

Análisis de indicadores de la confianza de los ciudadanos españoles en los medios en 2010¹

Sergio Roses (Universidad de Málaga)

Resumen

Se examina una serie de actitudes de los ciudadanos españoles hacia los medios relacionadas con estándares profesionales del periodismo (e.g.: exactitud, imparcialidad, pluralidad, completitud, transparencia, veracidad, separación de información y opinión, defensa del interés público). Se deduce de ellas la confianza o el escepticismo hacia los medios. Se empleó una encuesta telefónica suministrada a una muestra representativa de la población española (n=1202), conducida en 2010, y se examinó la existencia de asociación estadística entre las variables dependientes y un conjunto de variables independientes (sexo, edad, nivel de estudios, extremismo político, exposición a noticias de televisión, exposición a noticias de prensa, exposición a noticias de radio, exposición a noticias de medios digitales y medio preferido para informarse). Los resultados evidencian que más de la mitad de los encuestados son bastante escépticos con que los medios sean imparciales, respeten la pluralidad, defiendan los intereses de los ciudadanos, o reconozcan los errores que comenten. Así mismo, son algo escépticos con la exactitud de los datos de las informaciones y con que los medios separen información y opinión. Las cuestiones en las que los ciudadanos depositaron algo más confianza fueron la veracidad y la atención necesaria a los temas importantes. En definitiva, los españoles advierten algunas de las características del sistema de pluralismo polarizado imperante en España como la ausencia de pluralismo interno y la orientación de los medios hacia la defensa de intereses distintos a los de los ciudadanos. Se hallaron asociaciones, aunque de pequeña intensidad, con el nivel de estudios de los encuestados y su medio preferido para informarse, lo que indica que las personas con mayor formación y que prefieren informarse a través de medios digitales tienden a ser más escépticos con que los medios cumplan algunos de los estándares del periodismo planteados.

Palabras clave:

Confianza, credibilidad, escepticismo mediático, periodismo

¹ Investigación financiada por el Ministerio de Ciencia e Innovación del Gobierno de España, proyecto I+D CSO2008-05125.

Marco teórico y antecedentes

El estudio de la confianza en los medios es una línea de investigación de gran tradición en la literatura (Gaziano y McGrath, 1986; Meyer, 1988). Bajo el epíteto de estudio de la credibilidad percibida y, posteriormente, de la confianza en los medios o en el escepticismo mediático se han prodigado estudios sobre esta cuestión fuera de España (e.g.: Khorin y Mattes, 2007; Coleman et al., 2009; Vanacker y Belmas, 2009; Tsfati y Capella, 2005; etcétera) y en nuestro país (e.g.: Roses, 2010; Farias, 2010; Roses, 2009; Farias, 2010-2006; Diezhandino, 2007; Lozano, 2003; Rodrigo, 2005; etcétera). Vista la relevancia del apoyo cívico en la salud de la institución de los medios, es preciso examinar periódicamente actitudes del público relacionadas con su grado de confianza o escepticismo con el cumplimiento de determinados estándares profesionales del periodismo.

Al hablar de confianza de los ciudadanos en los medios en este trabajo, nos referimos a la confianza sistémica del espectro continuo de Vanacker y Belmas (2009), al constructo de orden superior que se distingue del concepto empírico de la credibilidad (Khorin y Mattes, 2007), constructo sujeto a la experiencia social de los individuos (Coleman et al., 2009), y que se expresa en un juicio sobre la actuación de los medios y varía a nivel individual (Tsfati y Capella, 2005). Entendemos la confianza (Roses, 2011b) como un juicio en el presente orientado al futuro sobre las expectativas respecto a la actuación de los medios, de que éstos—como institución social—atenderán a la función que socialmente se les ha encomendado, pero también en que su construcción periodística de la realidad se elabora de acuerdo a los criterios técnicos válidos—estándares profesionales—y éticos del Periodismo. Por consiguiente, confiar en los medios como institución implica también confiar en su capacidad y voluntad de ofrecer datos exactos, abordar de forma completa cada asunto, informar con veracidad, preservar el pluralismo, ser imparcial, o defender los intereses del público, entre otras expectativas, que habitualmente forman parte de los elementos y mitos fundacionales del periodismo (Kovack y Rosenstiel, 2001).

Hablar de confianza en los medios implica abordar también la idea de escepticismo desde la que se construye este trabajo. Influenciados por otros autores (Tsfati, 2003; Rodrigo, 2003), defendemos que el escepticismo es un estado mental intermedio entre la confianza y la no-confianza (ver Luhmann, 2005; Giddens, 2008). Un ciudadano escéptico sigue confiando en el sistema aunque sea de manera inconsciente. Por tanto, un ciudadano escéptico otorga en general poca o muy poca confianza a las organizaciones periodísticas, pero mantiene cierta confianza en el sistema. En consecuencia, los escépticos son, desde este punto de vista, más

conscientes de la naturaleza interpretativa de la construcción periodística de la realidad y más críticos con la actuación de la institución (Roses, 2010, p. 611).

Cualquier análisis de las actitudes de los ciudadanos hacia los medios ha de contextualizar el trabajo en el entorno en el que los individuos que son objeto de análisis experimentan su relación con los medios de comunicación y el periodismo. En el caso de España, han de mencionarse los rasgos que describen su sistema de medios y la cultura periodística de sus profesionales. Hallin y Mancini (2008) agruparon a España en los sistemas mediterráneos de pluralismo polarizado, caracterizados por realizar un periodismo más interpretativo, por el alto paralelismo entre la política de partidos y los medios, la instrumentalización política de los periodistas y su limitada autonomía profesional, el débil desarrollo de la prensa comercial, o el efectivo control del gobierno sobre los medios públicos. Esto es, según el análisis de estos autores, la institución de los medios en España no estaría completamente diferenciada del sistema político. Esto, sumado a la actual coyuntura económica del sector que está suponiendo una reducción del capital periodístico del sector (Farias y Roses, 2010; Roses, 2011c), ocasionaría a periodistas y medios de comunicación dificultades para trabajar de acuerdo a estándares profesionales del Periodismo internacionalmente aceptados (Kovack y Rosenstiel, 2001).

Recientes estudios realizados han indicado que aproximadamente la mitad de los españoles son escépticos en general con el medio prensa, en registros similares a los de sus vecinos europeos (Comisión Europea, 2009). Así mismo, depositan en los medios como institución una confianza media-baja comparada con la de otras instituciones como el Gobierno (CIS, 2009). Durante el último lustro, los españoles han aprobado la credibilidad de las informaciones de los medios (Farias, 2005-2011) aunque paulatinamente han ido percibiendo una mayor politización de éstos, percepción que ha ido pareja al desarrollo de una mayor desconfianza en información política suministrada por los medios (Roses, 2009, 2010), que puede originar una reducción del poder social de los medios en la democracia (Roses, 2011a).

Por otra parte, han sido escasos los trabajos que en España ha tratado de examinar las diferencias en el escepticismo de los ciudadanos a nivel individual (Roses, 2010). Numerosos, en cambio, han sido los estudios internacionales que han abordado esta tarea. Entre los predictores se han identificado variables demográficas (sexo, edad, raza, nivel de estudios), variables sociopolíticas (partidismo, ideología, cinismo político), y otras como la confianza en otras instituciones, la percepción de la hostilidad de los medios, o el patrón del consumo de medios o el medio preferido para informarse (Kioussis, 2001; Bennet et al., 2001; Tsfati, 2001b; Tsfati y

Capella, 2002; Jones, 2004; Lee, 2005; Tsfati y Cohen, 2005; Gronke y Cook, 2007; Wyatt et al., 2000; Jakob, 2010; etcétera). La mayor parte de los estudios han hallado efectos muy reducidos de las variables independientes. Han coincidido en que las variables sociopolíticas son las determinantes, así como el consumo de medios de comunicación alternativos, no así la exposición general a medios. No obstante, estos hallazgos están sujetos en su mayoría a contextos informativos que activan la implicación afectiva de los lectores. Por otra parte, no existe un criterio claro sobre la relevancia de las variables demográficas y la confianza en otras instituciones. Las diferentes operacionalizaciones de las variables, procedimientos analíticos y contextos espaciotemporales en que se realizaron las investigaciones impiden establecer una doctrina clara.

Objetivos del estudio

En esta ponencia se examina una serie de actitudes de los ciudadanos españoles hacia los medios, relacionadas con el cumplimiento de nueve estándares profesionales del periodismo (e.g.: exactitud, imparcialidad, pluralidad, completitud, transparencia, veracidad, separación de información y opinión, defensa del interés público, etcétera) y, en consecuencia, con la confianza o el escepticismo hacia los medios. De acuerdo a los condicionantes estructurales del sistema de pluralismo polarizado sobre el ejercicio del Periodismo en España, podemos establecer la siguiente hipótesis:

H1: Los españoles serán mayoritariamente escépticos con que los medios españoles cumplan los estándares profesionales del periodismo.

Por otra parte, teniendo en cuenta la escasez de estudios previos en la literatura española y la heterogeneidad de los resultados de investigaciones internacionales previas sobre la asociación de diversas variables independientes con la confianza en los medios, en vez de establecer una hipótesis, es más prudente proceder con talante exploratorio y formular la siguiente pregunta de investigación:

P1: ¿Están asociadas estas actitudes hacia los medios con el sexo, edad, nivel de estudios, extremismo político, exposición diaria a las noticias de prensa, radio, televisión y medios digitales, y al medio preferido para informarse de los encuestados?

Metodología

Se utilizó una encuesta telefónica asistida por ordenador (CATI) suministrada a una muestra representativa de la población española mayor de 18 años residente en hogares con teléfono. La elección de los hogares se hizo por muestreo aleatorio simple. La selección de las personas, mediante cumplimiento de cuotas de género, edad y zona geográfica proporcionales a las características de la población de referencia. El tamaño de la muestra fue de 1205 entrevistas con un error de muestreo absoluto para las estimaciones de los porcentajes referidas al total de la muestra próxima al $\pm 2,9\%$, bajo un nivel de confianza del 95,5%. La encuesta fue realizada entre los días 7 y 20 de septiembre de 2010².

Variables dependientes. El cuestionario incluyó una batería de nueve ítems³ medidos a través de escalas tipo Likert de cinco puntos (5, Muy de acuerdo; 1, Nada de acuerdo) más una opción de “no sabe” para medir el grado de confianza-escepticismo hacia nueve estándares profesionales del periodismo informativo expresados así: 1) “Los datos de las informaciones son exactos”. 2) “Los asuntos importantes reciben la atención necesaria en los medios”. 3) “Los medios ofrecen todos los datos relevantes de sus informaciones”. 4) “Las informaciones de los medios se corresponden con los hechos reales, son veraces”. 5) “Los medios incluyen todos los puntos de vista en las informaciones”. 6) “Las informaciones de los medios son imparciales, no toman parte por nada ni por nadie”. 7) “Las informaciones de los medios defienden los intereses de los ciudadanos”. 8) “Los medios reconocen los errores que comenten en sus informaciones”. 9) “Los medios separan los hechos de las opiniones en sus noticias”.

Variables independientes. “Sexo” fue operacionalizado a través de una variable categórica (Hombre, 1. Mujer, 2). “Edad” fue medida en años a través de una variable razón. “Nivel de estudios”, fue operacionalizada a través de una variable ordinal de 5 puntos (1, Sin estudios, 6 Licenciatura). “Extremismo político” fue operacionalizada a partir de una recodificación de la variable “Autoposición política” medida a partir de una escala ordinal de 11 puntos (1, muy de izquierdas; 11, muy de derechas). Posteriormente, fue recodificada en una variable ordinal (1, poco extremismo—indicaron 4, 5 ó 6 en la escala de autoposición política—; 2, extremismo medio—indicaron 2, 3, 7 u 8 en la escala de autoposición política— y 3, alto extremismo—

² El trabajo de campo fue realizado por la empresa Demométrica.

³ El cuestionario empleado fue diseñado para atender a diversos objetos de estudio además del que aquí se presenta. Los ítems fueron rotados para evitar sesgo de aquiescencia. Los encuestados que previamente indicaron en otras variables de la encuesta que no eran consumidores habituales de noticias a través de ningún medio no respondieron a este conjunto de ítems. Se consideró que no disponían de conocimiento suficiente para formar parte de la muestra. Por tanto, el número final de encuestados se redujo ligeramente. Asimismo, el número de respuestas válidas varía ligeramente entre los ítems.

indicaron 0, 1, 9 ó 10 en la escala de autopoición política). “Exposición diaria a las noticias de prensa, radio, televisión y medios digitales” se midieron en minutos diarios a través de cuatro variables razón⁴. “Exposición diaria a noticias” se calculó a partir de la adición de las puntuaciones de las cuatro variables razón de exposición a noticias. “Medio preferido para informarse” se operacionalizó mediante una variable categórica (1, Prensa; 2, radio; 3, TV; 4, medios digitales).

Procedimiento. Para el análisis univariado de los datos nos servimos de distribuciones de frecuencias y estadísticos de tendencia central y dispersión. En el caso del análisis bivariable, empleamos correlaciones de Pearson para el examen de la asociación lineal entre las variables dependientes y las variables independientes de tipo ordinal o razón. Se usó la prueba T de Student para comparar las medias en función del sexo del encuestado. Para examinar la variabilidad de las puntuaciones de las variables dependientes determinadas por una variable independiente de tipo categórico utilizamos la prueba ANOVA de un factor. Se informa de la F de Welch cuando no se cumple el supuesto de homogeneidad de varianzas, calculada con el estadístico de Levene. Así mismo, se calcularon las pruebas de Tuckey (para el caso de varianzas iguales) y T3 de Dunnett (para varianzas desiguales) para la comparación a posteriori de los pares de medias. El análisis de los datos se realizó por medio del software PASW Statistics.

Resultados

La H1 indicaba que los españoles serían mayoritariamente escépticos con que los medios españoles cumplan los estándares profesionales del periodismo. Los resultados indican que los encuestados experimentaban un grado de escepticismo diferente según el estándar profesional de que se trataba, aunque en general los datos apuntan a aceptar la hipótesis de partida. Al menos la mitad de los españoles es escéptica con seis de los nueve estándares del periodismo planteados en la encuesta. De acuerdo a sus respuestas, sólo el 35% de los encuestados es escéptico con que “los medios prestan la atención necesaria a los temas importantes” (M=3.13, Dt=1.11); un porcentaje similar al del 34% de españoles que es escéptico con que “los medios informan con veracidad” (M=3.06, Dt=1.04). Casi la mitad de los encuestados (46.4%) desconfía en algún grado con que “las noticias incluyen todos los datos importantes” (M=2.83, Dt=1.10).

⁴ Se realizó una detección y eliminación de outliers a través de la estandarización de los valores de los casos en puntuaciones Z.

Por otra parte, los datos demuestran que, en promedio, los ciudadanos son bastante escépticos con el cumplimiento del resto de estándares profesionales planteados en la encuesta. De hecho, más de la mitad de la población encuestada desconfía en algún grado del comportamiento de los medios de comunicación españoles. El 53.5% de los encuestados no confía en que “los medios separen hechos de opiniones en sus noticias” (M=2.65, Dt=1.08). El 56.9%, es escéptico con la “exactitud de las informaciones” (M=2.54, Dt=1.04). El 64.2%, no confía en que los medios sean transparentes y “reconozcan sus errores” (M=2.34, Dt=1.06).

Uno de los mayores grados de escepticismo recogidos en la encuesta se enfocó hacia uno de los mitos fundacionales del periodismo. El 65.1% de los ciudadanos desconfía de que “los medios defienden los intereses del público” (M=2.33, Dt=1.00). Dos tercios de los españoles (67%) tampoco confían en la “pluralidad interna de las informaciones”, esto es, son escépticos en algún grado con que las informaciones incluyan los puntos de vista de todas las partes implicadas en una historia (M=2.37, Dt=1.07). Por último, un 76.2% de los españoles es bastante escéptico con que “los medios informen con imparcialidad” sin tomar parte por nadie o por algo (M=2.06, Dt=0.98).

La pregunta de investigación P1 planteaba si están asociados los indicadores de confianza hacia los medios con el sexo, edad, nivel de estudios, autopercepción política, exposición a las noticias de prensa, radio, televisión y medios digitales de los encuestados, y el medio preferido para informarse. Los resultados no reflejan grandes diferencias ni fuertes asociaciones entre las variables estudiadas.

En el caso de las diferencias según el sexo de los encuestados, las pruebas T de Student realizadas arrojaron resultados diferentes para los distintos ítems analizados. No se hallaron diferencias significativas en el escepticismo de hombres y mujeres hacia los estándares del periodismo que plantean que “los medios dedican la atención necesaria a los temas importantes”, la completitud de las informaciones, la veracidad con la que informan los medios, la pluralidad interna de las informaciones, la defensa del interés del público, y la separación de hechos y opiniones en las noticias. Al contrario, descubrimos diferencias significativas según el sexo del encuestado en algunos ítems. Los hombres (M=2.46, Dt=1.06) tendían a desconfiar más que las mujeres (M=2.63, Dt=1.01) de la “exactitud de las informaciones de los medios”, $t(1076)=-2.65$, $p=0.008$. También, los hombres eran más escépticos (M=2.25, Dt=1.03) que las mujeres (M=2.52, Dt=1.07) con que “los medios reconocen sus errores”, $t(1082)=-4.18$, $p=0.000$.

Así mismo, los hombres desconfiaban en mayor grado ($M=1.97$, $Dt=0.92$) que las mujeres ($M=2.16$, $Dt=1.03$) de la “imparcialidad” de los medios españoles, $t(1083)=-3.06$, $p=0.002$.

El cálculo del coeficiente de correlación de Pearson apenas indicó la existencia de una asociación lineal significativa entre la edad del encuestado y su escepticismo hacia el cumplimiento de los nueve estándares del periodismo planteados. Sólo el escepticismo hacia que los medios incluyan los puntos de vista de todas las partes de una disputa en sus informaciones resultó estar correlacionado con la edad del encuestado ($r=0.10$, $p=0.000$), indicando que cuanto mayor era el encuestado mayor era su acuerdo con que los medios respetan la pluralidad interna en sus informaciones. Por consiguiente, los jóvenes serían más escépticos.

En el caso del nivel de estudios, el cálculo del coeficiente de correlación de Pearson arrojó un mayor número de asociaciones significativas. No se hallaron correlaciones entre el nivel de estudios del encuestado y su desconfianza a que los medios presten la atención necesaria a los temas importantes de los medios y a que los medios informen con veracidad. Al contrario, en el resto de casos, hallamos asociaciones negativas significativas. De hecho, encontramos correlaciones significativas al nivel de significación de 0.01 entre el nivel de estudios y la confianza en la “exactitud” ($r=-0.10$, $p=0.000$), “completitud” ($r=-0.08$, $p=0.005$), “pluralidad interna” ($r=-0.25$, $p=0.000$), “imparcialidad” ($r=-0.18$, $p=0.000$), “defensa del interés público” ($r=-0.16$, $p=0.000$), “reconocimiento de los errores” ($r=-0.18$, $p=0.000$) y “separación de hechos y opiniones en las noticias” ($r=-0.16$, $p=0.000$). Las correlaciones indican que cuanto menor es el nivel de estudios del encuestado, mayor es su acuerdo con que los medios cumplan con los estándares profesionales del periodismo. Por tanto, las personas con un nivel de estudios mayor, tienen a ser más escépticas con los medios según los datos.

El cálculo del coeficiente de correlación de Pearson indicó la existencia de una correlación negativa directa entre el extremismo político del encuestado y su grado de acuerdo con que los medios informen con imparcialidad ($r=-0.08$, $p=0.10$) a un nivel de significación del 0.05. No se hallaron asociaciones significativas para el resto de estándares profesionales planteados en la encuesta.

No hallamos asociaciones significativas entre la exposición a la radio de los encuestados y el grado de acuerdo con que los medios cumplen cada uno de los nueve estándares profesionales del periodismo recogidos en la encuesta. Encontramos una correlación positiva demasiado débil

para ser considerada entre la exposición a la televisión y el grado de acuerdo con que los medios informan con imparcialidad ($r=0.07$, $p=0.022$) a un nivel de significación de 0.05. De existir dicha asociación indicaría que las personas que consumen más televisión tienen a confiar más en la imparcialidad de los medios. También hallamos una correlación de signo negativo significativa entre la exposición a prensa y el grado de acuerdo con que los medios reconocen sus fallos ($r=-0.07$, $p=0.020$) a un nivel de significación de 0.05, lo que indicaría que los encuestados que consumían más prensa estaban menos de acuerdo con que los medios reconocen sus fallos, esto es, serían más escépticas con ellos. Por otra parte, hallamos una correlación indirecta significativa entre el consumo de medios digitales y el grado de acuerdo con que los medios defienden el interés público ($r=-0.06$, $p=0.04$) a un nivel de significación de 0.05, lo que significaría que los encuestados que se exponen durante más tiempo a medios digitales tienden a estar menos de acuerdo con que los medios defienden el interés del público, esto es, serían más escépticos. Por último, hallamos una correlación indirecta significativa entre la exposición a medios digitales y el grado de acuerdo con que los medios separan los hechos de las opiniones en sus informaciones ($r=-0.07$, $p=0.021$) a un nivel de significación de 0.05, lo que indicaría que los encuestados que se exponen durante más tiempo a los medios digitales tendían a estar menos de acuerdo con que los medios separar hechos de opiniones, por tanto, tendían a ser más escépticos.

Sólo encontramos una correlación indirecta significativa entre la “exposición diaria a las noticias” y las actitudes hacia los medios. Según los datos, existe una correlación indirecta entre la exposición diaria a las noticias y el grado de acuerdo con que “los medios reconocen los fallos” ($r=-0.06$, $p=0.04$) a un nivel de significación de 0.05, lo que indicaría que los encuestados que se exponían durante más minutos diarios a noticias tendían a estar menos de acuerdo con que los medios reconocen sus fallos, por consiguiente, estos encuestados serían más escépticos hacia los medios.

El medio preferido para informarse de los encuestados influye en su grado de acuerdo con que los medios informan con exactitud [$F(3, 1050)=5.31$, $p=0.001$]. Además, las pruebas post hoc confirman que existen diferencias significativas entre los medios preferidos. El mayor grado de acuerdo se obtiene cuando el encuestado prefiere la prensa ($M=2.77$) y el menor acuerdo—el mayor escepticismo—cuando prefiere los medios digitales ($M=2.41$). Estas diferencias de medias son estadísticamente significativas ($p<0.05$), a partir de los datos recabados con la prueba de Tukey.

El medio preferido por los encuestados influye en el grado de acuerdo con que los medios informan con completitud [$F(3, 1053)=3.94, p=0.008$]. Además existen diferencias según el medio preferido. El mayor grado de acuerdo los obtienen los que prefieren la televisión para informarse ($M=2.95$). El menor acuerdo, es decir, el mayor escepticismo, quienes prefieren los medios digitales ($M=2.71$). Estas diferencias de medias son estadísticamente significativas ($p<0.05$) de acuerdo a prueba post hoc de Tukey.

El medio preferido influye en el grado de acuerdo con que los medios incluyen todos los puntos de vista sobre un problema en sus informaciones [$F(3, 344.16)=10.79, p=0.000$]. El mayor grado de acuerdo lo obtienen quienes prefieren informarse a través de la televisión ($M=2.56$). El menor acuerdo, es decir, el mayor escepticismo, quienes prefieren los medios digitales ($M=2.16$). Las diferencias son estadísticamente significativas ($p<0.05$) de acuerdo a la prueba post hoc T3 de Dunnett.

El medio preferido influye en el grado de acuerdo con que los medios informan con imparcialidad [$F(3, 1055)=7.19, p=0.000$]. El mayor grado de acuerdo lo obtienen quienes prefieren informarse a través de la televisión ($M=2.23$). El menor acuerdo, esto es, el mayor escepticismo, quienes prefieren informarse a través de los medios digitales ($M=1.91$). Las diferencias son estadísticamente significativas ($p<0.05$) de acuerdo a la prueba post hoc de Tukey.

El medio preferido influye en el grado de acuerdo con que los medios defienden el interés del público [$F(3, 1060)=7.01, p=0.000$]. El mayor grado de acuerdo lo obtienen quienes prefieren informarse a través de la televisión ($M=2.52$). El menor grado de acuerdo, es decir, el mayor escepticismo, quienes prefieren los medios digitales ($M=2.21$). Las diferencias son estadísticamente significativas ($p<0.05$) de acuerdo a la prueba post hoc de Tukey.

El medio preferido influye en el grado de acuerdo con que los medios reconocen sus errores [$F(3, 1055)=4.53, p=0.004$]. El mayor grado de acuerdo lo obtienen quienes prefieren informarse a través de la televisión ($M=2.54$). El menor, es decir, el mayor escepticismo, quienes prefieren la prensa ($M=2.27$). Las diferencias son estadísticamente significativas ($p<0.05$) de acuerdo a la prueba post hoc de Tukey.

El medio preferido influye en el grado de acuerdo con que los medios separan los hechos de las opiniones en sus noticias [$F(3, 1012)=9.11, p=0.000$]. El mayor acuerdo lo obtienen quienes prefieren informarse a través de la TV ($M=2.85$). El menor, es decir, el mayor escepticismo,

quienes prefieren los medios digitales ($M=2.48$). Las diferencias son estadísticamente significativas ($p<0.05$) de acuerdo a la prueba post hoc de Tukey.

El medio preferido de los encuestados no influye en su grado de acuerdo con que los medios prestan la atención necesaria a los temas importantes, ni en el grado de acuerdo con que los medios informan con veracidad. La prueba de ANOVA resultó no significativa en ambos casos.

Conclusiones

Las tendencias detectadas en los datos recogidos en 2010 evidencian que más de la mitad de la ciudadanía española, dos tercios en muchos indicadores, es bastante escéptica con que los medios sean imparciales, respeten la pluralidad, defiendan los intereses de los ciudadanos, o reconozcan los errores que comenten al informar. Así mismo, los españoles son algo escépticos con la exactitud de los datos de las informaciones y con que los medios separen información y opinión. Por otra parte, las cuestiones en las que los ciudadanos depositaron algo más confianza fueron la veracidad y la atención necesaria a los temas importantes, no obstante, apenas se superó el centro de la escala por lo que no puede decirse que, de promedio, la ciudadanía confíe demasiado en que los medios actúen de acuerdo a estos estándares profesionales. Por todo esto, aceptamos la H1 que indicaba que los españoles serían mayoritariamente escépticos con que los medios españoles cumplan los estándares profesionales del periodismo.

Las tendencias detectadas en el estudio indican que existe una masa escéptica entre los españoles, que desconfía en algún grado de que los medios estén trabajando y respetando los nueve estándares profesionales del periodismo planteados en la encuesta. Los datos ponen de manifiesto que los encuestados reconocen algunas de los rasgos o, en palabras más críticas, de los problemas, del sistema de medios español (Hallin y Mancini, 2008), como la ausencia de pluralidad interna y de imparcialidad; como la orientación de los medios hacia la defensa de intereses políticos o comerciales en detrimento del interés público; o como el menor grado de profesionalización del periodismo, ejemplificado aquí con la limitada transparencia y responsabilidad de los medios a la hora de reconocer errores en sus informaciones. De esto, podemos interpretar una reducida confianza en la institución de los medios de noticias en España por parte de la mayoría de la población. Así mismo, podemos esperar una reducción de la capacidad de influencia en los ciudadanos y, especialmente, del valor de uso de las noticias de los medios, del valor de su producto informativo.

Por otra parte, los datos no ofrecen un retrato claro de quiénes componen la masa de escépticos. Por tanto, sólo podemos ofrecer una respuesta parcial y preliminar a la pregunta de investigación P1 que planteaba si un conjunto de variables a nivel individual (sexo, edad, nivel de estudios, autopercepción política, exposición a las noticias de prensa, radio, televisión y medios digitales de los encuestados, y el medio preferido para informarse) están asociadas los indicadores de confianza hacia los medios.

La ausencia de asociaciones claras entre las variables estudiadas podemos interpretarla como una muestra de la idiosincrasia de la sociedad española. Es decir, del mismo modo que el sistema de medios español presenta características distintivas y uniformes en su conjunto que los distinguen de otros, la ciudadanía española—como público o audiencia de ese sistema— puede compartir las actitudes hacia los medios que se han descrito en este trabajo como características distintivas de su sociedad. Asumimos que las actitudes de los ciudadanos hacia los medios están asociadas en alguna parte con la actuación de los medios. Por tanto, si tal y como sabemos los cambios en los sistemas de medios se producen en periodos largos de tiempo, no podemos esperar otra cosa de los cambios en las actitudes. De tal manera, que un amplio grupo de la población más allá de sus características individuales llega a desarrollar y compartir dichas actitudes hacia los medios en su conjunto.

En cualquier caso, los resultados indicaron la existencia de algunas diferencias a nivel individual. De acuerdo al análisis de los datos, los hombres de la muestra eran algo más escépticos con los medios en algunas cuestiones que las mujeres. Los jóvenes, algo más escépticos que los mayores. Los más cultivados intelectualmente también fueron algo más escépticos que los menos formados. Y los encuestados que preferían informarse a través de medios digitales eran algo más escépticos que los que preferían informarse a través de la televisión.

Dicho esto, hemos de aclarar que la existencia de algunas diferencias significativas como las encontradas no determina que este conjunto de variables sea realmente relevante en la variabilidad del escepticismo hacia los medios. De hecho, la mayoría de las diferencias de medias y de las correlaciones halladas eran considerablemente pequeñas al igual que en la mayor parte de los estudios internacionales previos mencionados en los antecedentes. Algunas de ellas eran incluso insignificantes, como es el caso de las halladas entre la exposición diaria a los distintos tipos de medios y las variables dependientes, por lo que no habrían de tenerse en cuenta. Otras diferencias, como las asociadas al sexo, edad y extremismo político del encuestado, siendo muy pequeñas, probablemente desaparecerían al controlar la incidencia de

otras variable como el nivel de estudios y el medio preferido para informarse. Por tanto, los resultados del análisis bivariable han de interpretarse con cautela y entenderse siempre desde el marco de este análisis preliminar.

Aun así, algunas de las asociaciones señaladas por los datos tienen bastante sentido. Es muy razonable pensar que las personas con mayor formación académica y que prefieren para informarse los medios digitales—mayoritariamente diarios digitales—y la prensa constituyan buena parte de la masa escéptica detectada en la encuesta, dado que posiblemente tengan mayor conocimiento, mayores necesidades de orientación y mayores expectativas depositadas en los medios que pueden ser fácilmente frustradas. Así mismo, es la prensa—en cualquiera de sus soportes—el medio que, al asumir el posicionamiento ideológico como estrategia comercial, mejor ejemplifica algunos de los incumplimientos de los estándares profesionales del periodismo planteados en la encuesta, como la ausencia de pluralidad interna o imparcialidad. Al contrario, también es razonable que las personas con menos estudios que prefieren informarse a través de la televisión formen parte del grupo menos crítico y escéptico con los medios ya que prefieren el producto informativo ‘espectacularizado’ que ofrece la televisión. En cualquier caso, a este respecto, es probable que la incidencia del nivel de estudios en las variables dependientes estudiadas sea más determinante cuando se combine con otras variables como la ocupación laboral. Por consiguiente, en futuros desarrollos de este trabajo sería conveniente estudiar la existencia de una correlación directa entre el estatus social del encuestado y el escepticismo hacia los medios.

Este trabajo presenta algunas limitaciones que han de ser mencionadas. En primer lugar, los indicadores de la confianza en los medios no tenían un gran poder discriminante. La medición a través de una escala par podría ayudar a mejorar esta capacidad. Por otra parte, la encuesta incluía una pregunta de control que impedía responder a los ítems sobre medios a los encuestados que no eran consumidores habituales (cinco días a la semana) de al menos un canal de comunicación. Futuros trabajos deberían incluir a las personas que no se informan por ningún canal habitualmente en la muestra. Por último, el procedimiento de análisis se ha fundamentado en análisis bivariable por lo que no se ha podido evaluar la influencia compartida de todas las variables independientes. Futuros desarrollos de esta investigación deberían optar por análisis multivariante.

Referencias

- Bennet, S. E., Staci, L. R., & Flinckinger, R. S. (2001). Assessing Americans' opinion about the news media's fairness in 1996 and 1998. *Political Communication*, 18, 163-182.
- Capella, J. (2002). Cynism and social trust in the new media environment. *Journal of Communication*, 52 (1), 229-241.
- Coleman, S., Anthony, S., & Morrison, D. (2009). *Public Trust In the News. A constructivist study of the social life of the news*. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism.
- Comisión Europea. (2 de 2009). *Eurobarómetro 72*. Recuperado el 20 de 4 de 2010, de Public Opinion Analysis:
http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/eb/eb72/eb72_anx_en.pdf
- Diezhandino, M. P. (2007). *Periodismo y poder*. Madrid: Prentice-Hall.
- Farias Batlle, P. (2010). The Press Crisis in Spain. Credibility and professionalism as main solutions. *Infoamérica*, 2, 59-68.
- Farias Batlle, P., (dir) (2005). *Informe Anual de la Profesión Periodística 2005*. Madrid: APM.
- Farias Batlle, P., (dir) (2006). *Informe Anual de la Profesión Periodística 2006*. Madrid: APM.
- Farias Batlle, P., (dir) (2007). *Informe Anual de la Profesión Periodística 2007*. Madrid: APM.
- Farias Batlle, P., (dir) (2008). *Informe Anual de la Profesión Periodística 2008*. Madrid: APM.
- Farias Batlle, P., (dir) (2009). *Informe Anual de la Profesión Periodística 2009*. Madrid: APM.
- Farias Batlle, P., (dir) (2010) *Informe Anual de la Profesión Periodística 2010*. Madrid: APM.
- Farias Batlle, P., (dir) (2011) *Informe Anual de la Profesión Periodística 2011*. Madrid: APM.
- Farias, P. & Roses, S. (2010). La crisis acelera el cambio del negocio informativo, *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 15, 15-32.
- Gaziano, C., & McGrath, K. (1986). Measuring the concept of credibility. *Journalism Quarterly*, 63, 451-462.
- Giddens, A. (2008). *Consecuencias de la modernidad*. Madrid: Alianza Editorial.
- Gronke, P., & Cook, T. (2007). Disdaining the Media: The American Public's Changing Attitudes Toward the News. *Political Communication*, 24 (3), 259.
- Hallin, D., & Mancini, P. (2008). *Sistemas mediáticos comparados*. Barcelona: Hacer editorial.
- Jackob, N. G. (2010). No Alternatives? The Relationship between Perceived Media Dependency, Use of Alternative Information Sources, and General Trust in Mass Media. *International Journal of Communication*, 4, 589-606.
- Jones, D. (2004). Why americans don't trust the media. *The Harvard International Journal of Press/Politics*, 9 (2), 60.

- Kiousis, S. (2001). Public trust or mistrust? Perceptions of media credibility in the information age. *Mass Communication & Society* (4), 381-403.
- Kohring, M., & Matthes, J. (2007). Trust in news media: development and validation of a multidimensional scale. *Communication Research* , 34 (2), 231-252.
- Kovack, B., & Rosenstiel, T. (2001). *Elements of Journalism: what newspeople should know and the public should expect*. New York: Crown Publishers.
- Lozano, J. (2003). En torno a la confianza. *Cuadernos de Información y Comunicación* , 8, 61-70.
- Luhmann, N. (2005). *Confianza*. Barcelona: Anthropos.
- Meyer, P. (1988). Defining and Measuring credibility of newspapers: Developing an index. *Journalism Quarterly* , 65, 567-574.
- Rodrigo Alsina, M. (2005). *La construcción de la noticia*. Barcelona: Paidós.
- Rodrigo Alsina, M. (mayo/junio de 2003). *Confianza en la información mediática*. Recuperado el 14 de 5 de 2008, de Revista CIDOB d'Afers Internacionals nº 61-62 , mayo/junio, pp.145-153.: <http://www.cidob.org/Castellano/Publicaciones/Afers/61-62rodrigo.html>
- Roses, S. (2009). ¿Crisis de confianza en los medios? Presentado en Actas del I Congreso Internacional Latina de Comunicación Social. Universidad de La Laguna, Tenerife, 2009. [<http://www.revistalatinacs.org/09/Sociedad/actas/63roses.pdf>]
- Roses, S. (2010) *Aproximación a la confianza de la ciudadanía en la institución mediática: El caso de España a través de datos cuantitativos (2006-2009)*. Universidad de Málaga. Tesis doctoral inédita.
- Roses, S. (2011a). Análisis de la credibilidad y la confianza que los españoles depositan en la información política que proporcionan los medios. En Farias, P. (dir) et al., *Informe Anual de la Profesión Periodística*, Madrid: APM, pp. 118-122.
- Roses, S. (2011b). Confianza en la institución de los medios: Una diferenciación teórica, *Razón y Palabra*, 76, [<http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3700557&orden=306400&info=link>].
- Roses, S. (2011c). Estructura salarial de los periodistas en España durante la crisis, *Revista Latina de Comunicación Social*, 66, [http://www.revistalatinacs.org/11/art/929_Malaga/08_Roses.html] DOI: [10.4185/RLCS-66-2011-929-178-209](https://doi.org/10.4185/RLCS-66-2011-929-178-209) / [CrossRef link](#)
- Tsfati, Y. (2001). Cynicism or skepticism? The valence of audience attitudes toward the media. Presentado en el *51st Annual International Communication Association Conference*. Washington, DC.

- Tsfati, Y., & Capella, J. N. (2005). Why do people watch news they do not trust? The Need for Cognition as a Moderator in the Association Between News Media Skepticism and Exposure. *Media Psychology*, 7 (3), 251-271.
- Tsfati, Y., & Cohen, J. (2005). Democratic consequences of Hostile Media Perceptions: The Case of Gaza Settles. *The Harvard International Journal of Press/Politics*, 10 (4), 28-51.
- Vanacker, B., & Belmas, G. (2009). Trust and the Economics of News. *Journal of Mass Media Ethics*, 24 (2 & 3), 110-126.
- Wyatt, R., Edy, J., Blake, K., & Mastin, Y. (2000). How general confidence in institutions predicts media credibility: a case against journalistic exceptionalism. Presentado en *the American Association of Public Opinion Research*. Portland.