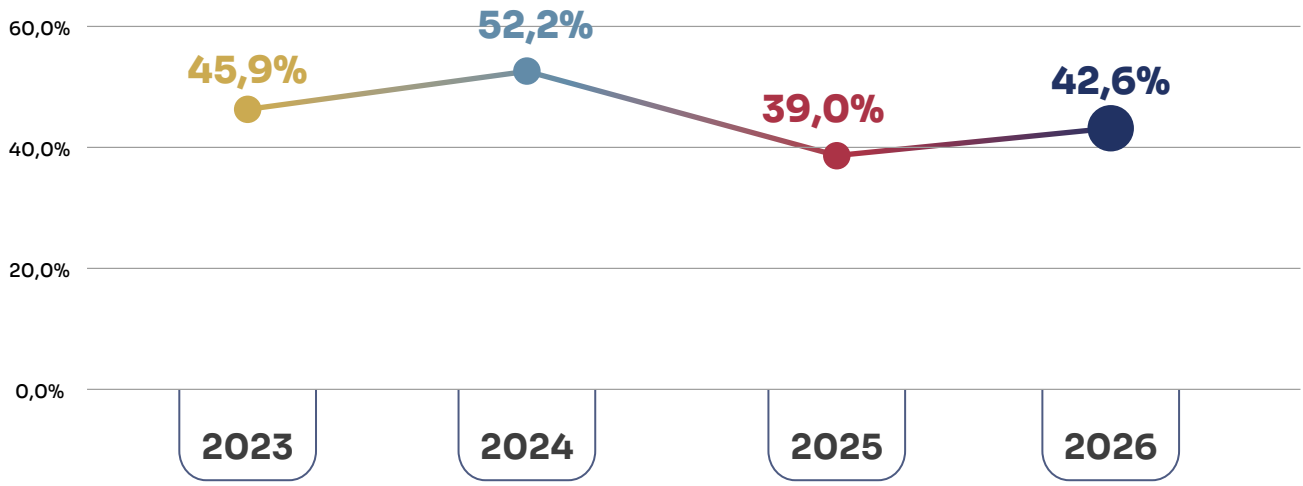
El consumo de noticias mantiene en 2026 la recuperación iniciada el año anterior (Figura 18). Luego de la marcada disminución registrada entre 2024 y 2025 en la proporción de personas que afirman consumir menos noticias que antes, este año esa cifra vuelve a bajar 4 puntos porcentuales. El cambio más notable, sin embargo, se observa en el grupo que asegura consumir más noticias que antes, que alcanza el 41,7%, un aumento de 13,2 puntos porcentuales con respecto a 2025.

FIGURA 18. **Cambio en el consumo de noticias con respecto al año anterior, 2024-2026**



En cuanto a la evasión de noticias, el 42,6% de las personas consultadas afirma haber evitado de manera consciente leer o ver noticias recientemente (Figura 19). Esta proporción se mantiene en niveles similares a los de 2025, cuando fue de 39%, ya que la diferencia entre ambas mediciones se encuentra dentro del margen de error. De esta forma, la evasión se sostiene por debajo de los niveles registrados en 2023 (45,9 %) y, especialmente, en 2024, cuando alcanzó su punto más alto (52,2 %).

FIGURA 19. **Población que ha evitado ver o leer noticias recientemente, 2023 - 2026**



Entre las personas que afirman haber evitado las noticias, las razones se distribuyen sin que ninguna concentre una mayoría. La más mencionada es que las noticias son sensacionalistas o amarillistas, con un 21,1%, seguida por el impacto emocional que generan y su carácter violento, con un 18,9% cada una. En conjunto, cerca del 60% de las razones se relaciona con el tono o el efecto emocional de los contenidos, mientras que las vinculadas con su credibilidad, es decir, que las noticias no son equilibradas o que dicen mentiras suman el 19,2 %. Un 21,9 % menciona otras razones.

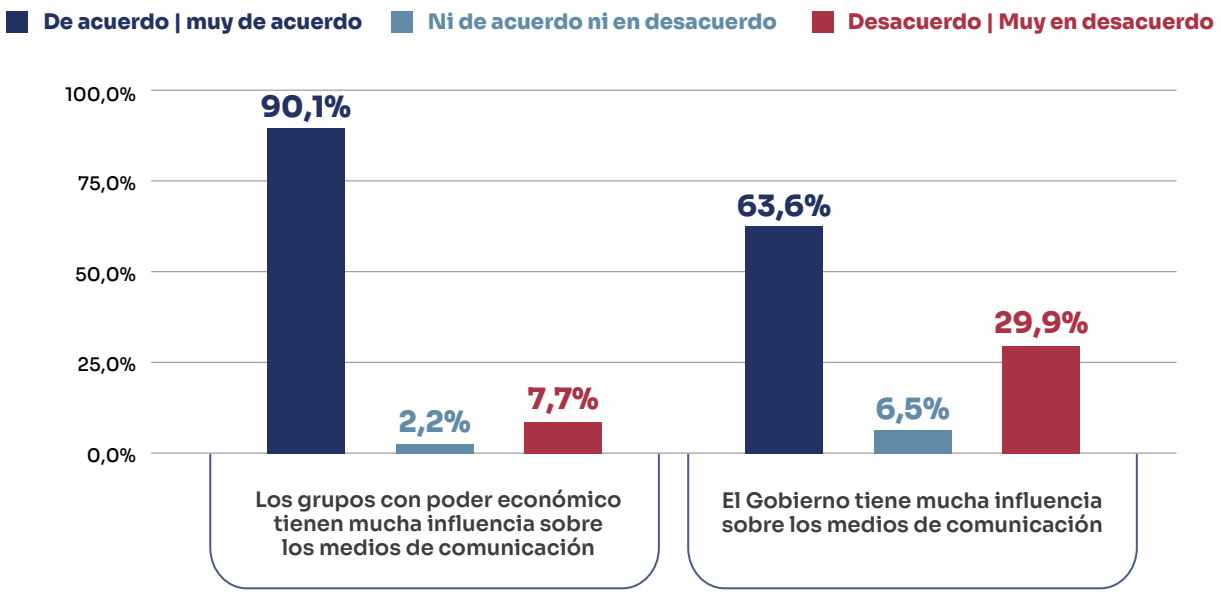
07. Relación entre los medios y el poder

Además de las preguntas que se repiten en cada edición, el estudio incorpora cada año módulos temáticos específicos. Este 2026, se realizaron varias consultas sobre la relación entre los medios de comunicación y el poder. Se trata de un elemento clave para comprender los ecosistemas mediáticos contemporáneos, ya que la capacidad de los medios para fiscalizar a las autoridades, denunciar irregularidades y ofrecer información de interés público depende, en buena medida, de su independencia frente a los distintos tipos de intereses políticos y económicos.

Uno de los aspectos consultados en este módulo es la influencia que distintos actores ejercen sobre los medios de comunicación (Figura 20). Los resultados muestran un amplio consenso en torno al peso de los intereses económicos, ya que el 90,1 % de las personas consultadas está “de acuerdo” o “muy de acuerdo” con que los grupos con poder económico tienen mucha influencia sobre los medios, y solo el 7,7% manifiesta desacuerdo.

La percepción sobre la influencia del Gobierno también es mayoritaria, aunque en menor medida. En este caso, el 63,6% considera que el Gobierno tiene mucha influencia sobre los medios, mientras que el 29,9% está en desacuerdo con esta afirmación. De esta forma, la ciudadanía percibe una influencia mayor de los grupos económicos que del Gobierno, con una diferencia de 26,5 puntos porcentuales entre ambos indicadores.

FIGURA 20. **Percepción sobre la influencia de los grupos económicos y del Gobierno en los medios de comunicación, 2026**



En los últimos años, la cercanía entre algunos medios de comunicación y el Gobierno ha sido objeto de discusión pública. Entre los elementos que han alimentado este debate se encuentran la participación de propietarios de medios en el proceso electoral, ya sea mediante cargos dentro del partido oficialista o mediante declaraciones públicas de cercanía con Rodrigo Chaves, líder político del movimiento que gobierna el país bajo la presidencia de Laura Fernández. A ello se suman los señalamientos sobre un posible uso político de la pauta publicitaria estatal para favorecer o perjudicar a determinados medios. En este contexto, la encuesta consultó este año si las personas consideran que en Costa Rica existen medios afines al Gobierno y medios críticos a este.

El 67% de las personas consultadas considera que en Costa Rica existen medios de comunicación afines al Gobierno, mientras que el 33% considera que no. Se trata de una percepción mayoritaria, aunque una de cada tres personas no identifica medios con esa característica. En el caso de los medios críticos, el reconocimiento es más amplio, ya que el 82% de las personas consultadas considera que existen medios de comunicación críticos al Gobierno, y solo el 18% responde negativamente. De esta forma, la presencia de medios críticos es percibida por una proporción 15 puntos porcentuales mayor que la de medios afines.

La edad marca diferencias en ambas preguntas. El 74,8% de las personas de 18 a 34 años considera que existen medios afines al Gobierno, frente al 61,6% de las personas de 55 años o más. Con los medios críticos ocurre lo contrario: los identifica el 71,7% de las personas jóvenes y el 87,3% de las mayores. Así, entre las personas jóvenes ambas percepciones son similares, mientras que entre las mayores se reconocen muchos más medios críticos que afines.

Al consultar sobre las funciones que deben cumplir los medios de comunicación, las personas otorgan una importancia casi unánime a aquellas vinculadas con la fiscalización y el interés público. El 98,5% considera “muy importante” o “importante” que los medios denuncien los abusos de los poderosos, el 98,2% que informen sobre los asuntos de interés público y el 97,4% que denuncien la corrupción. En un segundo nivel se ubica la función educativa: el 89,3% considera importante que los medios eduquen a las personas sobre sus deberes y derechos (Figura 21).

FIGURA 21. **Importancia atribuida a distintas funciones de los medios de comunicación, 2026**

Frase consultada	Muy importante | Importante	Poco importante | Nada importante
“Los medios tienen que denunciar los abusos de los poderosos”	98,5%	1,5%
“Los medios tienen que informar sobre los asuntos de interés público”	98,2%	1,8%
“Los medios tienen que denunciar la corrupción”	97,4%	2,6%
“Los medios tienen que educar a las personas sobre sus deberes y derechos”	89,3%	10,7%
“Los medios deben vigilar al Gobierno”	80,7%	19,3%
“Los medios tienen que difundir positivamente el trabajo del gobierno”	78,0%	22,0%
“Los medios tienen que apoyar al Gobierno”	55,5%	44,5%

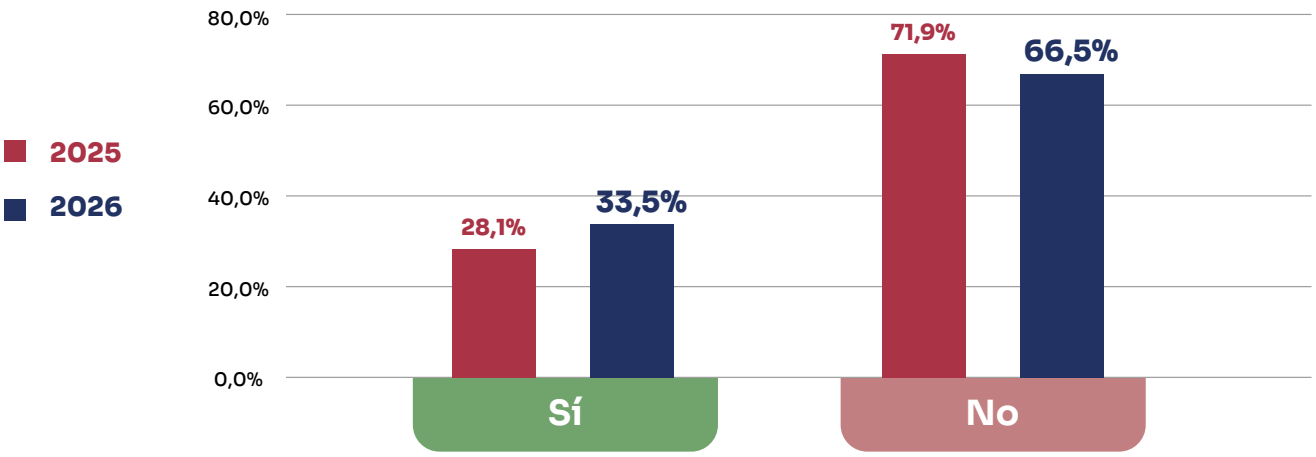
Las funciones relacionadas directamente con el Gobierno presentan niveles menores de respaldo. El 80,7% considera importante que los medios vigilen al Gobierno, una proporción similar a la de quienes consideran importante que difundan positivamente su trabajo, que alcanza el 78%. Por su parte, el 55,5% considera importante que los medios apoyen al Gobierno, la única función en la que las opiniones aparecen divididas, con un 44,5 % que la considera poco o nada importante.

08. Percepciones sobre desinformación

La circulación de contenidos falsos o manipulados se ha consolidado como uno de los principales desafíos del ecosistema informativo. Estos contenidos comparten espacios con la información verificada y suelen difundirse con mayor rapidez, lo que dificulta a las personas distinguir entre ambos y afecta la confianza en la información disponible. Este año, la encuesta incluye nuevamente un conjunto de preguntas para conocer cómo percibe la ciudadanía la desinformación y en qué medida se ha visto expuesta a ella.

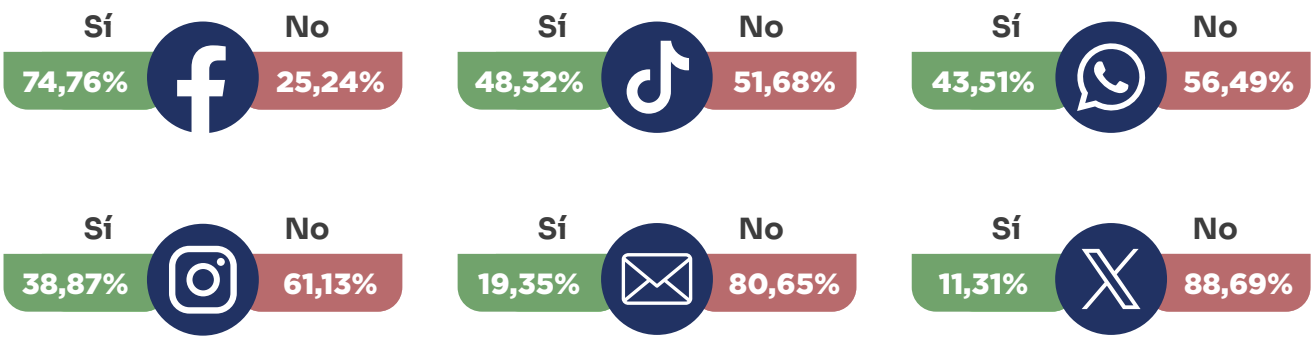
Este año, una de cada tres personas consultadas afirma haber creído y confiado recientemente en algún contenido que después resultó ser falso. Esta proporción alcanza el 33,5% en 2026, frente al 28,1% registrado en 2025, lo que representa un aumento de 5,4 puntos porcentuales. Aun así, la mayoría de las personas, el 66,5 %, indica no haber creído en este tipo de contenidos (Figura 22).

FIGURA 22. **Personas que afirman haber creído en un contenido que después resultó ser falso, 2025-2026**



Entre las personas que afirmaron haber creído en un contenido falso, Facebook es el canal por el que más lo recibieron, con un 74,8% de las personas que señala haberlo recibido por esta red social. Le siguen TikTok, con un 48,3%, y WhatsApp, con un 43,5%, mientras que Instagram alcanza el 38,9%. El correo electrónico, con un 19,4 %, y X (antes Twitter), con un 11,3 %, son los canales menos mencionados (Figura 23).

FIGURA 23. **Canales por los que se recibieron los contenidos falsos, 2026**



Nota: Porcentajes calculados sobre las personas que afirmaron haber creído en un contenido falso (n ≈ 333). Las personas podían indicar más de un canal.

Al consultar sobre los temas en los que las personas han visto, leído o escuchado contenidos falsos durante este año, el Gobierno y el Poder Judicial aparecen prácticamente empatados en el primer lugar con el 58,6% de las personas que afirma haber visto desinformación sobre el Gobierno y el 58,5% sobre la Sala IV, los jueces o fiscales. Este resultado adquiere relevancia en un contexto en el que, durante los últimos meses, el Poder Ejecutivo ha mantenido una confrontación pública con figuras del Poder Judicial. Les siguen los asuntos de salud, como vacunas o enfermedades con un 55,3%, el cambio climático o el ambiente con un 54,7%, y la Asamblea Legislativa con un 51,8 %. En un año electoral, cerca de la mitad de las personas, el 49,6%, indica haber visto contenidos falsos sobre algún candidato o candidata a la Presidencia, y el 43,4% sobre el Tribunal Supremo de Elecciones. Los temas migratorios son los menos mencionados, con un 34,5 % (Figura 24).

FIGURA 24. **Actores o temas sobre los que las personas afirman haber visto contenidos falsos o desinformación durante el último año**

Actor	Sí	No
El Gobierno	58,6%	41,4%
La Sala IV, jueces o fiscales	58,5%	41,5%
Asuntos de salud como vacunas o enfermedades	55,3%	44,7%
Cambio climático o ambiente	54,7%	45,3%
Asamblea Legislativa	51,8%	48,2%
Algún candidato o candidata a la Presidencia	49,6%	50,4%
El Tribunal Supremo de Elecciones	43,4%	56,6%
Algún tema migratorio	34,5%	65,5%

Nota: Las personas podían responder sobre cada tema por separado.

09. Análisis multifactorial

Esta sección examina la relación entre características de las personas con su confianza en los medios de comunicación, sus percepciones sobre la libertad de expresión, sobre el ejercicio del periodismo, así como sus hábitos de consumo de noticias. Con este propósito, se analiza si variables como el nivel educativo, género, edad, posturas políticas y otras están relacionadas de forma estadísticamente significativa con dichas posturas cuando se consideran de manera conjunta. En términos prácticos, se busca responder preguntas como si existe relación entre la edad y el consumo de medios de comunicación, si se observan diferencias en los hábitos de evasión de noticias según el nivel educativo o el género, o si hay relación entre las variables de orientación política con las evaluaciones del ejercicio periodístico.

Para ello se utiliza un modelo de regresión lineal con variables dependientes dicotómicas, también conocido como modelo de probabilidad lineal. El modelo compara a personas con características similares para estimar cómo el cambio en una variable - como el nivel educativo o género - está vinculado con sus opiniones sobre la confianza en los medios, sus hábitos informativos y sus posiciones respecto a la libertad de prensa en el país. Los resultados se expresan en puntos porcentuales: indican cuánto más o menos probable es que un grupo sostenga una postura frente al grupo de referencia.

A continuación se discuten resultados de 24 modelos, uno por cada variable dependiente, agrupados en cuatro bloques: consumo de noticias y confianza (4), lo que se espera de la prensa (7), libertad de expresión y ejercicio del periodismo (8), y medios para informarse (5). Como variables independientes se incluyen el género, la edad (en años o por grupos, según el modelo), la provincia, el nivel educativo y dos indicadores de postura política: la valoración del último año de gestión del gobierno de Rodrigo Chaves y la percepción sobre si las instituciones públicas tienen la capacidad de mejorarle la vida a la gente. Asimismo, toda diferencia entre grupos o características que se menciona es estadísticamente significativa al 5%.

Cuando la educación importa

La educación marca diferencias en lo que las personas esperan de los medios respecto al gobierno. Comparada con una persona con educación primaria o menos, una persona con secundaria tiene 12 puntos porcentuales (pp) menos de probabilidad de estar de acuerdo con que los medios deben apoyar al Gobierno, y la diferencia llega a 32 pp si tiene educación universitaria. Cuando se pregunta si los medios deben difundir positivamente el trabajo del Gobierno, la probabilidad es 9 pp menor para quien tiene secundaria y 14 pp menor para quien tiene educación universitaria.

El nivel educativo también se asocia con los medios que las personas usan para informarse sobre lo que sucede en Costa Rica (es decir, con usarlos siempre, regularmente o algunas veces). Usando como referencia a una persona que tiene educación primaria o menos, una persona con educación secundaria tiene 16 pp más de probabilidad de informarse a través de prensa escrita, digital o impresa. Si tiene educación universitaria, la diferencia llega a 29 pp. La persona con educación universitaria, además, es 9 pp más propensa a informarse por podcasts y 10,5 pp menos propensa de informarse a través de noticieros de televisión.

Cuando la edad importa

La edad también marca diferencias en los medios que las personas prefieren para informarse y en sus hábitos de consumo y evasión de noticias. En promedio, cada año adicional de edad reduce en cerca de 1 punto porcentual la probabilidad de que las redes sociales sean el medio preferido para informarse sobre lo que sucede en Costa Rica. Con la televisión pasa lo contrario: cada año adicional aumenta en cerca de 1 pp la probabilidad de que los noticieros de televisión sean el medio preferido. Si se hace la comparación por grupos de edad, el contraste queda más claro: frente a las personas de 18 a 29 años, las de 60 años o más tienen 45 pp más de probabilidad de que la televisión sea su medio preferido para informarse, y 37 pp menos de que lo sean las redes sociales.

Estos resultados coinciden con lo que reporta el Reuters Institute para otros países[2]: entre los jóvenes de 18 a 24 años, las redes sociales desplazaron a los sitios de noticias como principal fuente (de 21% en 2015 a 39% en 2025, en 18 países), y son más propensos que los mayores a preferir ver o escuchar noticias en línea y a escuchar podcasts. El informe de Reuters, sin embargo, compara grupos de edad de forma descriptiva, sin considerar si lo observado se explica por otras características, como sí se hace en este análisis.

Destaca que, en la reducción del consumo de noticias, las personas más jóvenes y las mayores se parecen: el grupo de 60 años o más no reporta consumir menos noticias ni evitarlas de forma consciente en una proporción estadísticamente distinta de la personas de 18 a 29. Son las edades intermedias las que más han reducido su seguimiento de noticias: frente a personas de 18 a 29 años con el mismo género, nivel educativo y postura política, quienes tienen 30-39 años tienen 18 pp más de probabilidad de reportar que consumen menos noticias; quienes tienen entre 40-49, 20 pp más; y quienes tienen entre 50-59, 14 pp más. La reducción del consumo tiene así forma de herradura: es menor entre los más jóvenes, sube en las edades intermedias y vuelve a bajar en las personas de 60 años o más, hasta niveles similares a los del grupo de 18 a 29.

Cuando el género importa

Al analizar por género, aparecen contrastes marcados entre hombres y mujeres en dos ámbitos: la percepción de riesgo al expresarse y la relación con las noticias. El primero tiene que ver con la seguridad para opinar. Frente a hombres de su misma edad, nivel educativo y postura política, las mujeres perciben más amenazas a la libre expresión: tienen 13 pp más de probabilidad de considerar que la libertad de expresión en Costa Rica está en peligro y 11 pp más de considerar que ser periodista es peligroso. Y no solo lo perciben: también reportan más autocensura, con 10 pp más de probabilidad de haber dejado de expresar sus opiniones en redes sociales por miedo a las consecuencias.

El segundo ámbito es la relación con las noticias. Las mujeres tienen 11 pp más de probabilidad que los hombres de reportar que siguen menos las noticias que el año pasado, y 8 pp más de haberlas evitado de forma consciente. Esto no es exclusivo de Costa Rica. En países ricos las mujeres también reportan evitar las noticias más que los hombres[3]: en el Reino Unido, con datos de 2014, el 18,6% de las mujeres declaraba no dedicar tiempo a noticias sobre política y actualidad, frente al 9,5% de los hombres. En un estudio piloto en Estados Unidos, el Reino Unido, Dinamarca y España, más de dos tercios de quienes consumían noticias menos de una vez al mes eran mujeres[4], y en diez de los once países que analizan Selva y Andı (2020) —entre ellos Alemania, Japón, Kenia y México—, las mujeres declararon menos interés en las noticias[5].

---

2 Robertson, Craig T., Amy Ross Arguedas, Mitali Mukherjee, y Richard Fletcher. 2026. U*nderstanding Young News Audiences at a Time of Rapid Change*. Reuters Institute for the Study of Journalism.

3 Benjamin Toff y Ruth A. Palmer, "Explaining the Gender Gap in News Avoidance: 'News-Is-for-Men' Perceptions and the Burdens of Caretaking," Journalism Studies 20, n.º 11 (2019): 1563–1579.

4 Kim Christian Schrøder, "The Nature of News Avoidance in a Digital World" (Reuters Institute for the Study of Journalism, 10 de junio de 2016).

5 Meera Selva y Simge Andı, Women and News: An Overview of Audience Behaviour in 11 Countries (Reuters Institute for the Study of Journalism, 2020).

Las explicaciones que ofrece la literatura apuntan a la percepción de que las noticias son cosa de hombres, que con frecuencia se aprende en la infancia; a la división de tareas en el hogar, donde a menudo es la pareja quien sigue las noticias; y a la carga de cuidados, que recae sobre todo en las mujeres y les resta tiempo y energía emocional[6]. El componente emocional aparece también en Costa Rica: entre quienes evitaron noticias, las mujeres tienen 8 pp más de probabilidad que los hombres de hacerlo porque las noticias les afectan emocionalmente. El resultado coincide con el de Schrøder (2016), donde hombres y mujeres daban razones muy parecidas para no seguir las noticias, salvo en una: las mujeres decían más a menudo que las noticias las alteran o las deprimen.

Posturas políticas y los medios de comunicación

La variable que marca mayores diferencias en las posturas sobre el papel del periodismo y del Gobierno es la valoración del último año de gestión del expresidente Rodrigo Chaves. Cuando se compara a quienes la valoran como muy positiva con quienes le dan otra calificación, cada una de las demás notas ofrece resultados estadísticamente distintos, y la diferencia crece a medida que la valoración empeora. Frente a quienes la valoran como muy positiva, la probabilidad de considerar que la libertad de expresión en Costa Rica está en peligro es 12 pp mayor entre quienes la valoran como positiva, 19 pp entre quienes la consideran neutra, 44 pp entre quienes la valoran como negativa y 55 pp entre quienes la valoran como muy negativa. Lo mismo ocurre con la percepción de que el Gobierno tiene mucha influencia sobre los medios (de 18 a 51 pp) y de que en Costa Rica hay censura o limitaciones para que las personas se expresen (de 12 a 41 pp).

Las diferencias más marcadas aparecen entre los extremos de posturas políticas. Frente a quienes valoraron como muy positiva la gestión de Rodrigo Chaves, quienes la valoran como muy negativa tienen 69 pp menos de probabilidad de considerar que el Gobierno respeta la libertad de expresión y 39 pp más de considerar que trabajar como periodista en Costa Rica es peligroso. También tienen 27 pp menos de probabilidad de estar de acuerdo en que el Gobierno tiene derecho a pagar publicidad a medios favorables a sus posiciones políticas. En cuanto al papel de los medios, tienen 29 pp menos de probabilidad de considerar importante que los medios apoyen al Gobierno y 17 pp más de considerar importante que lo vigilen.

Posturas compartidas

Por último, cabe resaltar que hay posturas que el país comparte: ni el género, la edad, el nivel educativo ni la valoración del gobierno de Rodrigo Chaves marcan diferencias estadísticamente significativas en la importancia de que los medios informen sobre asuntos de interés público, denuncien la corrupción, y eduquen a las personas sobre sus deberes y derechos. Lo mismo ocurre con la percepción de que los grupos con poder económico tienen mucha influencia sobre los medios y con la confianza en el trabajo de los periodistas del país: estas opiniones no varían entre los grupos analizados.

Estas posturas comunes pueden entenderse como un acuerdo de base sobre el papel informativo y fiscalizador de la prensa. Este acuerdo se mantiene incluso entre quienes creen que la prensa debe apoyar al Gobierno. Entre estas personas, casi ocho de cada diez (78%) consideran importante también que los medios lo vigilen, y prácticamente todas concuerdan (97%) que los medios denuncien la corrupción. Para la mayoría, entonces, pedir que la prensa apoye al Gobierno no equivale a pedirle que deje de fiscalizarlo, lo cual marca los límites de lo que puede entenderse por ese apoyo.

6 Toff y Palmer, “Explaining the Gender Gap in News Avoidance.

Créditos

Equipo de investigación PROLEDI:

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

Coordinación logística y de proyectos PROLEDI:

Geannina Sojo Navarro

Coordinador del trabajo de encuesta:

Ronald Alfaro Redondo, CIEP

Equipo de investigación CIEP:

Ronald Alfaro Redondo
Daniela Chacón Mendoza (coordinadora académica)
Eduard Hernández Nájera
Juan Pablo Sáenz Bonilla
Alina Menocal Peters (coordinadora de trabajo de campo)

Asistentes de investigación del CIEP (supervisores)

Jafet Sánchez García
Oriana Calderón Montenegro
Bianca Fonseca Vindas
Gabriel Gutiérrez Díaz

Apoyo administrativo del CIEP en la implementación de encuestas:

Francini Fernández Lépiz
Nathalia Calvo Zúñiga
José Pablo Madrigal Alemán
Verónica Lazarus

Elaboración de cuestionario:

Equipo de investigación PROLEDI

Análisis, tabulación y elaboración de informe:

Equipo de investigación PROLEDI

Diseño y diagramación:

Rolando Hidalgo Solís

Cómo citar este informe:

Jiménez Alvarado, Ó. M., Boza Solano, G., Rodríguez López, J. y Ramírez Varas, S. (2026). *4ª Encuesta sobre libertad de expresión y confianza en medios de comunicación de Costa Rica: Informe de resultados 2026*. Universidad de Costa Rica, Programa de Libertad de Expresión y Derecho a la Información.



Programa de Libertad de Expresión y Derecho a la Información

proledi.ucr.ac.cr ▪ proledi@ucr.ac.cr

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

UNIVERSIDAD DE COSTA RICA

PROLEDI

CICOM Centro de **Investigación en Comunicación**