

Informe final

Bolivia, mayo 9 de 2013

Índice

1. ¿Qué medios de comunicación prefiere la población?	4
2. ¿Qué medios prefiere la población para informarse?	6
3. El “uso” individual de las noticias	12
4. Credibilidad de los medios de comunicación	14
5. La calidad de las noticias y el trabajo de los periodistas	22
6. Sugerencias a los medios periodísticos	25
7. El DIC, un derecho conocido por la mayoría	26
8. Conclusiones	34
Anexos	38
Ficha técnica	39
Taller de validación de la boleta	40
Cuestionario	41
Equipo operativo	47



CONSULTA CIUDADANA

“Tu palabra sobre las noticias y el Derecho a la Información y la Comunicación”

INFORME FINAL

La Fundación UNIR Bolivia, a través del Observatorio Nacional de Medios (ONADEM) y con el respaldo del European Journalism Centre (EJC), llevó a cabo entre el 1 y el 8 de diciembre de 2012 la Consulta Ciudadana “Tu palabra sobre las noticias y el Derecho a la Información y la Comunicación” en todas las capitales departamentales del país y la ciudad de El Alto.

La consulta se realizó mediante la aplicación de un cuestionario a las personas mayores de 18 años que acudieron voluntariamente a responderlo (3.150 personas). Para ello se instalaron mesas en sitios públicos de las nueve ciudades capitales y El Alto.

Es importante señalar que dado que la consulta no fue aplicada según muestreo probabilístico, sus resultados no son estadísticamente representativos; sin embargo, sí son válidos como expresión de las percepciones de sectores de la población urbana del país interesados en la situación actual de la información y la comunicación.

Para una mejor consideración de las respuestas, también se debe tomar en cuenta las características de las relaciones que establecen las personas con los medios de difusión y con la actividad periodística, pues en general la amplia llegada de la televisión y la radio no es equivalente –por razones técnicas, socioeconómicas, culturales y de edad– a la más restringida que tienen la red Internet y especialmente los periódicos y las revistas impresas, hecho que incide en las preferencias, usos y credibilidad de los distintos tipos de medios.

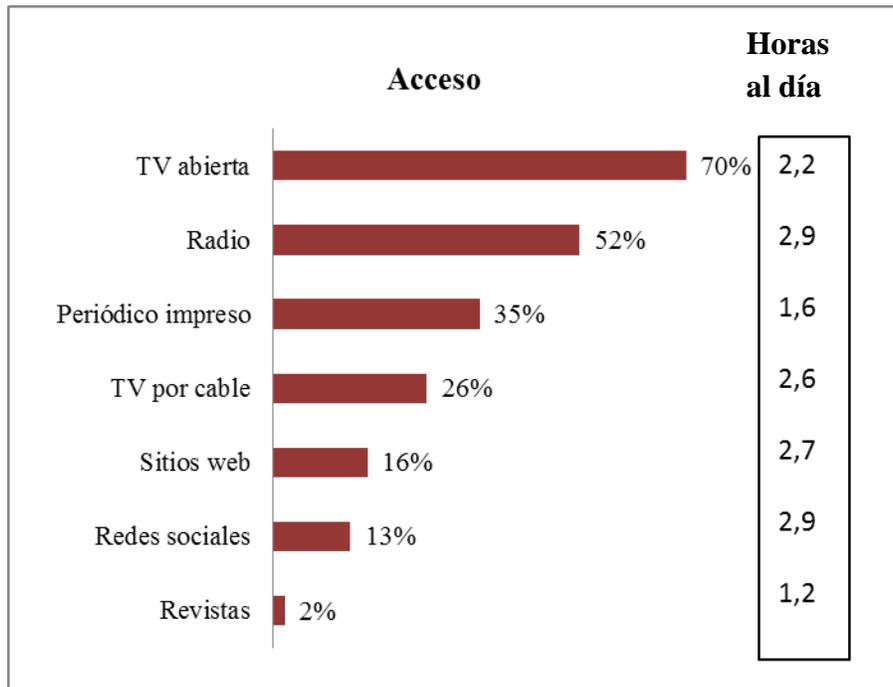
El cuestionario sobre los medios de difusión, el periodismo, los periodistas, las noticias y el Derecho a la Información y la Comunicación (DIC), incluyó un total de 22 preguntas abiertas y de selección múltiple (véase Anexo), el cual fue validado por un grupo representativo de periodistas en ejercicio de prensa, radio, TV e Internet. La prueba piloto de aplicación del cuestionario, su correspondiente ajuste y el procesamiento y análisis inicial de la información recabada se efectuaron con la empresa Diagnósis S.R.L. de La Paz.

Una anterior Consulta Ciudadana fue llevada a cabo por UNIR el 26 de enero de 2008, con la participación de 2.444 personas de El Alto, La Paz, Cochabamba y Santa Cruz.

En las páginas siguientes se presentan los resultados obtenidos en la Consulta Ciudadana de diciembre de 2012.

1. ¿QUÉ MEDIOS DE COMUNICACIÓN PREFIERE LA POBLACIÓN?

Gráfico 1
Acceso diario a medios de comunicación



Los ciudadanos de las nueve capitales departamentales y El Alto, en general, señalan que su acceso cotidiano a los medios de comunicación no se limita a uno, sino que se compone de varios.

Así, a la pregunta sobre el acceso a medios, con siete opciones, todos los consultados respondieron que se exponen diariamente al menos a tres tipos de medios dedicando para ello un promedio de hora y media.

Los medios más frecuentados: la TV y la radio

La televisión abierta resultó el medio al que con más frecuencia se expone-accede la ciudadanía (70%), mientras que la radio se situó en el segundo lugar (52%).

Escasa consulta de medios escritos

El consumo de medios impresos es más bien bajo; 35% de los consultados dijo que lee los periódicos. El otro medio impreso por el que se preguntó, la revista, apareció como el de menor acceso: sólo un 2% admitió leer este tipo de publicaciones.

Internet y redes sociales virtuales con menor acceso

Pese a la tendencia creciente de la cobertura de Internet en las capitales departamentales y en El Alto, el acceso a este tipo de medio es menor que al periódico y a la televisión por cable: los sitios web son visitados por 16% de los consultados y las redes sociales virtuales son usadas por 13% de ellos.

De una a tres horas diarias con los medios

El medio al que más accede la población (la televisión) no es precisamente el que recibe más dedicación. Así, en un primer lugar compartido, la radio y las redes sociales virtuales fueron señaladas como los medios con los cuales la ciudadanía pasa más tiempo, prácticamente tres horas diarias.

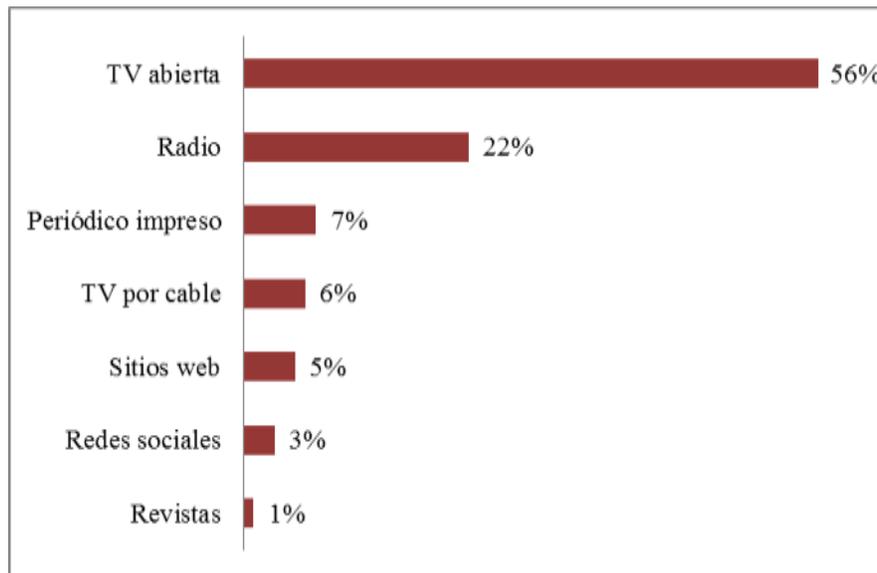
Los sitios web (2,7 horas) y la televisión por cable (2,6 horas) ocupan el segundo lugar y sólo posteriormente aparece la televisión abierta con un promedio de atención de 2,2 horas diarias.

El periódico y la revista, por último, fueron citados con una atención de 1,6 y 1,2 horas, respectivamente.

2. ¿QUÉ MEDIOS PREFIERE LA POBLACIÓN PARA INFORMARSE?

La TV abierta (52%) es el medio preferido por la ciudadanía encuestada para acceder a información noticiosa. No obstante, ello no significa que la preferencia sea igual a la aprobación de la calidad de sus contenidos.

Gráfico 2
Preferencia de medios de comunicación para informarse de noticias



Las mujeres (55%) ven la TV abierta más que los varones (48,9%). El segundo lugar de preferencia lo ocupa la radio, que es más escuchada por varones (25,8%).

Esa tendencia general se reproduce si se la compara con las preferencias por ciudades, ya que en todas ellas la TV abierta y la radio son los medios favoritos. La TV abierta es más vista en Santa Cruz, Trinidad y El Alto, en tanto que potosinos, orureños y alteños dicen preferir informarse a través de la radio. El medio radiofónico es complementario de la TV abierta en el altiplano y los valles, pero su presencia disminuye en los llanos.

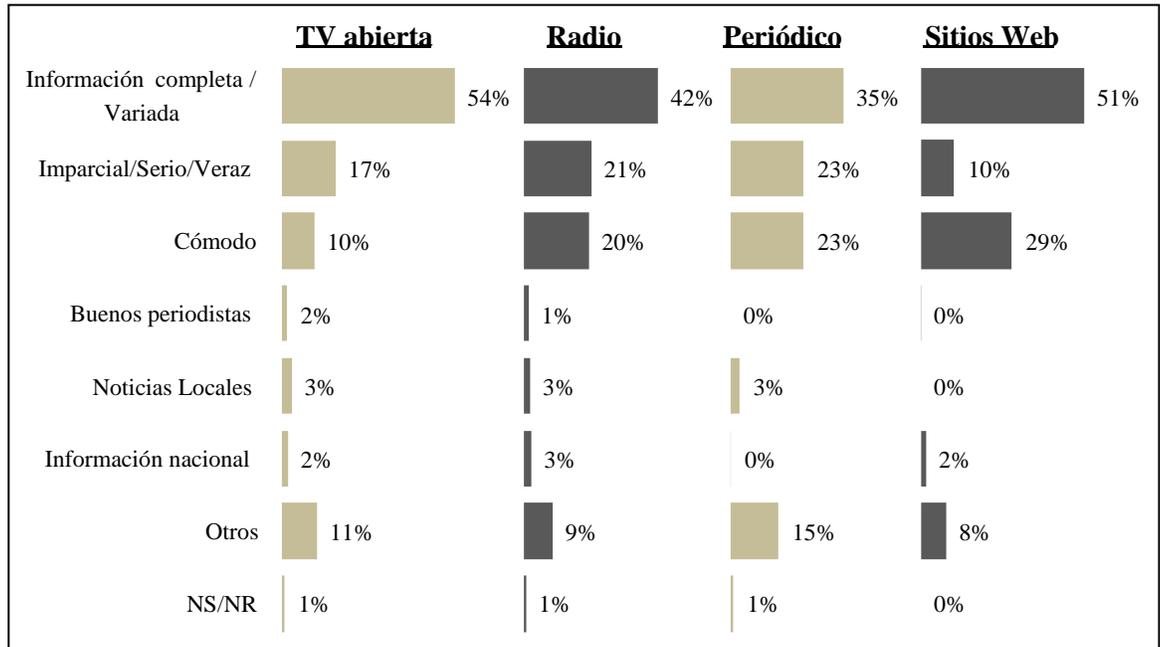
La información mediante la TV por cable es mayoritaria en las audiencias de Cobija, Trinidad y Potosí; mientras que el mayor porcentaje de quienes prefieren informarse mediante los periódicos se encuentra en Cochabamba (11%).

De acuerdo con los datos recogidos, la Internet y las redes sociales virtuales aún no son canales importantes de acceso a información noticiosa.

Razones de las preferencias

Ante la pregunta de por qué prefiere el medio por el que se informa, la población consultada contestó lo siguiente respecto de los cuatro principales tipos de medios:

Gráfico 3
Razones para informarse por el medio de preferencia



Se prefiere, en relación a todos los tipos de medios, que la información sea “completa y variada”, que el medio sea “imparcial, serio y veraz” y que se acceda de manera “cómoda”; en este último caso se puede entender que la TV no permite una información en el momento en que el usuario la requiere, como evidentemente ocurre con el periódico y los sitios web.

Las respuestas logradas dejan entrever que las razones de las preferencias manifestadas se relacionan con el tratamiento informativo, el tipo de información que se proporciona, aspectos formales y técnicos de esa información y la costumbre. En tal sentido, es posible hacer el siguiente desglose de esos motivos con señalamiento de las ciudades en que se destacan:

a) Por el tratamiento informativo

- Con imparcialidad, en especial en La Paz, Oruro y Sucre.
- Con claridad y facilidad para entender, en particular en Santa Cruz.
- Sin sensacionalismo, en Santa Cruz.
- Con veracidad, precisión, seriedad y corrección, con mayor énfasis en La Paz, Potosí y El Alto.

- Con “buenas noticias”, en Potosí y Trinidad.
- Con críticas al gobierno en La Paz, El Alto, Oruro y Cobija.
- Con noticias sobre lo que hace el gobierno, en El Alto, Santa Cruz, Sucre y Trinidad.

b) Por el tipo de información que brinda

- Información local, más valorada en Tarija, Sucre y Potosí.
- Información nacional, que goza de mayor apoyo en Sucre, Oruro y Trinidad.
- Información internacional, que es apreciada en Cochabamba, Cobija, El Alto y Oruro.
- Información nacional e internacional antes que local, en La Paz.
- Información local e internacional antes que nacional, en Cochabamba.
- Información local antes que nacional e internacional, en Santa Cruz.

c) Por características formales y técnicas

- Accesibilidad y buena señal, en Cochabamba, Tarija y Sucre.
- Actualidad y reportes en directo, en Tarija, Potosí y La Paz.
- Variedad y dinamismo, en Cobija, Santa Cruz y El Alto.
- Imágenes que muestran los hechos, en Trinidad, El Alto y Oruro.
- Buenos periodistas, presentadores y conductores, en Sucre, La Paz y Potosí.

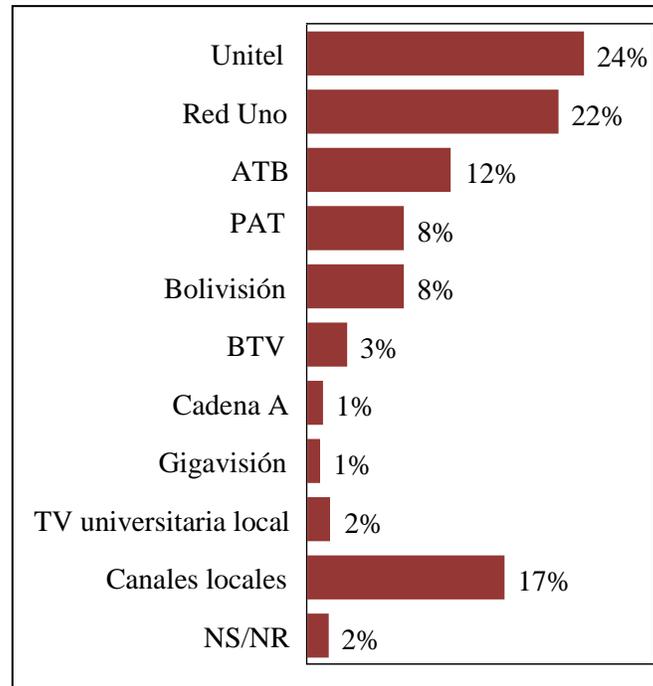
d) Por costumbre y porque les gusta:

En Santa Cruz, Cochabamba y Sucre algunos encuestados manifestaron que prefieren algunos medios “por costumbre” y otros en Santa Cruz, Oruro y Trinidad simplemente porque “les gustan”.

Preferencia de medios específicos

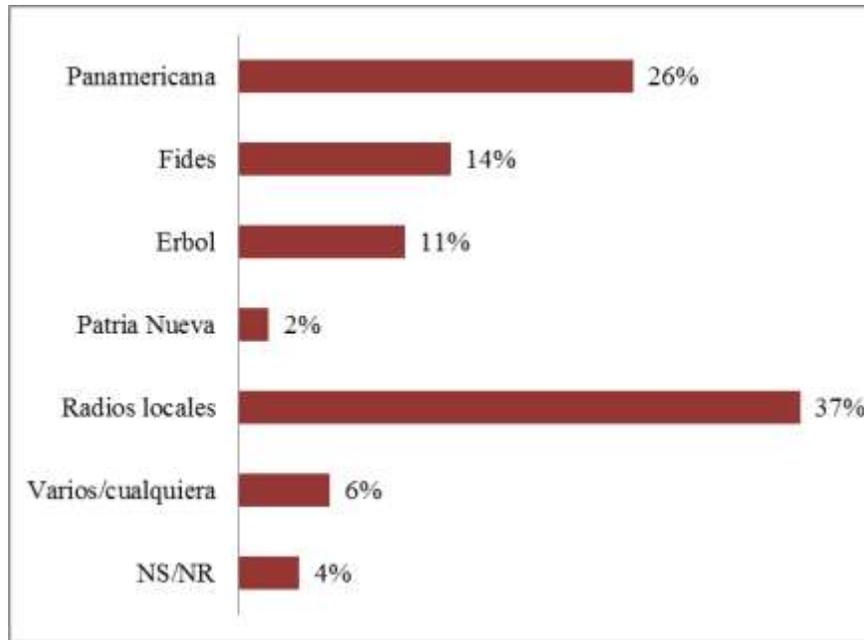
La ciudadanía consultada también mencionó los medios de televisión, radio y prensa por los que prefiere informarse; lo que no quiere decir automáticamente que los medios señalados sean considerados mejores que los demás:

Gráfico 4
Preferencia de canales de TV abierta para informarse de noticias



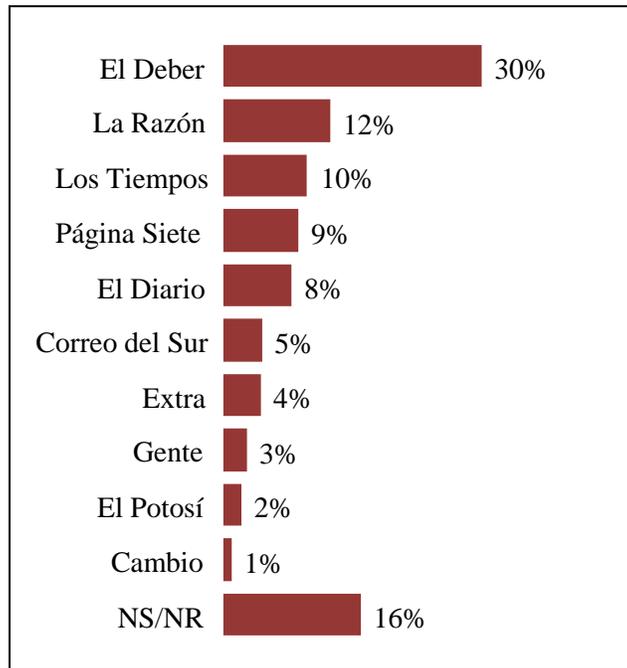
Entre las redes nacionales de televisión, UNITEL, UNO y ATB son los principales canales mencionados para enterarse de las noticias, especialmente en las ciudades del eje, en tanto que en otras ciudades los canales locales –que no forman parte de redes– también figuran como un importante medio para enterarse de noticias como muestra el porcentaje acumulado en el gráfico. La televisión universitaria fue diferenciada de los otros canales locales por la naturaleza de su propiedad (perteneciente a las universidades públicas).

Gráfico 5
Preferencia de radioemisoras para informarse de noticias



Las emisoras Panamericana, FIDES y ERBOL captan la mayor preferencia entre los medios radiofónicos a escala nacional, aunque las estaciones locales –como Kollasuyo en Potosí, Centro en Cochabamba y San Gabriel en La Paz– son igualmente significativas en el conjunto según muestra el porcentaje acumulado en el gráfico (37%).

Gráfico 6
Preferencia de periódicos impresos para informarse de noticias

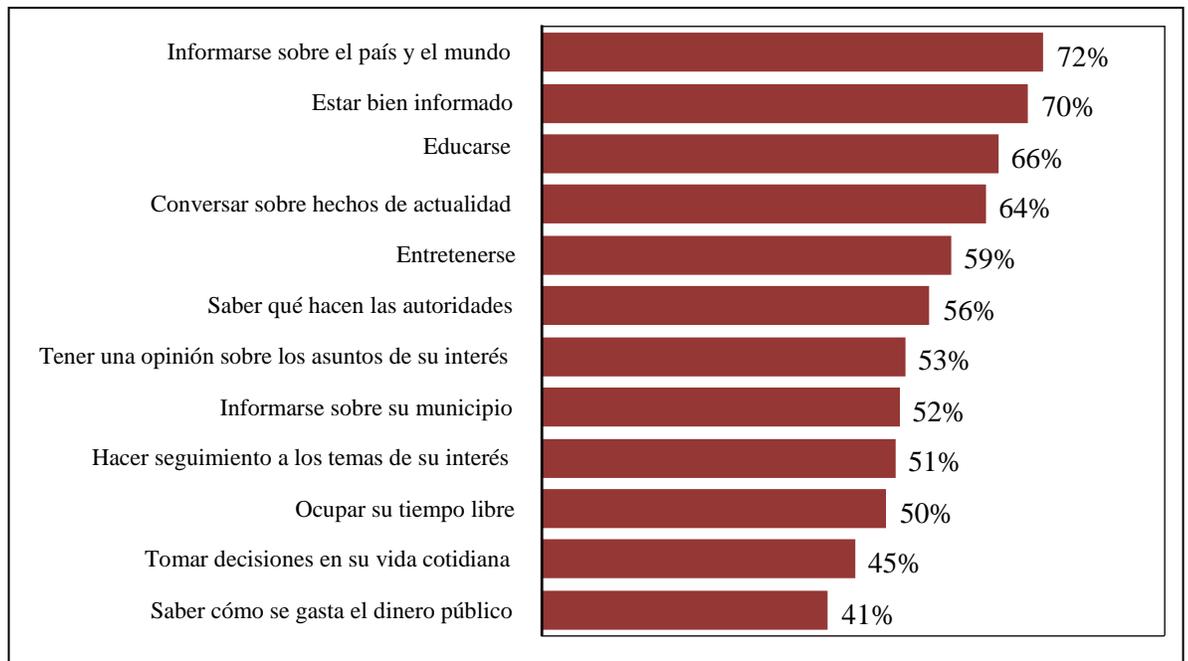


Un diario de Santa Cruz (*El Deber*), otro de La Paz (*La Razón*) y otro de Cochabamba (*Los Tiempos*) fueron mencionados como los que concentran la mayor preferencia de los lectores. Sin embargo, aunque estos periódicos circulan en alguna medida en distintas ciudades, la mayor proporción de las preferencias que concitan se focaliza en las mismas ciudades donde son publicados.

3. EL “USO” INDIVIDUAL DE LAS NOTICIAS

Los ciudadanos consultados identificaron la utilidad que suelen encontrar en las noticias:

Gráfico 7
Para qué sirven las noticias de los medios de comunicación (siempre/casi siempre)



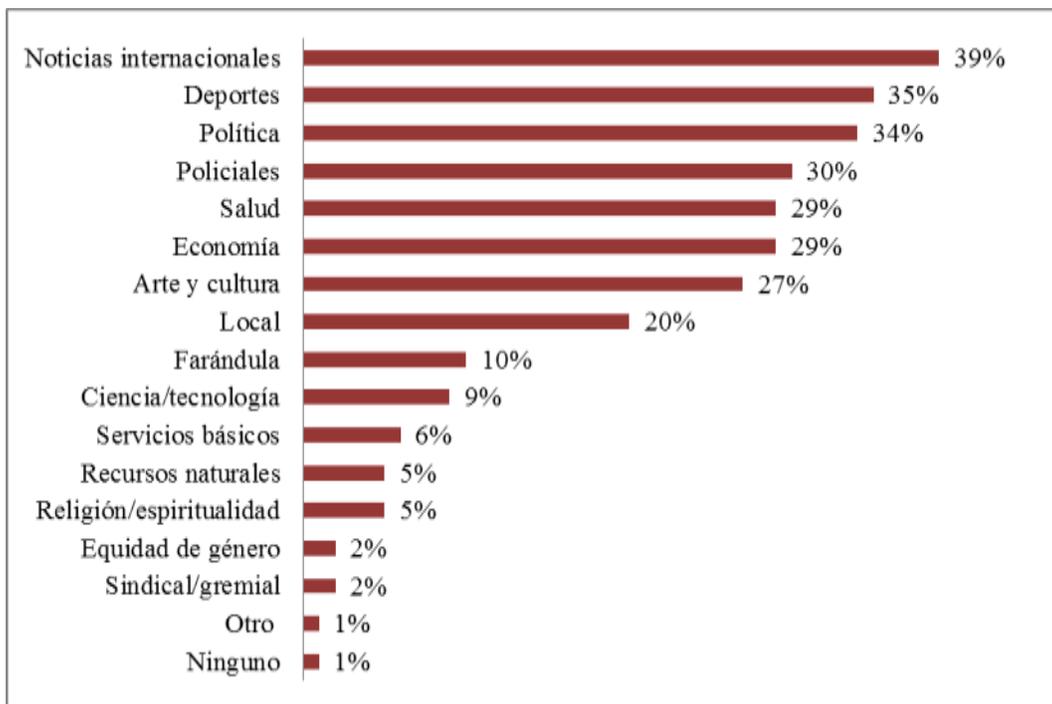
Se observa que las personas usan principalmente las noticias para informarse de manera general y que en menor medida las consideran útiles para tomar decisiones o para hacer un seguimiento y/o control social de la gestión pública (saber cómo se gasta el dinero público, por ejemplo).

Así, la información parece estar asociada ante todo con la sensación de “estar al tanto” y no con la idea de disponer de una herramienta para el ejercicio del control social o para la incidencia en la gestión pública.

De todos modos, en el espacio local, cerca de la mitad de los encuestados dice que usa las noticias para informarse sobre su municipio y el 45% para tomar decisiones en su vida cotidiana, con lo que se confirma que las noticias cumplen un rol fundamental en la vida pública de los ciudadanos.

Posteriormente, los consultados señalaron los tipos de temas noticiosos que les son más útiles. La lista de opciones empleada para ello consideró un abanico definido por las áreas informativas que se usa habitualmente en las salas de redacción y algunos otros temas sugeridos por los periodistas que participaron en los grupos de validación del cuestionario. Se podía elegir del primer al quinto lugar de preferencia en un listado de 15 temas, incluyendo las categorías “otro” y “ninguno”. Estos son los resultados:

Gráfico 8
¿Qué temas le resultan útiles de la información que recibe de los medios de comunicación?
(Total menciones)



Noticias internacionales, de deportes, política y policiales son las señaladas como de mayor interés por los ciudadanos consultados, entendiendo que en el caso de las primeras se combinan especialmente temas de política, deportes y espectáculo; lo cual atrae un importante nivel de atención de los públicos.

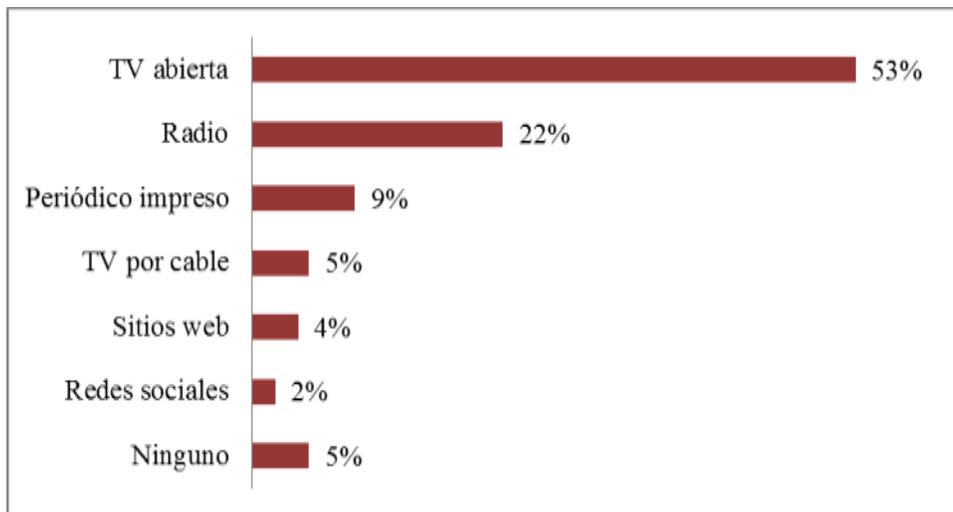
No obstante, esta jerarquización de los intereses informativos refiere también al propósito ya anotado de usar la información sobre todo para “estar al tanto” de los acontecimientos.

4. CREDIBILIDAD DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Los medios con mayor credibilidad

La credibilidad de los medios como fuentes de información está estrechamente relacionada con el acceso, el tiempo de exposición y la preferencia de medios de los consultados. Así la mayoría, que tiene más acceso a la TV abierta, expresa su preferencia por informarse por este medio y da más credibilidad a las noticias que difunde. Estas respuestas se pueden entender además por la fuerza que tienen las imágenes como pruebas de los hechos informativos: “Creo en lo que veo”.

Gráfico 9
¿A las noticias de qué medio les cree más?
(Primer lugar)



En todo caso, los niveles de credibilidad de la TV y de la radio no parecen haber variado mucho desde 2008. En la Consulta Ciudadana de aquel año,¹ como en esta última, la TV tenía un nivel de credibilidad de 50% y la radio de 25%. Se puede aun pensar que este nivel aumentó dado que en la anterior ocasión no se contempló por separado a la TV por cable.

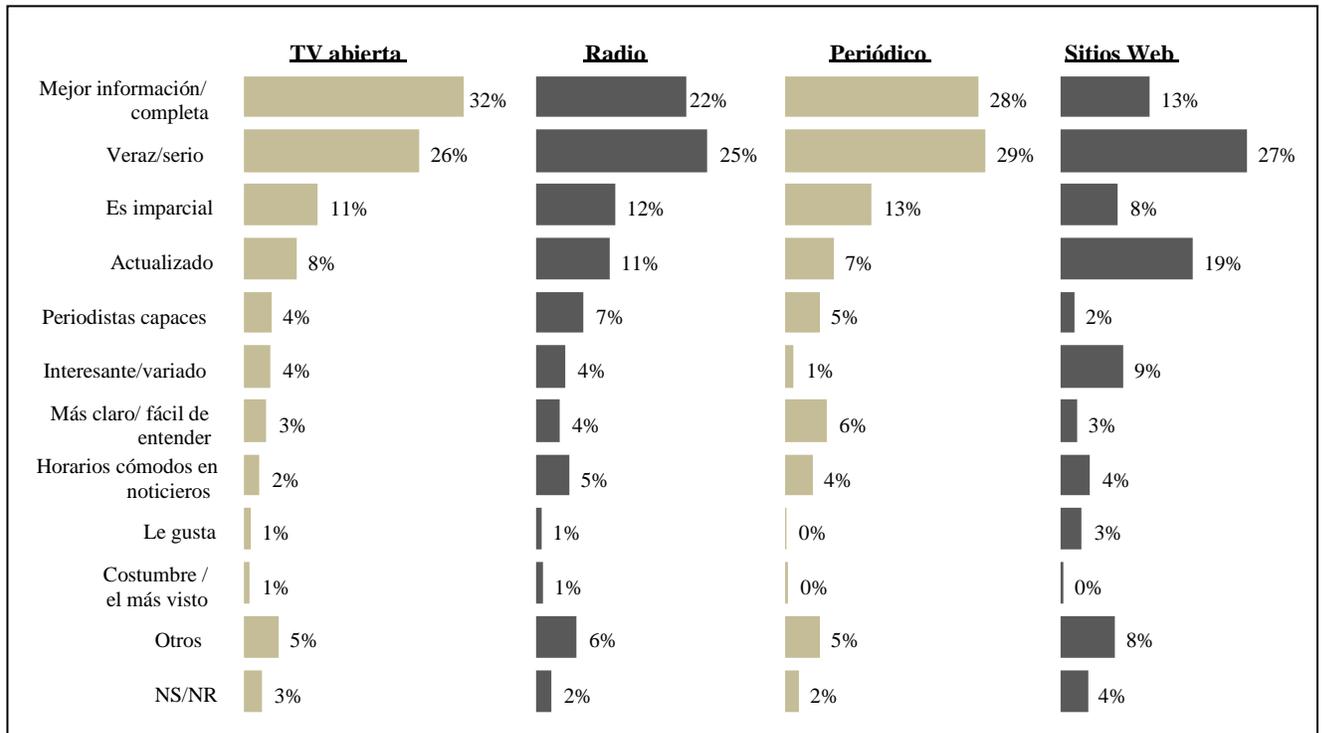
Lo que sí cambió es el nivel de credibilidad de los periódicos, que era de 22% en 2008, habiendo disminuido en 13%. Este hecho, sin embargo, puede deberse al menor acceso que tiene la población a los medios impresos respecto de los audiovisuales.

¹ Véase POMA, Bernardo (2009): “Y la ciudadanía tomó la palabra”, en *Medios a la vista - Informe sobre el periodismo en Bolivia 2005-2008*. Fundación UNIR Bolivia. La Paz. pp. 31-39.

Con estos datos se confirma el predominio de la triada de medios tradicionales (TV abierta, radio y periódicos impresos) en materia de credibilidad otorgada por las personas a los medios informativos.

Según los datos globales sobre las razones de la credibilidad en estos medios, la gran mayoría guarda relación con la calidad de la información. Por tanto, las noticias son más creíbles cuando son completas, serias, imparciales y actualizadas. Hasta donde se puede comprender de las respuestas, la completitud hace referencia tanto a la amplitud de la cobertura geográfica como de la variedad temática.

Gráfico 10
¿Por qué cree en ese medio?
(Según tipo de medio)



En general, en la comparación de la credibilidad otorgada a los distintos medios en las diferentes ciudades se advierte una similitud de las tendencias, salvo en el caso de Potosí, donde la credibilidad en la radio supera a la que posee la TV abierta.

La TV abierta tiene un nivel equivalente de credibilidad en todas las ciudades, la radio sobre todo en las del sur del país y los periódicos en las del eje central. En estas últimas, aunque con mucho menor porcentaje promedio, también se destaca la credibilidad en los sitios web; quizá porque es en esta región donde el uso de la Internet es más intenso.

Los “más creíbles”

La Consulta Ciudadana solicitó que se identifique los medios de información más creíbles para la población; la nómina y jerarquización resultantes son producto de la mención directa hecha por la gente dado que se usó preguntas abiertas. Los siguientes son los datos nacionales de las percepciones sobre este tema:

Gráfico 11
Canales de TV con mayor credibilidad en sus noticias
(Primer lugar)

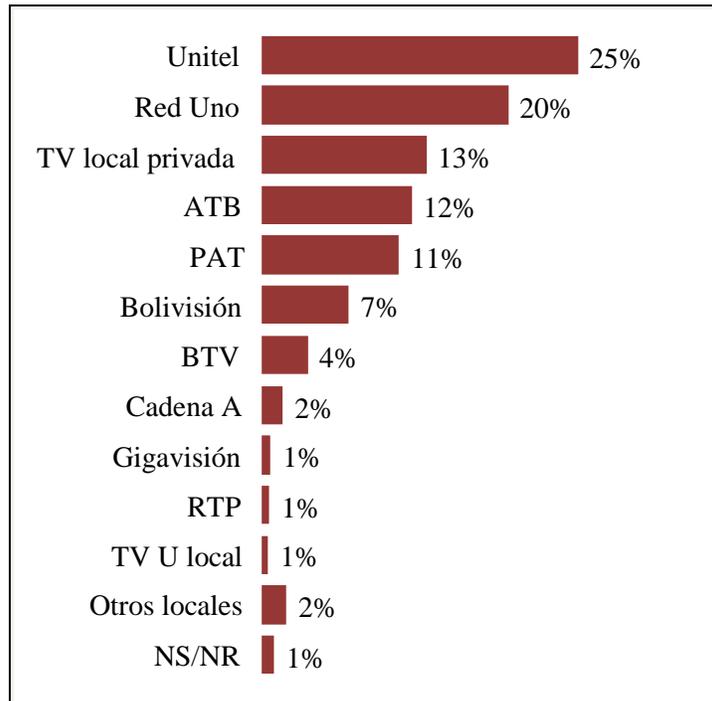


Gráfico 12
Emisoras de radio con mayor credibilidad en sus noticias
(Primer lugar)

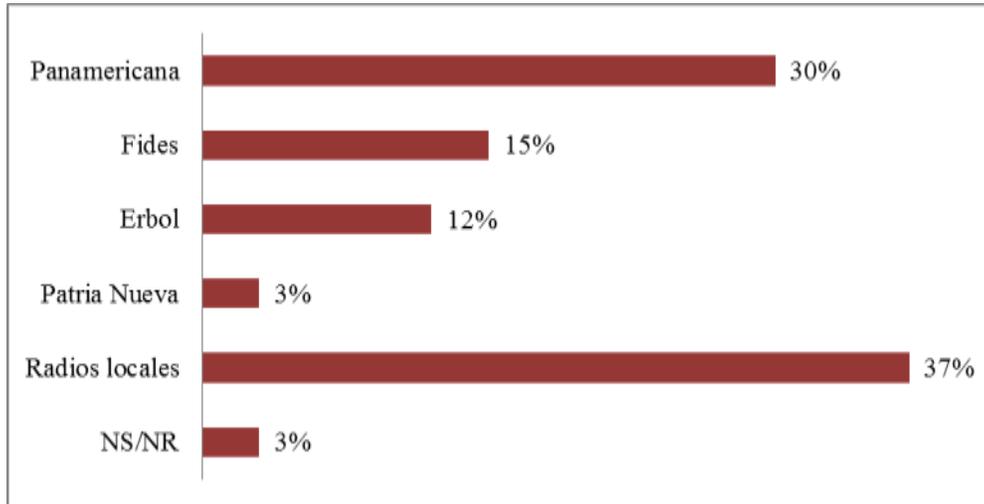
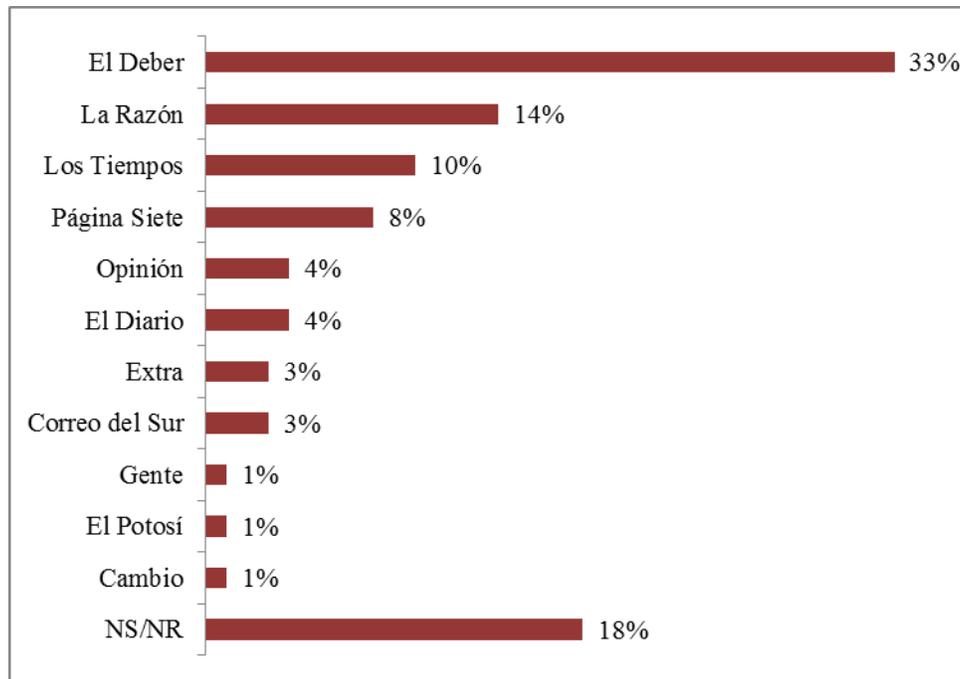


Gráfico 13
Periódicos con mayor credibilidad en sus noticias
(Primer lugar)



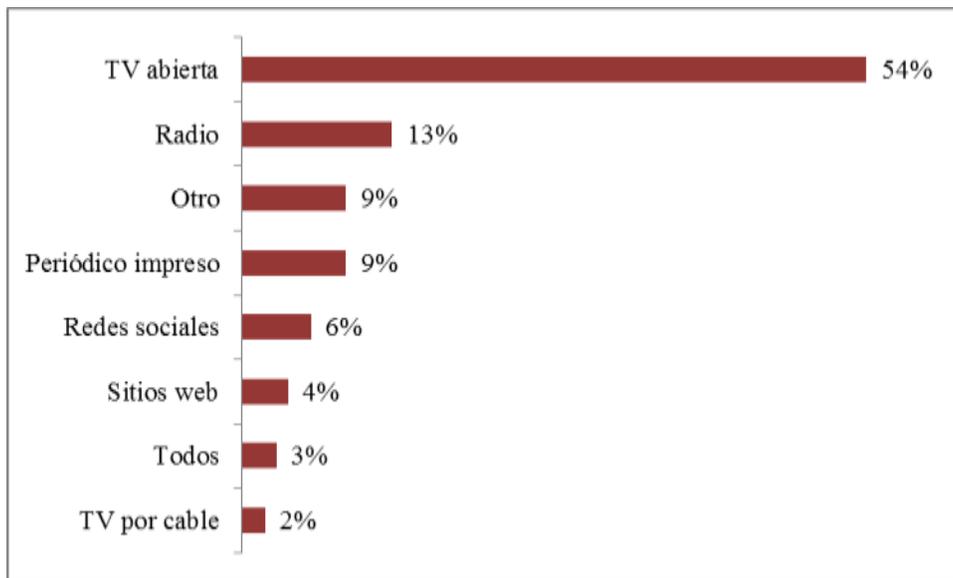
La mayor credibilidad, como se advierte, es otorgada por los consultados preferentemente a medios privados. Los medios considerados “más creíbles” en cada tipo (TV, radio y prensa) tienen del 25% al 33% de la confianza de sus usuarios; lo que significa que ningún medio puede

ser considerado “dominante” en este aspecto o, dicho de otro modo, lo que hay es una “credibilidad segmentada”. También se evidencia que la credibilidad es un factor fundamental de la preferencia.

Los medios con menor credibilidad

En cuanto a la baja credibilidad atribuida a los medios, el cuadro nacional de las percepciones es el siguiente:

Gráfico 14
¿Qué tipo de medio le merece menor credibilidad en sus noticias?
(Primer lugar)

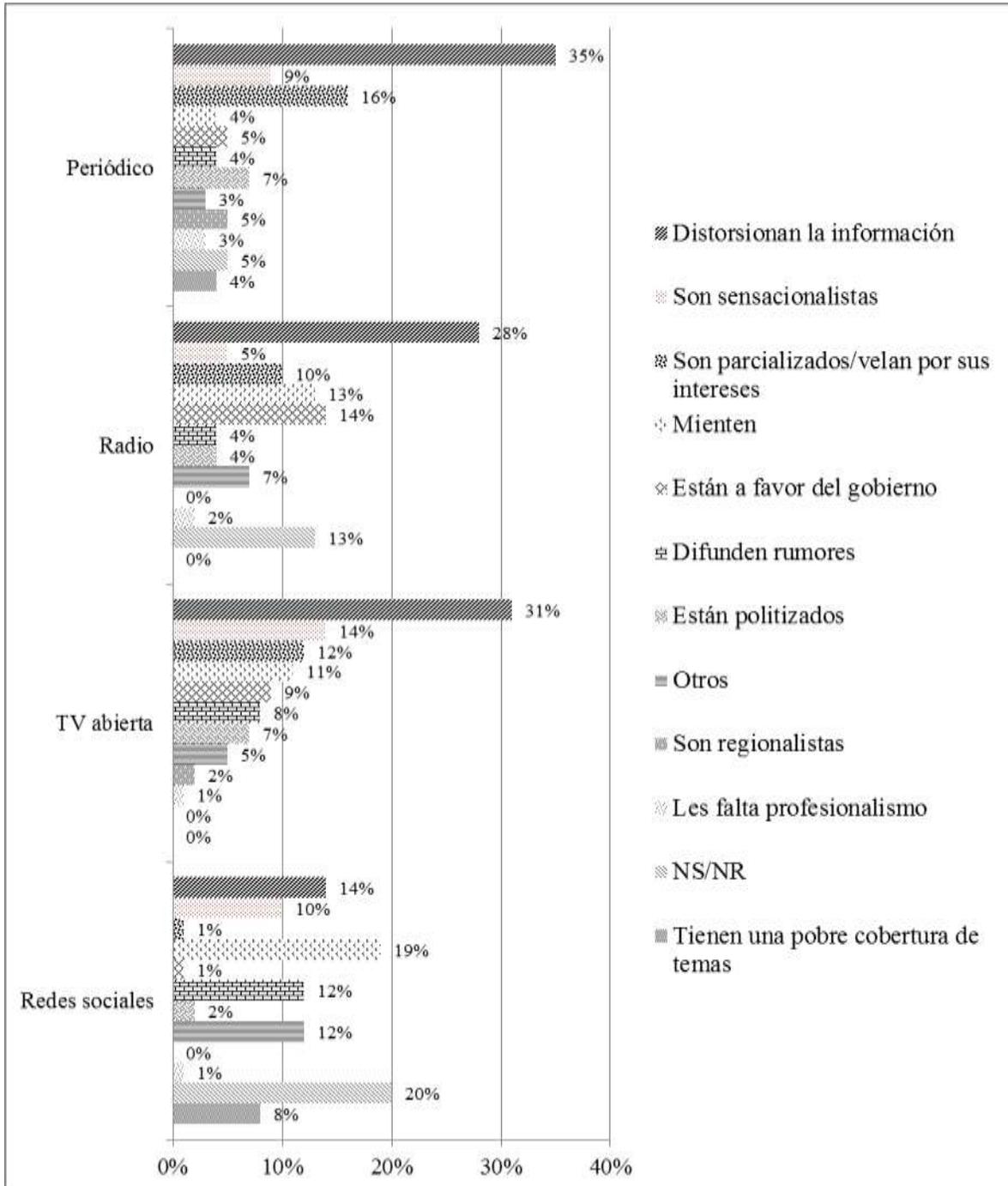


Como se puede advertir, un rasgo paradójico de la TV abierta en materia de credibilidad –y que se mantiene desde la Consulta Ciudadana de 2008– es la dualidad que provoca, pues a la vez de ser considerada el medio más creíble también es el que genera menos confianza. Su audiencia está fragmentada, razón por la cual una misma persona que dice creer en las noticias de un canal dado afirma con la misma convicción que la información de otro canal no es confiable para nada.

En 2008, las personas señalaron igualmente varios aspectos de desaprobación del trabajo periodístico televisivo pues decían que:

- ✓ difunde noticias con sensacionalismo (83%)
- ✓ difunde noticias con mayor discriminación (78%)
- ✓ cambia más los hechos de la realidad (75%)

Gráfico 15
Razones de la baja credibilidad, según tipo de medio



Los criterios básicos para valorar la falta de credibilidad de los medios de comunicación son, entonces, tres: a) son parciales, sea a favor del gobierno o en contra, velan intereses económicos o son regionalistas; b) son sensacionalistas, no son serios, difunden chismes y rumores, y c) les falta profesionalismo o no cubren toda la información.

Los “menos creíbles”

La Consulta Ciudadana solicitó identificar los medios de información menos creíbles para la población; estos son los resultados nacionales de las percepciones obtenidas mediante preguntas abiertas:

Gráfico 16
Canales de televisión con menor credibilidad en sus noticias

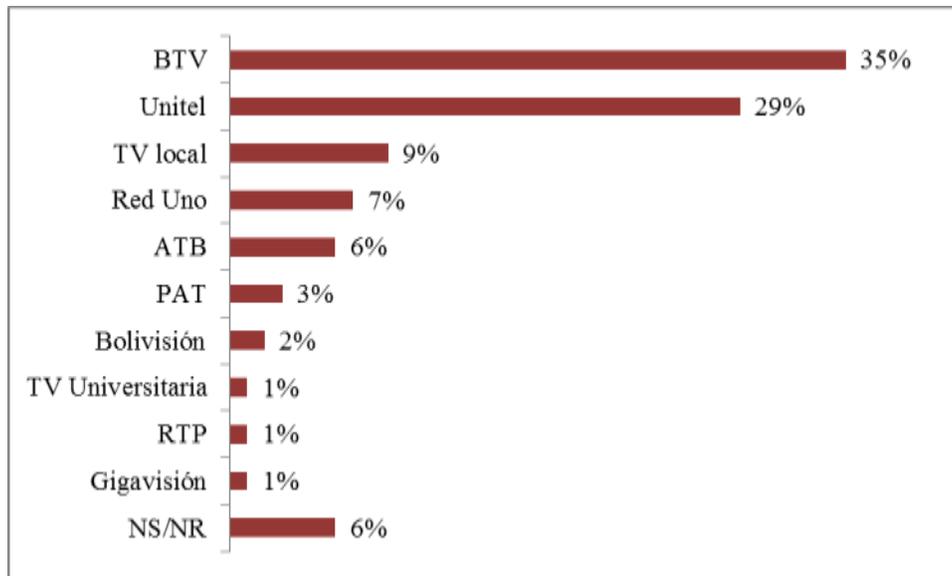


Gráfico 17
Radioemisoras con menor credibilidad en sus noticias

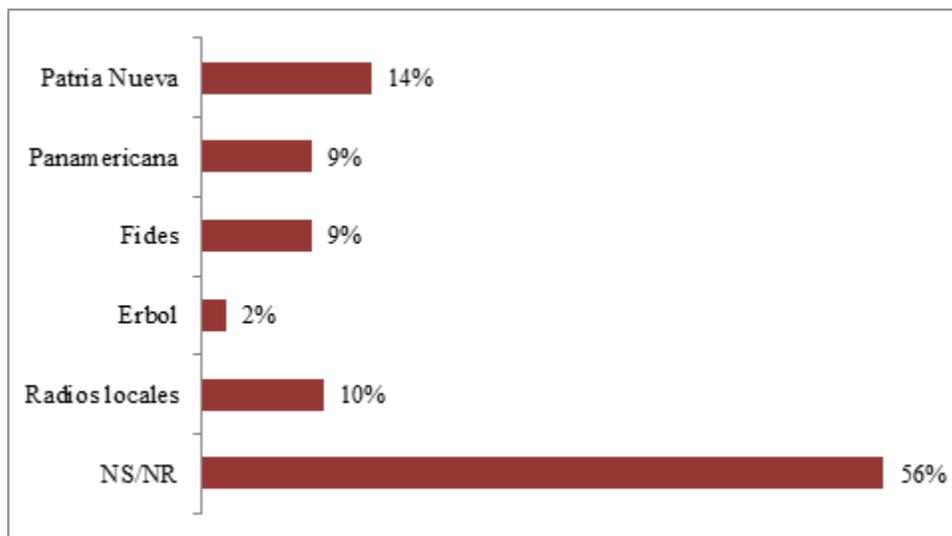
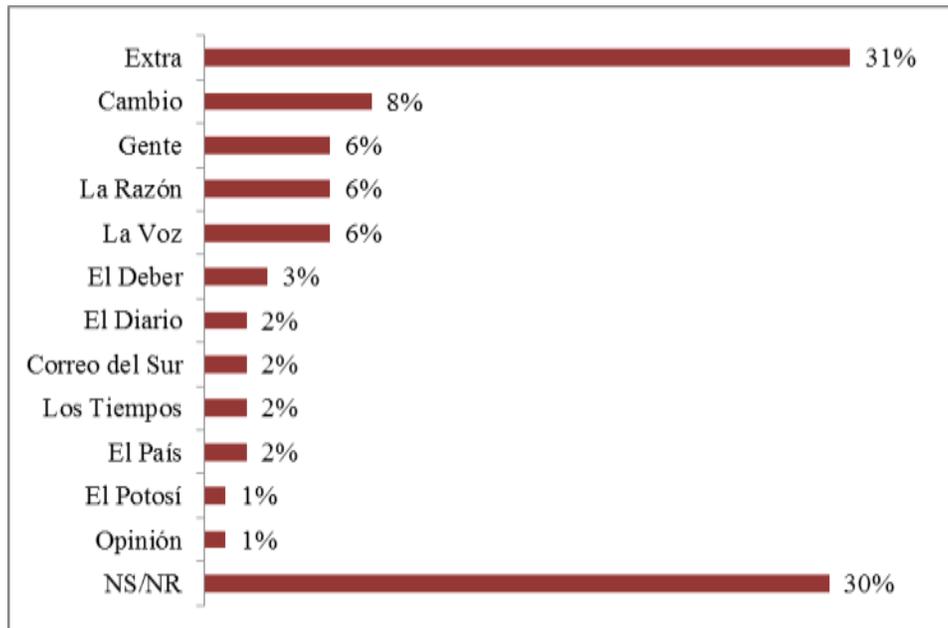


Gráfico 18
Periódicos con menor credibilidad en sus noticias

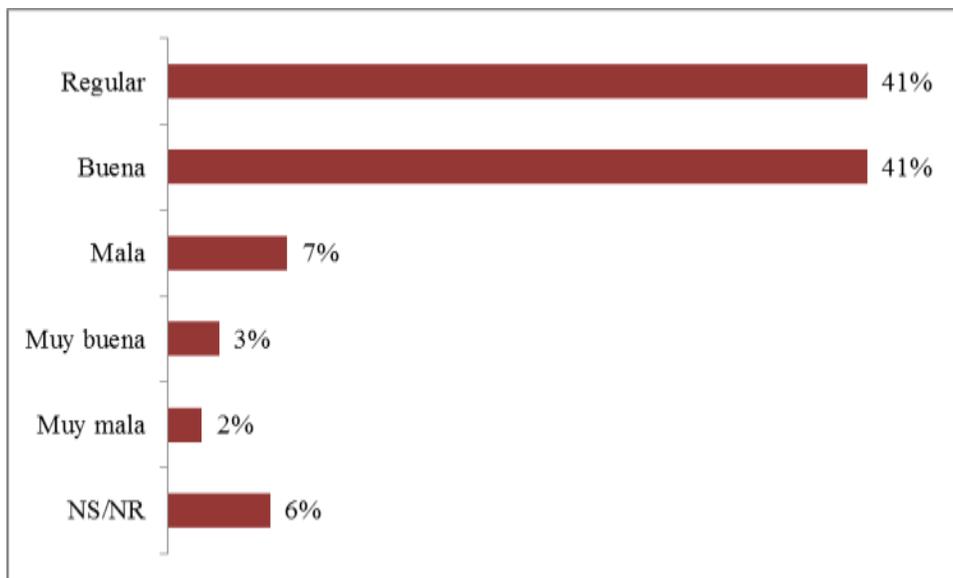


Se percibe que los medios que la gente identifica como vinculados con intereses gubernamentales o empresariales de oposición son los que concentran las dudas sobre sus noticias. Hay un alto porcentaje de personas que desconocen el nombre de las radioemisoras que escuchan, generalmente de alcance local. Y es clara la crítica (con 31%) a la prensa sensacionalista. Los medios que aparecen nombrados son los que las personas consultadas mencionaron expresamente.

5. LA CALIDAD DE LAS NOTICIAS Y EL TRABAJO DE LOS PERIODISTAS

La proporción de quienes califican la calidad de las noticias como buena es exactamente igual a la de quienes señalan que es regular (41% en cada caso), por lo que se puede afirmar que más de dos tercios de las personas consultadas (82%) considera que la calidad de las noticias es aceptable:

Gráfico 19
Calificación de la calidad de las noticias

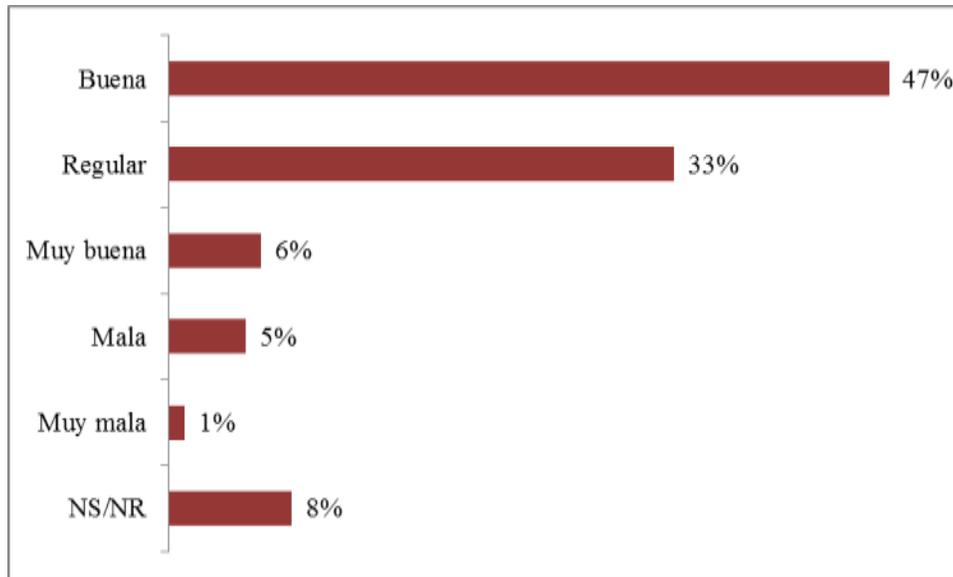


Si se agrega la preocupación expresada en torno a la distorsión de las informaciones, el sesgo en las mismas o el recurso al sensacionalismo, el porcentaje nacional solamente alcanza al 12,5. Esto significa que la crítica respecto de estas prácticas ha registrado una disminución, pues en ocasión de la Consulta Ciudadana 2008 la insatisfacción con la falta de imparcialidad, los problemas éticos en el manejo de la información y la falta de respeto a las personas y sus derechos superaba en promedio el 50%. Y lo propio ocurre con las observaciones a la falta de profesionalismo, que sólo llegan al 4,5% y que en 2008 registraban un 45% de insatisfacción.

En consecuencia, si bien los problemas que afectan la calidad de la información noticiosa (falta de balance en la consulta de fuentes, imprecisión en datos, falta de comprobación o cita de fuentes, entre otros) no han sido superados del todo, se advierte que la percepción de la gente al respecto se ha hecho menos crítica.

En cuanto a la apreciación ciudadana sobre el trabajo de los periodistas hay también cierto equilibrio que traduce un nivel de aceptación razonable, aunque en este caso la calificación “buena” (47%) es superior a la “regular” (33%):

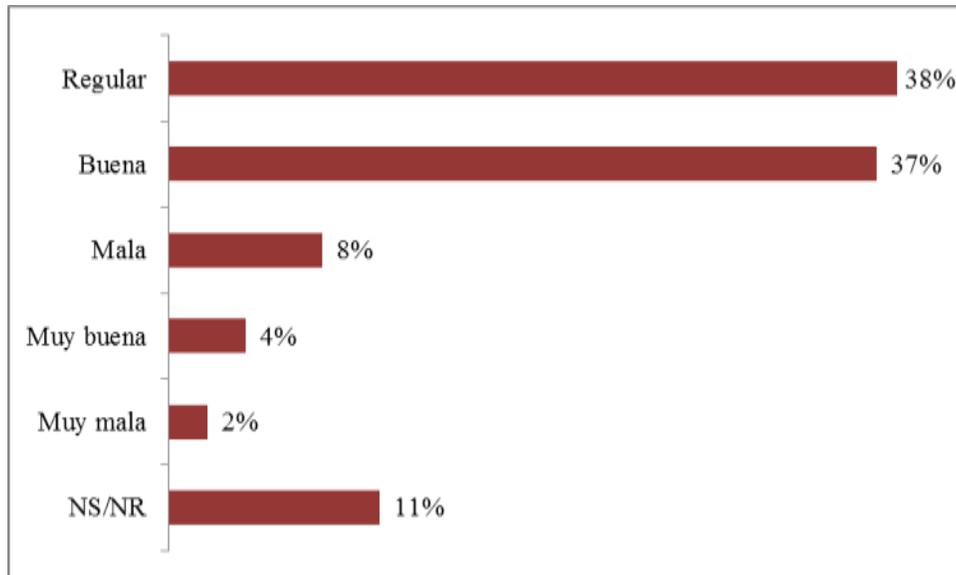
Gráfico 20
Calificación del trabajo de los periodistas de Bolivia



La opinión mayoritaria registrada en 2012 respecto de la calidad de las noticias y del trabajo periodístico a escala nacional es equiparable a la que la Consulta Ciudadana de 2008 estableció y que correspondía en promedio a la calificación de 4,41 sobre el valor máximo de 7 puntos (excelente), lo que significa que no ha habido modificaciones positivas ni negativas al respecto.

En referencia a la calidad del trabajo de los periodistas en cada ciudad, aunque las tendencias generales de la opinión son semejantes a las del caso nacional, se advierte una mejor valoración de los periodistas que se desempeñan en los medios informativos de carácter nacional (40% en promedio) que la existente sobre los periodistas de los diarios, las radioemisoras y los canales de televisión locales (38% en promedio):

Gráfico 21
Calificación del trabajo de los periodistas de su ciudad



Se confirma, con lo anterior, que la gente expresa una mayor preferencia por la información nacional, en tanto que coloca a la local en segundo nivel de importancia. No obstante, en el promedio nacional el 52,3% de los consultados dice estar conforme con el desempeño de los periodistas en sus respectivas ciudades: “la información es buena”, “hacen un buen trabajo”.

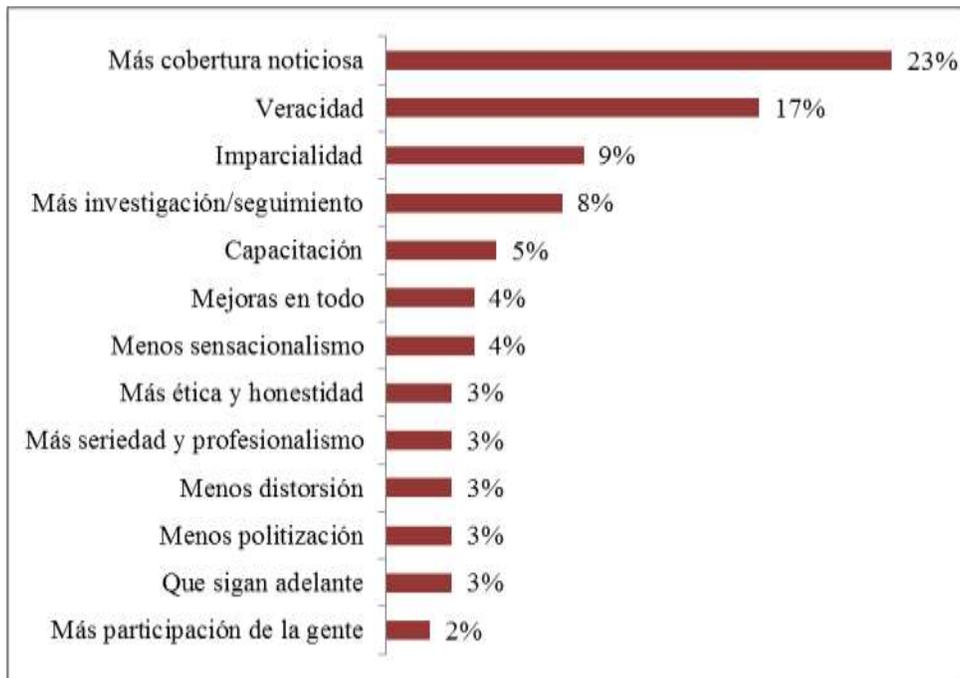
Es interesante evidenciar que las variables de edad, estrato socioeconómico, género y nivel de instrucción no tienen incidencia en la diferenciación de las opiniones, puesto que los criterios emitidos por las personas consultadas se agrupan de forma bastante homogénea.

Cabe mencionar, igualmente, que se percibe que las críticas de los varones al trabajo periodístico son levemente mayores que las de las mujeres.

Asimismo, un criterio que destaca entre las razones expuestas por los consultados para fundamentar sus valoraciones es el del significativo reconocimiento (22,8%) de los riesgos y sacrificios que implica el ejercicio de la profesión periodística.

6. SUGERENCIAS A LOS MEDIOS PERIODÍSTICOS

Gráfico 22
¿Qué sugerencias haría a los medios en relación con las noticias?



Las principales recomendaciones a los medios periodísticos pueden ser agrupadas en tres grandes aspectos:

- La ampliación de las coberturas noticiosas, esto es, tanto la diversificación de los temas de que se ocupan como la inclusión de la información sobre más zonas geográficas.
- El respeto de la imparcialidad, la veracidad y la ética al informar y, por tanto, el control del sensacionalismo y la politización.
- La capacitación y el profesionalismo.

Las sugerencias respecto de que los medios hagan más investigación y análisis informativo y de que posibiliten una mayor participación de la gente en los procesos noticiosos son más bien escasas.

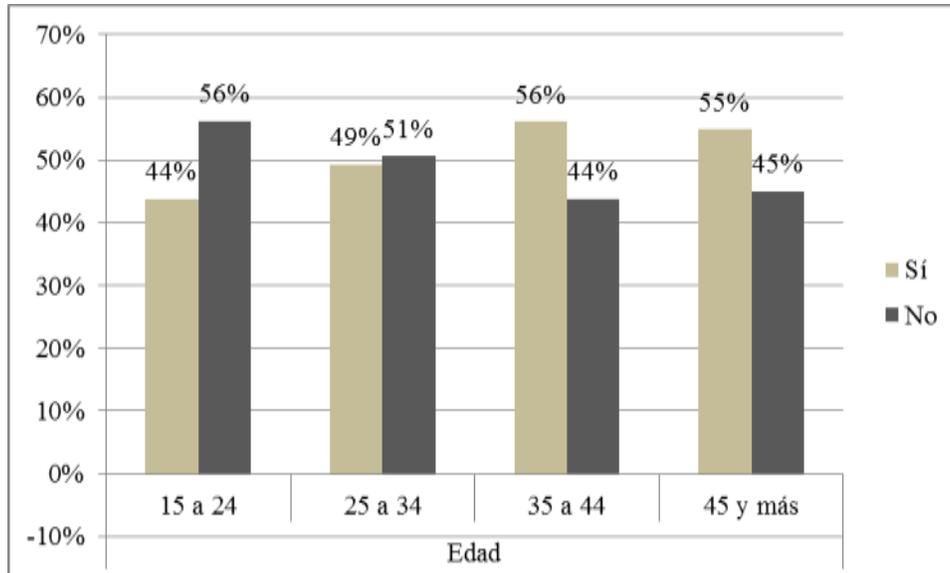
7. EL DIC, UN DERECHO CONOCIDO POR LA MAYORÍA

Pese a que el DIC es muy pocas veces mencionado en los medios de difusión y a que los esfuerzos por socializar sus fundamentos y alcances son realmente escasos, poco más de la mitad (51%) de los encuestados afirma haber escuchado hablar de él. Esta ligera superioridad se advierte con mayor contundencia en Potosí y Sucre, capitales en las que las cifras están siete puntos por encima del promedio nacional. En cambio, los porcentajes más bajos se registraron en Trinidad, El Alto y Cobija, con casi seis puntos por debajo de dicho promedio.

A escala nacional, los que dijeron haber escuchado hablar del DIC más veces fueron los hombres, con una diferencia de 6% por encima de las mujeres, que lo hicieron en un 48%.

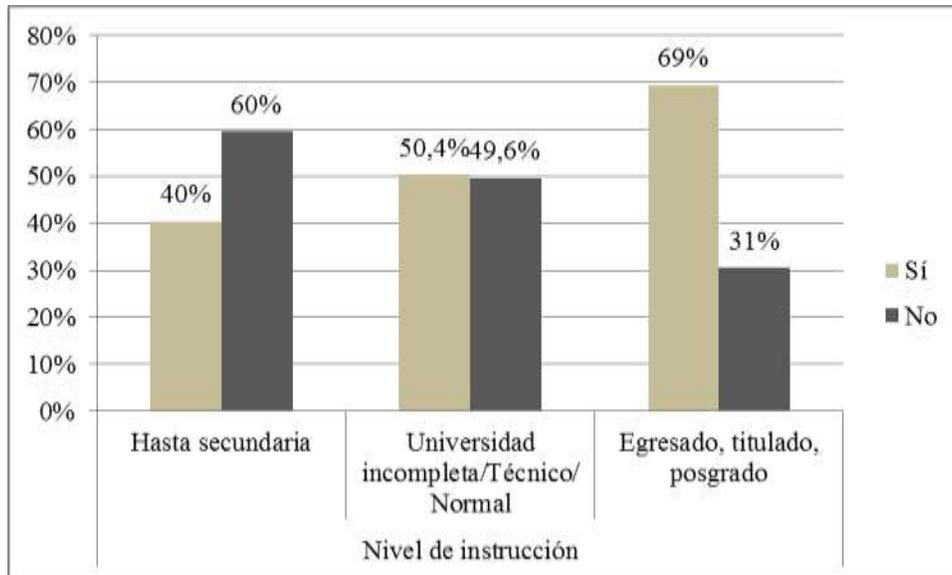
Algo que llama la atención dentro de este tema es la relación entre el haber escuchado alguna vez hablar sobre el DIC y la edad de quienes respondieron: los datos recogidos dan cuenta de que, en general, la probabilidad de obtener una respuesta positiva aumenta en proporción directa a la edad de la persona y, a la inversa, se reduce tanto más cuanto más joven es el consultado:

Gráfico 23
Conocimiento del DIC según edad



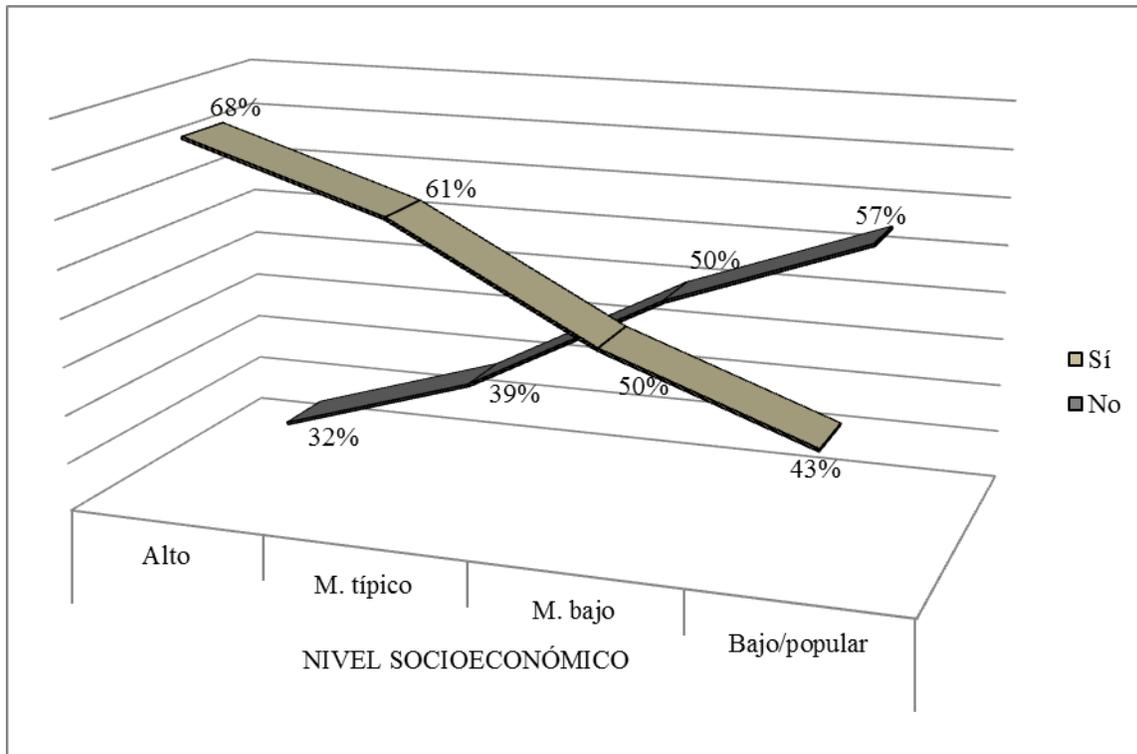
Otra relación que sigue la lógica en torno al conocimiento del DIC es la suscitada a propósito del nivel de instrucción de los consultados. Se pudo verificar que la mayoría de los que respondieron que escucharon hablar del DIC había terminado la universidad como mínimo; a diferencia de ellos, buena parte de quienes respondieron que no a esa misma pregunta dijeron no haber pasado la secundaria:

Gráfico 24
Conocimiento del DIC según grado de instrucción



Esas correlaciones se presentaron también en el terreno del nivel socioeconómico de las personas consultadas: las respuestas afirmativas provienen mayoritariamente de un mayor nivel socioeconómico y viceversa:

Gráfico 25
Conocimiento del DIC según nivel socioeconómico



Las audiencias primero

El DIC es visto por la mayoría de las personas como un derecho que tienen las audiencias. A esta conclusión se puede llegar tras analizar cada respuesta que, de forma libre, aportaron los consultados respecto a lo que era para ellos el DIC.

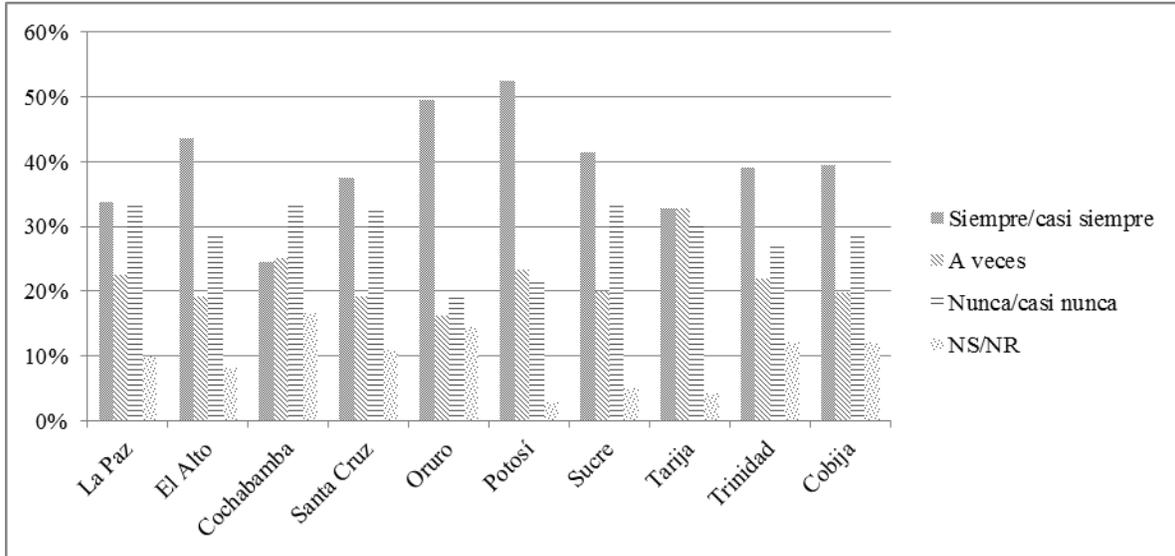
Si bien una considerable cantidad de personas se excusó de responder, los dos tercios de respuestas válidas que se obtuvo permiten advertir que para la mitad de los consultados el DIC tiene que ver con derechos de las audiencias, antes que con los de los periodistas –con un bajísimo 1%– o con los de ambos (6%). Otro dato significativo es que el DIC es vinculado con la libertad de expresión y opinión (20%).

El DIC es todavía un tema pendiente

La siguiente consulta sobre el DIC –relativa a su ejercicio en Bolivia– muestra interesantes dimensiones. Sobre la base de seis opciones (Siempre, Casi siempre, A veces, Casi Nunca, Nunca y No sabe/No responde), los resultados por ciudad permiten advertir una predominante inclinación en las ciudades del occidente del país (Potosí, Oruro y El Alto, principalmente) a afirmar que se ejerce este derecho; elemento éste que contrasta totalmente con la impresión

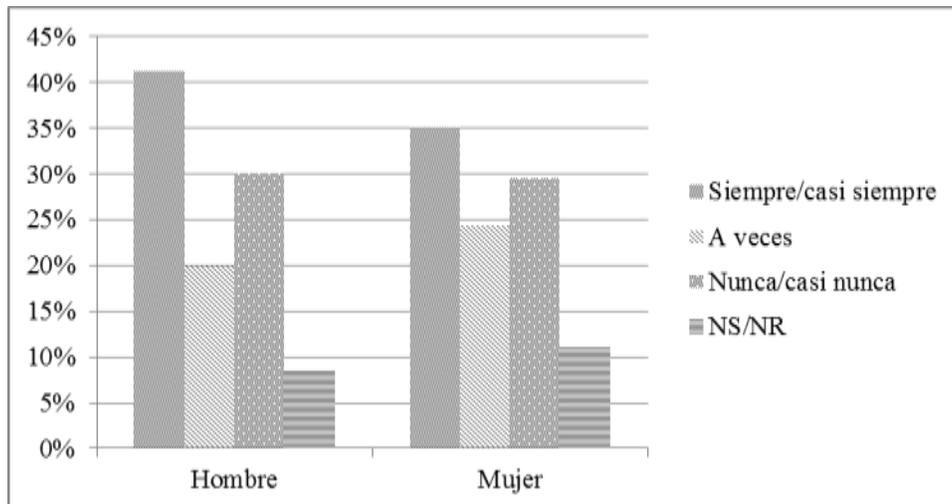
que tienen los cochabambinos, sucrenses, cruceños y paceños, quienes mayoritariamente se inclinaron por la opción “Nunca” o “Casi nunca” en cuanto al ejercicio del DIC.

Gráfico 26
¿Cree usted que el DIC se ejerce en Bolivia?



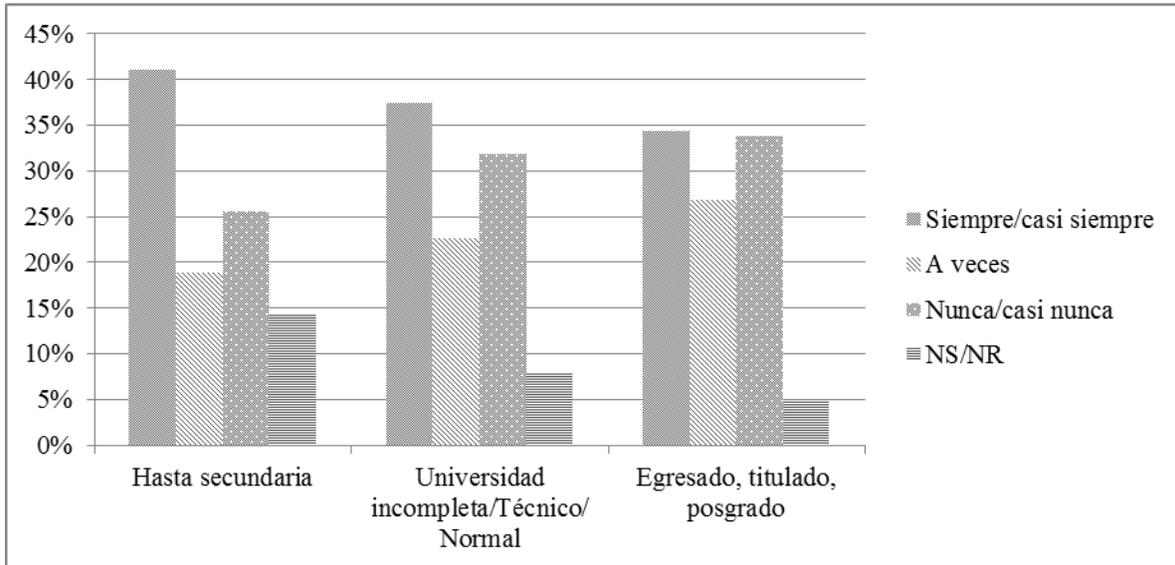
Para la mayor parte de los varones consulados, el DIC se ejerce siempre o casi siempre, lo mismo que para la mayoría de las mujeres consultadas:

Gráfico 27
Opinión sobre el ejercicio del DIC según sexo



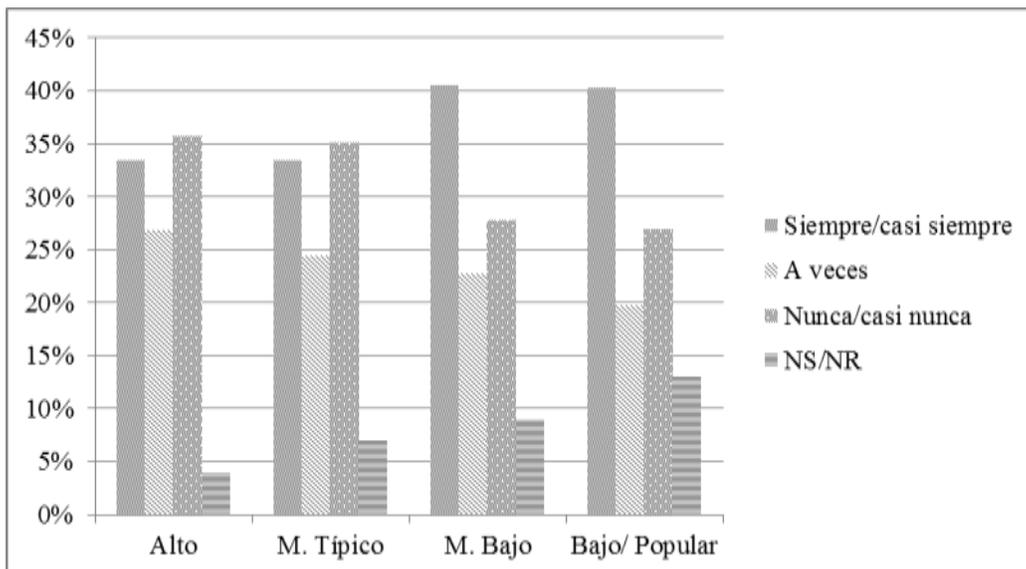
Sin excepciones, en el caso del DIC, la instrucción de las personas es algo que pesa en la percepción que tienen las mismas sobre su ejercicio: a mayor instrucción, mayor cuestionamiento al respecto y viceversa.

Gráfico 28
Opinión sobre el ejercicio del DIC según nivel de instrucción



No hay mucha diferencia en relación con el nivel socioeconómico. La opción “Nunca” y “Casi nunca” son las elecciones recurrentes de las personas con nivel alto.

Gráfico 29
Opinión sobre el ejercicio del DIC según nivel socioeconómico



Las cifras en rojo del DIC

Por demás llamativo es el hecho de que, incluso en aquellos casos de respuestas favorables acerca del ejercicio del DIC en Bolivia, la consulta sobre el porqué de esa apreciación obtuvo respuestas que apuntaban más bien a la falta de ejercicio del mismo.

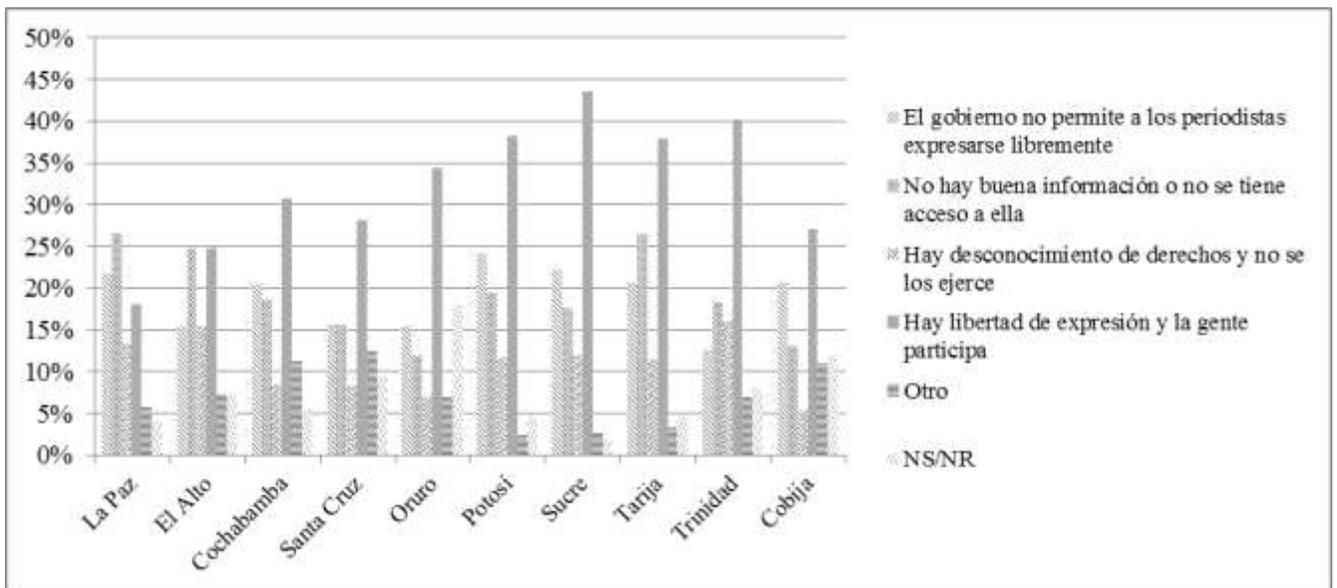
Por ejemplo, para fundamentar sus apreciaciones sobre el efectivo ejercicio del DIC, los consultados mencionaron la ausencia de libertad de expresión, el control gubernamental de la información, la carencia de una información de calidad o la manipulación de la información con fines políticos y el ejercicio deficitario del DIC; aunque también se señaló la evidente existencia de libertad de expresión. En consecuencia, la percepción que se tiene de este derecho es aún parcial y aparece limitada a aspectos relativos al trabajo de los medios de difusión; no se asume todavía que es un derecho de todas las personas con todo lo que ello implica.

Un análisis más pormenorizado de las cifras vinculadas con esas respuestas arroja los siguientes resultados:

a) El DIC se ejerce *siempre/casi siempre*

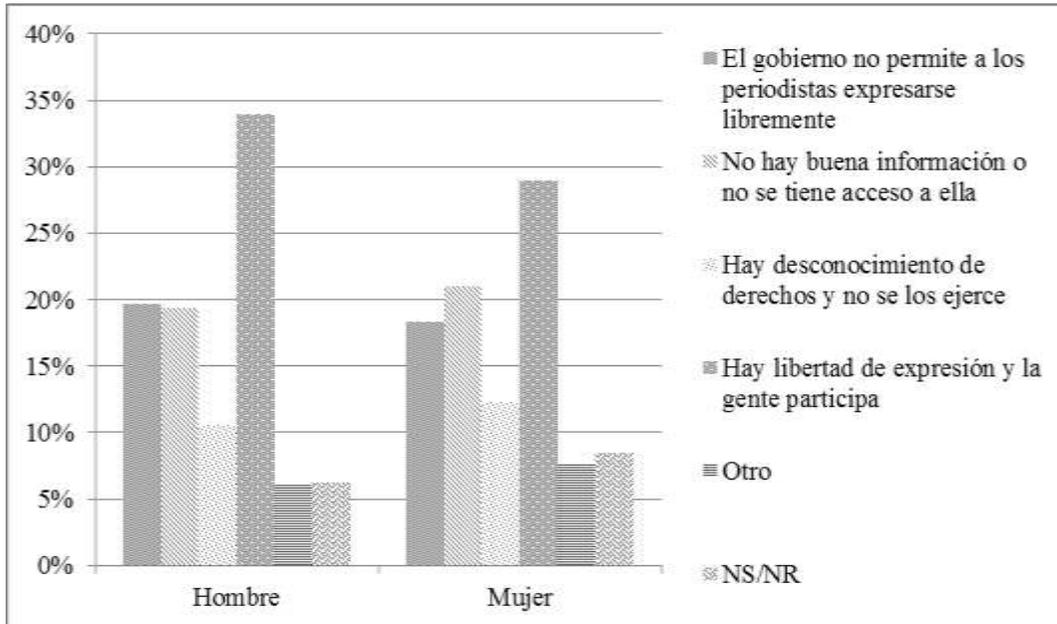
La mayor parte de las personas cree que en Bolivia hay libertad de expresión y que la gente participa; Sucre fue la ciudad con el mayor número de respuestas con esa orientación:

Gráfico 30
¿Por qué cree que el DIC se ejerce siempre o casi siempre en Bolivia?



Varones y mujeres afirmaron en su mayoría que existe libertad de expresión y participación:

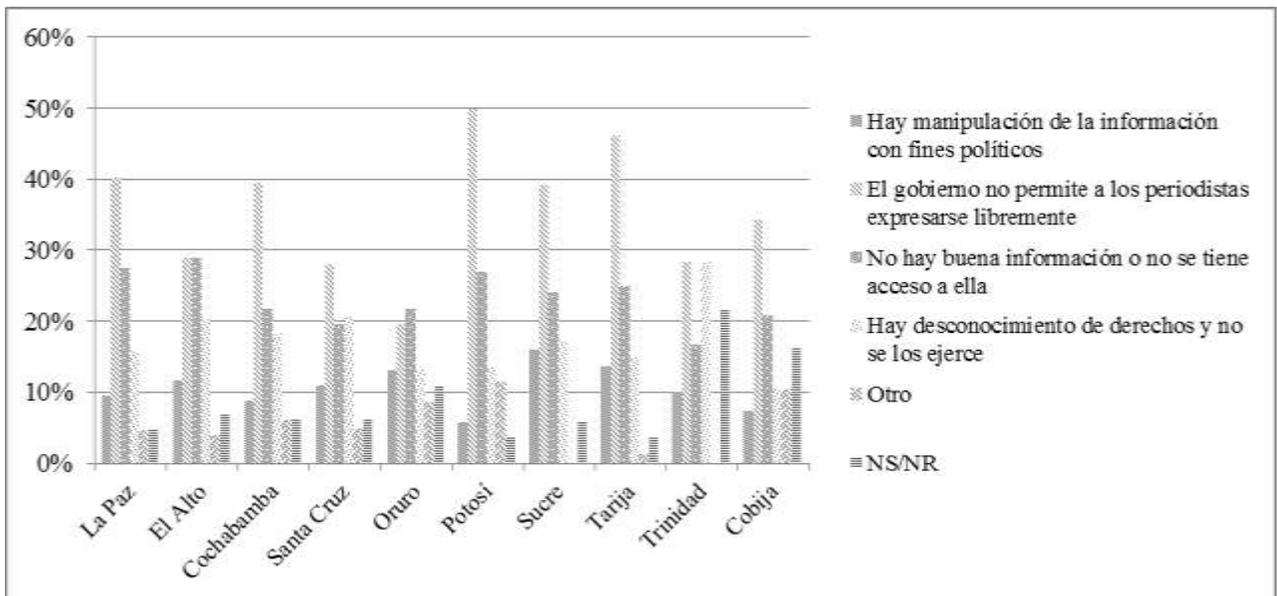
Gráfico 31
Razones por las que la gente cree que el DIC se ejerce en Bolivia, según sexo



b) El DIC se ejerce *nunca/casi nunca*

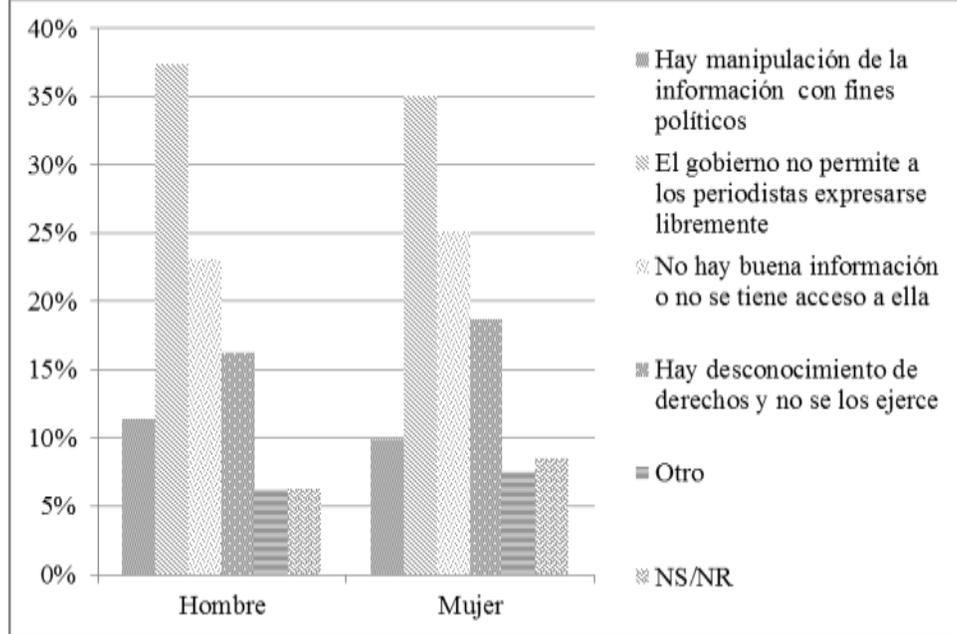
Predominó la impresión de que el gobierno controla la información y de que no se permite a los periodistas expresarse libremente; este planteamiento se concentró principalmente en Potosí:

Gráfico 32
¿Por qué cree que el DIC no se ejerce nunca o casi nunca en Bolivia?



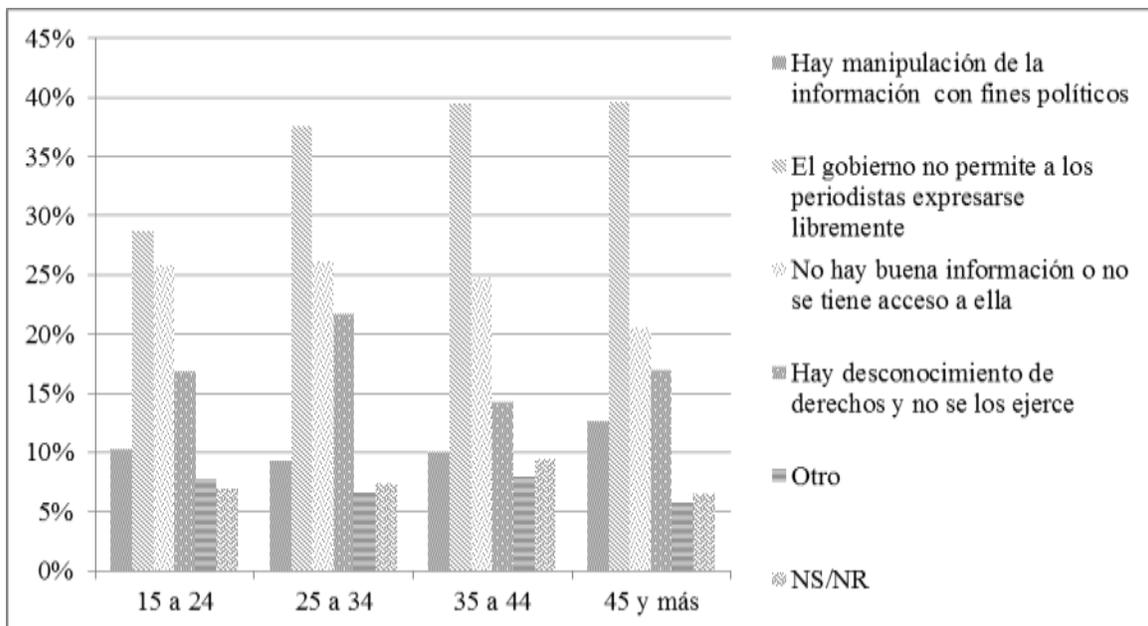
En cuanto a la distinción de esa respuesta por sexo, la mayoría quienes la plantearon fueron varones.

Gráfico 33
Razones por las que la gente cree que el DIC no se ejerce en Bolivia, según sexo



Las personas mayores de 45 años fueron las que mayoritariamente se refirieron al control gubernamental:

Gráfico 34
Razones por las que la gente cree que el DIC no se ejerce en Bolivia, según edad



8. CONCLUSIONES

La Consulta Ciudadana “Tu palabra sobre las noticias y el Derecho a la Información y la Comunicación” recogió un conjunto de percepciones de ciudadanos que, por su propia voluntad, respondieron al cuestionario que el ONADEM de la Fundación UNIR Bolivia aplicó en diciembre de 2012 en mesas instaladas en sitio públicos de las nueve capitales de departamento y El Alto

Esta investigación, en líneas generales, ha permitido establecer que:

- La televisión es el medio preferido para informarse y está situada en los extremos de la credibilidad: se le cree o no se le cree.
- La población se informa principalmente para “estar al tanto” e interrelacionarse y de manera secundaria para ejercer sus derechos ciudadanos.
- El trabajo de los periodistas es mejor valorado que la calidad de las noticias.
- Los periodistas de los medios nacionales son mejor valorados que los que trabajan en los medios locales.
- El Derecho a la Información y la Comunicación aún no está suficientemente posicionado y sólo es conocido de forma parcial.

A continuación se desglosan estas afirmaciones:

Acceso a medios

Los medios con mayor presencia en la población urbana son la TV abierta, la radio y secundariamente los periódicos. De entre ellos, se ha evidenciado que la TV abierta y la radio siguen siendo los más importantes medios de acceso a las noticias, puesto que además representan menos costos y no requieren que se tenga destreza en la lectura, como ocurre con los periódicos.

La gente que vive en las ciudades se informa por diversos medios, estableciendo una relación múltiple con ellos. Es decir, diariamente puede configurar distintas preferencias y diferentes tiempos dedicados a los medios. Así, aunque la mayoría de los encuestados señaló a la TV abierta como medio con mayor acceso, las personas dedican más horas a la radio y a las redes sociales cuando las usan.

Valoración de las noticias

La principal motivación para acceder a las noticias es enterarse de lo que sucede en Bolivia y en el mundo a fin de “estar al tanto” e interactuar en su ambiente social de manera informada. El interés por informarse de lo que sucede a nivel local a través de los medios parece ser menor en la mayoría de la población considerando que existen otras formas no mediáticas de conocer los hechos de la realidad municipal o barrial.

Al hablar de la utilidad de las noticias brindadas por los medios, las personas consultadas eligieron en primer lugar a la información internacional, lo que muestra que la fuente primaria de información sobre la realidad extranjera son los medios de comunicación masiva. Se puede, además, inferir que en los ámbitos nacionales y locales existen otros canales de información que permiten realizar un contraste respecto a lo que dicen los medios.

En el caso de la información política, se constata que las noticias sobre el accionar político de las autoridades nacionales y la gestión del Estado son consideradas muy importantes, en mayor proporción que las noticias “locales”.

Como primera opción se concibe la información como mecanismo para obtener “cultura general” o estar bien informado, y en menor grado como herramienta de control social o que posibilite ejercer derechos ciudadanos. Pese a ello, aproximadamente la mitad de los encuestados dice que usa las noticias para informarse sobre su municipio y el 45% para tomar decisiones en su vida cotidiana, lo cual quiere decir que las noticias cumplen un papel fundamental en la vida pública de los ciudadanos.

El interés manifiesto por las noticias nacionales e internacionales incide en que algunas redes de televisión y emisoras de radio de alcance nacional concentren la preferencia de las personas afectando a veces a las audiencias de medios de comunicación locales.

Credibilidad en la información

La credibilidad en la información difundida por los medios de comunicación (particularmente la televisión y la radio) aparece asociada con dos factores básicos: a) la amplitud de la cobertura noticiosa (temática y geográfica) y b) la seriedad e imparcialidad de los informadores. No hay referencias explícitas a la calidad de las noticias como un elemento que sea considerado al momento de otorgar credibilidad a un medio.

En esta materia, la credibilidad, la TV abierta demuestra a la vez el nivel más y menos alto de confianza según las personas consultadas. Este rasgo paradójico de la TV abierta se explica por la fragmentación de su audiencia, razón por la cual una misma persona que dice creer en las noticias de un canal dado afirma con la misma convicción que la información de otro canal no es confiable para nada.

La falta de credibilidad en la información difundida es explicada prioritariamente en todos los casos por la distorsión que las personas consultadas advierten en la difusión de ciertas noticias. La TV es también criticada por su sensacionalismo.

Preferencia en medios

Siendo la TV abierta el medio preferido para informarse, son las mujeres (55%) quienes la ven más que los varones (48,9%), en particular las personas de 18 a 44 años (18,8%), las cuales prefieren informarse mientras desarrollan actividades laborales u otras. El segundo lugar de

preferencia lo ocupa la radio, que es más escuchada por varones (25,8%) mayores de 45 años (33%).

Entre las razones de preferencia de medios figuran: a) el tratamiento informativo (imparcialidad, claridad y la inclusión de “buenas noticias”, por ejemplo); b) el tipo de información que se proporciona (local, nacional o internacional); c) aspectos formales y técnicos de esa información (buena señal, variedad y dinamismo), y d) la costumbre. De nuevo, la calidad de las noticias –en el sentido de pulcritud, corrección, verificación y balance de fuentes y precisión, entre otros aspectos– no es tomada en cuenta como parámetro para fundamentar la preferencia asignada a un medio.

Valoración de los periodistas

En términos generales, la mayoría de las opiniones da cuenta de que los periodistas son capaces profesionalmente y de que, por tanto, están cumpliendo “adecuadamente” su papel de informar a la población.

El trabajo de los periodistas es valorado positivamente como “bueno”, en mayor medida que la calidad de las noticias, tal como sucedió en la anterior versión (2008) de la Consulta Ciudadana. La población consultada califica mejor el trabajo de los periodistas nacionales, que sobre todo forman parte de las redes nacionales televisivas y de radio, que el de los periodistas locales, que trabajan en medios más pequeños.

Esta aproximación al estado de la opinión ciudadana confirma la importancia asignada por la población al trabajo periodístico y de los medios de comunicación en general, como también que las personas se mantienen atentas a las formas en que los periodistas realizan su labor, al igual que a las condiciones sociopolíticas en que se desempeñan.

Percepciones sobre el DIC

El Derecho a la Información y la Comunicación (DIC) es un tema del que la mayor parte de las personas encuestadas (51%) dice haber escuchado hablar alguna vez. El cruce de este dato con la edad, nivel de instrucción y nivel socioeconómico de los consultados permitió evidenciar que quienes tienen un nivel alto en esos tres aspectos poseen algún conocimiento sobre el DIC.

Por otra parte, se pudo establecer que el DIC es visto por la mayoría de las personas como un derecho cuyo ejercicio es vinculado principalmente con las libertades de expresión y opinión.

Sobre el ejercicio del DIC en Bolivia, en general, las personas consideran que se lo hace de manera satisfactoria. Las principales razones aportadas fueron la existencia de libertad de expresión y las posibilidades de participación de la gente. Sin embargo, el hecho de que entre los argumentos a favor de esa mirada optimista figuren también razones para pensar lo contrario muestra que el conocimiento y el ejercicio pleno del DIC siguen siendo temas pendientes en la sociedad boliviana.

En esa línea, un porcentaje significativo de los consultados piensa que el acceso a la información es limitado en Bolivia, lo cual atribuye principalmente a las “presiones y el control” que en su criterio ejerce el gobierno sobre los medios de comunicación.

La Consulta Ciudadana “Tu palabra sobre las noticias y el Derecho a la Información y la Comunicación” constató, finalmente, que el conocimiento ciudadano sobre la vigencia del DIC, constitucionalizado desde 2009, tiende a incrementarse, aunque evidenció al mismo tiempo que todavía no se tiene una comprensión suficiente de su naturaleza, características y alcances.

Los datos generales obtenidos dan cuenta de que, si bien existe en el país un interés ciudadano manifiesto respecto a la situación de los medios noticiosos y el periodismo, la población urbana está cada vez más adaptada a los modelos de información utilizados por los medios audiovisuales (superficialidad, mezcla temática, espectacularidad) y, por tanto, tiende a ser más condescendiente con ellos, así como a bajar los estándares de exigencia que había anteriormente. De igual manera, se puede advertir que se requiere de mayor información sobre el DIC a fin de que la ciudadanía se haga partícipe de su plena vigencia.

Anexos

FICHA TÉCNICA

Objetivo	Establecer las tendencias de la percepción y la opinión de diversos sectores ciudadanos en las 9 capitales departamentales (Oruro, Potosí, La Paz, Cochabamba, Sucre, Tarija, Trinidad, Cobija, Santa Cruz) más la ciudad de El Alto sobre la vigencia y el ejercicio del Derecho a la Información y la Comunicación, la calidad de la información noticiosa, la labor periodística y los medios de comunicación.
Muestra	3.150 ciudadanos mayores de 18 años
Tipo de muestra	Intencional y autoselectiva
Lugares y fechas	Jornada 1: La Paz, Cochabamba, Santa Cruz, El Alto y Sucre - sábado 1 de diciembre de 2012 Jornada 2: Trinidad, Cobija, Potosí, Tarija y Oruro - sábado 8 de diciembre de 2012
Técnica utilizada	Cuestionario con preguntas abiertas y de opción múltiple aplicado a personas voluntarias que acudieron a 40 mesas instaladas en plazas y mercado de las ciudades mencionadas
Apoyo técnico	Diagnosis S.R.L.

TALLER DE VALIDACIÓN

BOLETA CONSULTA CIUDADANA

La Paz, noviembre de 2012

LISTA DE PERIODISTAS

N°	Periodista*	Medio
1	Bascope Gabriela	Agencia de Noticias Autonómicas (ANA) - Ministerio de Autonomías
2	Claure Bernarda	Periódico digital PIEB
3	Duchén María Renée	Cadena A
4	Estevez Elizabeth	<i>El Diario</i>
5	Guiteras Yery	Red UNO
6	Mejía Lizbeth	Periodista independiente
7	Miranda Boris	<i>Página Siete</i>
8	Ramírez Ramiro	<i>Cambio</i>

(*) Todos los periodistas participaron en el taller a título personal.

CUESTIONARIO

CONSULTA CIUDADANA 2012

Tu palabra sobre las noticias y el Derecho a la Información y Comunicación (DIC)

1. ¿Qué medio de comunicación lee, escucha o ve diariamente? (Encierre en un círculo sólo los incisos de las respuestas. Pueden ser varias respuestas)		
1) Radio	4) Internet / sitios web	7) Revistas
2) Televisión local/abierta	5) Internet / redes sociales	8) Otro _____
3) Televisión por cable	6) Periódico impreso	9) Otro _____

2. ¿Cuántas horas en promedio dedica <u>cada día</u> a los medios de comunicación que me acaba de mencionar? (Si 1 hora o más, anotar 1; 1,5; etc. Si menos de una hora anotar 0,5; 0,25; etc)					
1) Radio		4) Internet / sitios web		7) Revistas	
2) Televisión local/abierta		5) Internet / redes sociales		8) Otro _____	
3) Televisión por cable		6) Periódico impreso		9) Otro _____	

3. ¿Y por cuál de estos medios de comunicación prefiere informarse diariamente y <u>en primer lugar</u> ? (Colocar al lado de la respuesta el número 1, y preguntar por los nombres específicos de radios, canales de TV, etc. de preferencia del entrevistado) ¿Y en segundo lugar? (Colocar 2) ¿Y en tercer lugar? (Colocar 3)		
1) Radio <input style="width: 20px; height: 15px;" type="checkbox"/>	4) Internet / sitios web <input style="width: 20px; height: 15px;" type="checkbox"/>	8) Otro _____ <input style="width: 20px; height: 15px;" type="checkbox"/>
_____	_____	_____
2) Televisión local/abierta <input style="width: 20px; height: 15px;" type="checkbox"/>	5) Internet / redes sociales <input style="width: 20px; height: 15px;" type="checkbox"/>	9) Ninguno <input style="width: 20px; height: 15px;" type="checkbox"/>
_____	_____	_____
<input style="width: 20px; height: 15px;" type="checkbox"/>	<input style="width: 20px; height: 15px;" type="checkbox"/>	

3) Televisión por cable _____	6) Periódico impreso _____
--------------------------------------	-----------------------------------

4. **(Preguntar por el medio mencionado en primer lugar)** ¿Por qué prefiere informarse por este medio de comunicación?

5. ¿Por cuál otro medio de comunicación se informa regularmente? **(Colocar en la línea el nombre específico del medio mencionado por el entrevistado)**

1) Revista _____	2) Semanario _____	3) Otro especificar _____	4) Ninguno <input type="checkbox"/>
-------------------------	---------------------------	----------------------------------	-------------------------------------

6. ¿Las noticias de los medios de comunicación le sirven para ... (leer opción) siempre, casi siempre, casi nunca o nunca? (Encierre en un círculo un solo número por fila)	Siempre	Casi siempre	Casi nunca	Nunca
1) Informarse sobre lo que pasa en el país y el mundo	1	2	3	4
2) Informarse sobre lo que pasa en su municipio	1	2	3	4
3) Saber cómo se gasta el dinero público	1	2	3	4
4) Saber qué hacen las autoridades	1	2	3	4
5) Tener una opinión sobre los asuntos de su interés	1	2	3	4
6) Hacer seguimiento a los temas de su interés	1	2	3	4
7) Tomar decisiones en su vida cotidiana	1	2	3	4

8) Estar bien informado	1	2	3	4
9) Conversar sobre hechos de actualidad	1	2	3	4
10) Educarse	1	2	3	4
11) Entretenerse	1	2	3	4
12) Ocupar su tiempo libre	1	2	3	4

7. ¿A las noticias de qué medio de comunicación les cree más? ¿En primer lugar? (Colocar al lado de la respuesta el número 1, y preguntar por un nombre específico de radio, canal de TV, etc. de preferencia del entrevistado) ¿Y en segundo lugar? (Colocar 2) ¿Y en tercer lugar? (Colocar 3)

1) Radio <input type="checkbox"/>	4) Internet / sitios web <input type="checkbox"/>	8) Otro _____ <input type="checkbox"/>
_____	_____	
2) Televisión local/abierta <input type="checkbox"/>	5) Internet / redes sociales <input type="checkbox"/>	9) Otro _____
_____	_____	
3) Televisión por cable <input type="checkbox"/>	6) Periódico impreso <input type="checkbox"/>	10) Ninguno <input type="checkbox"/>
_____	_____	

8. ¿Por qué cree más en este medio de comunicación? (preguntar por el medio mencionado en primer lugar)

9. ¿A las noticias de qué medio de comunicación les cree menos? **(Encierre en un círculo sólo el inciso de la respuesta y colocar el nombre del medio de comunicación)**

1) Radio _____	4) Internet / sitios web _____	8) Otro _____
2) Televisión local/abierta _____	5) Internet / redes sociales _____	9) Otro _____
3) Televisión por cable _____	6) Periódico impreso _____	

10. ¿Por qué cree menos en este medio de comunicación?

11. **(Leer opciones)** De la información que recibe de los medios de comunicación ¿Cuál de estos temas le resulta más útil? **(Colocar 1)** ¿Y en segundo lugar? **(Colocar 2)** ¿Y en tercer lugar? **(Colocar 3)** ¿Y en cuarto lugar? **(Colocar 4)** ¿Y en quinto lugar? **(Colocar 5)**

1) Noticias internacionales		6) Farándula		11) Servicios básicos		16) Otro	
2) Arte y cultura		7) Política		12) Sindical/gremial			
3) Policiales		8) Religión/espiritualidad		13) Ciencia/tecnología		18) Otro	
4) Deportes		9) Salud		14) Recursos naturales			
5) Economía		10) Local		15) Equidad de género		19) Ninguno	

12. ¿Según su opinión, LA CALIDAD de las noticias EN BOLIVIA es muy buena, buena, mala o muy mala?

1) Muy buena 2) Buena 3) Mala 4) Muy mala 5) Regular 6) NS/NR → **(Saltar a la P. 14)**

13. ¿Por qué dice eso?

14. ¿Usted diría que EL TRABAJO de los periodistas EN BOLIVIA es muy bueno, bueno, malo o muy malo?

1) Muy bueno 2) Bueno 3) Malo 4) Muy malo 5) Regular 6) NS/NR → **(Saltar a la P. 16)**

15. ¿Por qué dice eso?

16. ¿Usted diría que EL TRABAJO de los periodistas DE SU CIUDAD es muy bueno, bueno, malo o muy malo?

1) Muy bueno 2) Bueno 3) Malo 4) Muy malo 5) Regular 9) NS/NR → **(Saltar a la P. 18)**

17. ¿Por qué dice eso?

18. ¿Qué sugerencias les daría a los medios de comunicación en relación a las noticias?

1)

2)

3)

4)

5)

19. ¿Ha escuchado hablar del Derecho a la Información y la Comunicación?

1) Sí 2) No

20. ¿Qué es para usted el Derecho a la Información y la Comunicación?

(Explicar que el DIC en palabras sencillas es: el Derecho a saber, hacer saber y participar en la vida de la comunidad)

21. ¿Usted diría que el Derecho a la Información y Comunicación se ejerce en Bolivia siempre, casi siempre, casi nunca o nunca?

1) Siempre 2) Casi siempre 3) Casi nunca 4) Nunca 5) A veces 6) NS/NR

22. ¿Por qué dice eso?

La siguiente información es sólo para que podamos analizar sus respuestas. Es completamente confidencial

23. Sexo: 1) Hombre 2) Mujer	24. Edad
25. Nivel de instrucción 1) Primaria o menos 4) Normal, FFAA, Policía 2) Secundaria 5) Universidad incompleta 3) Técnico 6) Egresado, titulado, posgrado	26. En su casa tiene (Leer) 1) Alcantarillado 5) Internet 2) Agua potable por cañería 6) Automóvil 3) Teléfono fijo 7) Tarjeta de crédito 4) Teléfono celular

27. Ciudad	28. Zona
29. Hora	30. Nombre de Encuestador/a

EQUIPO OPERATIVO

Dirección Ejecutiva Fundación UNIR Bolivia	Antonio Aramayo Tejada
Gerencia de Información, Investigación y Análisis de Conflictos	María Soledad Quiroga
Observatorio Nacional de Medios	Erick Torrico Villanueva, Vania Sandoval Arenas, Sandra Villegas Taborga, Bernardo Poma Ulo, Óscar Meneses Barrancos, Cecilia Banegas Flores (Santa Cruz), Joana Tapia (Cochabamba), Virginie Poyetton y Giovanna Guzmán del Carpio
Unidad de Prensa y Promoción	Gabriela Ugarte, Oscar Pérez, Martín Sánchez, Iván Barba, Ernesto Durán
Personal Fundación UNIR Bolivia	Javier Vásquez, Emigdio Flores, Patricia Tellería, Marina Vargas, Noemí Valeriano, Willma Durán (Sucre) y Fernando Puente (Santa Cruz)
Consultores de apoyo	Ingard Mihahuching (Cobija), Liliana Fuentes (Trinidad), Alma Luz Forte (Tarija), Mónica Aramayo (Oruro) y Omar Velasco (Potosí),
Entrevistadores de apoyo	150 estudiantes de Comunicación, Administración de Empresas, Estadística y Derecho de la Universidad Amazónica de Pando, Universidad Autónoma del Beni, Universidad Privada Domingo Savio (Tarija y Santa Cruz), Universidad Técnica de Oruro, Universidad Tomás Frías (Potosí), Universidad Autónoma Gabriel René Moreno (UAGRM, Santa Cruz), Universidad Pública de El Alto (UPEA), Universidad Mayor de San Simón (Cochabamba), Universidad Mayor de San Andrés (UMSA) y Universidad Católica Boliviana “San Pablo”, Universidad San Francisco (USFA, La Paz), Diakonía (Universidad Católica Boliviana-Santa Cruz)
Apoyo especial de asistentes de investigación	La Paz: Gary Ramírez (UPEA), Ruddy Laura, Osvaldo Vargas, Pamela Condori, Jenny Soto, Dorita Ayala, Fabiola Cossío, Paola Mallea, Carlos Portugal y Suján Morales (UMSA), Bernarda Oxa, Maricruz Zalles y Vanessa Vélez (UCB), Vivian Aliaga (Universidad Loyola), Carolina Quisberth y Jadwy Roca (USFA) Santa Cruz: Jessica Olivares (Diakonía-UCB), Jessica Terceros (Universidad Privada Domingo Savio) y Dagner Hidalgo (UAGRM)

www.unirbolivia.org

Encuétranos en:



UNIRbolivia