

Septiembre 2022 | Alexandra Rounds

# Enfoque en la confianza en los medios de comunicación en América Latina y el Caribe

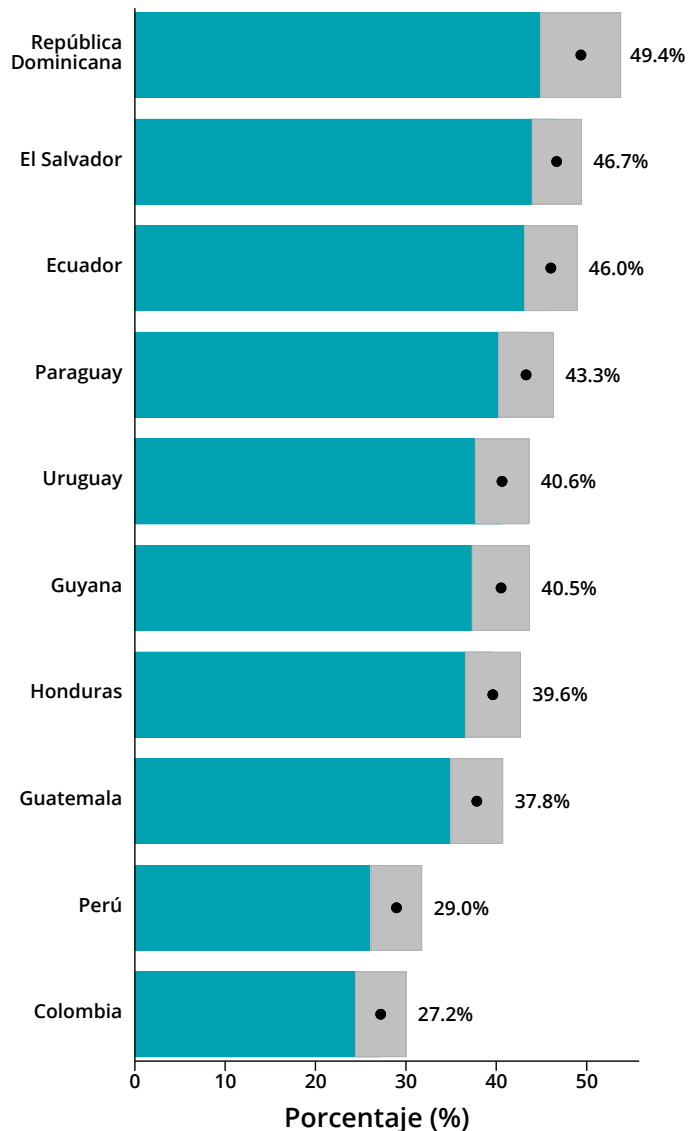
La confianza en los medios de comunicación en América Latina y el Caribe (ALC) disminuyó en 2021

## En ALC, menos de la mitad de las personas confían en los medios de comunicación

Desde 2004, el Barómetro de las Américas de LAPOP ha medido la confianza en los medios de comunicación en ALC mediante la siguiente pregunta: **B37. ¿Hasta qué punto confía en los medios de comunicación?** En la ronda de encuestas de 2021, esta pregunta se incluyó en las encuestas de 10 países de ALC. Los encuestados expresaron su opinión utilizando una escala de 1 a 7, donde 1 significa "nada" y 7 significa "mucho". Aquí recodificamos las respuestas en una variable dicotómica, lo que nos permite estimar el porcentaje de personas en el país que tienen confianza en los medios de comunicación. Específicamente, las respuestas se recodificaron para indicar confianza en los medios de comunicación combinando las respuestas "5" a "7" en una categoría, mientras que las respuestas restantes ("1" a "4") se ubicaron en una categoría de referencia.

Menos de la mitad de los encuestados en cada país de ALC encuestado manifiesta confiar en los medios de comunicación, aunque la confianza varía en la región. República Dominicana reporta la confianza más alta en los medios masivos (49.4%), mientras que Colombia demuestra el nivel más bajo de confianza (27.2%).

Confianza en los medios de comunicación, 2021



95% Intervalo de confianza  
(Efecto de diseño incorporado)

## En 2021, la confianza en los medios de comunicación en ALC disminuyó

La confianza en los medios de comunicación en ALC fue más alta en 2004 (65.7%), pero ha disminuido con el tiempo, alcanzando niveles mínimos históricos en 2021 (39.4%). Desde la encuesta anterior en 2018/19, la confianza en los medios de comunicación disminuyó por el mayor nivel registrado a para esta pregunta en el Barómetro de las Américas<sup>1</sup>.

**La confianza en los medios de comunicación es más alta entre mujeres, los individuos con niveles más bajos de educación, encuestados de mayor edad y aquellos con niveles más bajos de riqueza**

¿Qué características de los individuos predicen la confianza en los medios de comunicación en ALC? En promedio, las mujeres (43.1%) tienen más probabilidades que los hombres (35.7%) de tener confianza en los medios de comunicación<sup>2</sup>. La confianza es más alta entre quienes no tienen educación o al menos algo de educación primaria (46.8%) y más baja entre quienes tienen al menos algo de educación superior (27.6%). Las personas de 66 años o más (45.1%) son más propensas a informar que confían en los medios de comunicación que los grupos de mediana edad. Los de 18 a 25 años (42.5%) también tienen más probabilidad de confiar en los medios de comunicación que los de 26 a 35 años y los de 36 a 45 años. Las personas en los grupos de menor riqueza tienen más probabilidad de informar que confían en los medios de comunicación que los de los grupos más ricos<sup>3</sup>.

Alexandra Rounds es estudiante de tercer año en Vanderbilt University con especialización en Ciencias Políticas y Español. Ella espera seguir una carrera en derecho en el futuro.

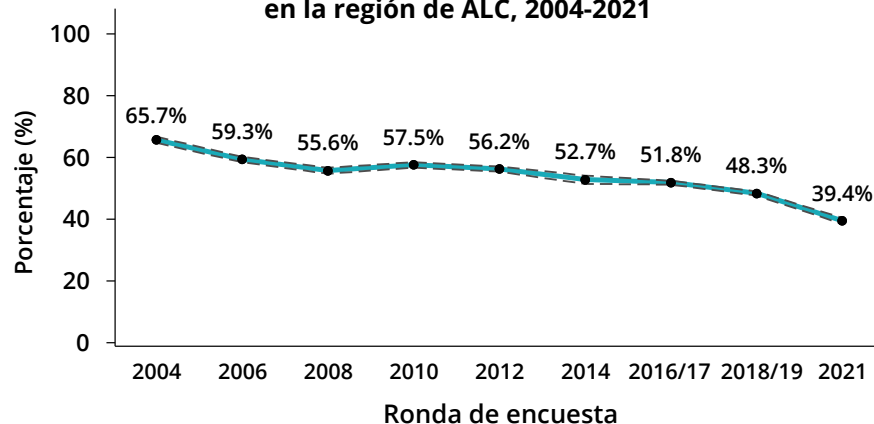
Editores de la serie: Sebastián C. Larrea, Vanderbilt University  
 Mariana Rodríguez, Vanderbilt University  
 Valerie Schweizer, Vanderbilt University  
 Laura Sellers, Vanderbilt University

<sup>1</sup> El número de países incluidos en el Barómetro de las Américas ha aumentado desde las rondas iniciales. Nuestras conclusiones en los análisis a lo largo del tiempo no cambian si nos enfocamos solo en los países encuestados constantemente desde 2004, o si nos enfocamos en los países incluidos en la ronda de 2021.

<sup>2</sup> Para evitar excluir del análisis a los encuestados no binarios, recodificamos la variable de género para incluir a los encuestados no binarios con mujeres. En esta encuesta en la región de ALC, el 0.28 % de los encuestados se identificó como un género diferente al hombre o la mujer.

<sup>3</sup> La variable de lugar de residencia (ur1new) se ha omitido para esta ronda de Enfoques debido a un cambio en el modo de encuesta para la ronda 2021 del Barómetro de las Américas.

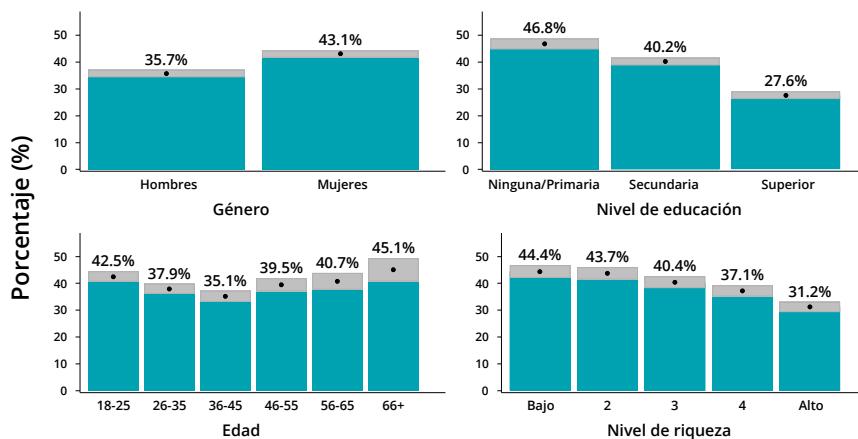
## Confianza en los medios de comunicación en la región de ALC, 2004-2021



— 95% Intervalo de confianza (Efecto de diseño incorporado)

Fuente: © Barómetro de las Américas por LAPOP, 2004-2021; GM\_20211108

## Confianza en los medios de comunicación en la región de ALC, 2021



■ 95% Intervalo de confianza (Efecto de diseño incorporado)

Fuente: © Barómetro de las Américas por LAPOP, 2021; GM\_20211108



**¿Interesado en saber más sobre el estudio del Barómetro de las Américas de LAPOP?**  
 Consulta los datos y nuestros informes en [www.vanderbilt.edu/lapop](http://www.vanderbilt.edu/lapop).

Como miembro fundador de la iniciativa de transparencia de la Asociación Americana para la Investigación de la Opinión Pública (AAPOR), LAPOP Lab se compromete a la divulgación rutinaria de nuestros procesos de recopilación de datos y presentación de informes. Se puede encontrar más información sobre los diseños de la muestra del Barómetro de las Américas en [www.vanderbilt.edu/lapop/core-surveys.php](http://www.vanderbilt.edu/lapop/core-surveys.php)

Los contenidos de este reporte de Enfoque corresponden a la autora y LAPOP y no reflejan necesariamente el punto de vista de cualquier institución financiadora. Las encuestas del Barómetro de las Américas de LAPOP son financiadas principalmente por USAID y Vanderbilt University. La ronda 2021 también tuvo el apoyo del BID, la Fundación Nacional de Ciencias de EE. UU. (NSF), y varios socios académicos e investigadores a lo largo de las Américas.