

UNIVERSIDAD PERUANA UNIÓN

FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y EDUCACIÓN

Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación



Confianza social, confianza política, confianza en los medios de comunicación, satisfacción con la democracia y consumo de información periodística en una muestra peruana

Tesis para obtener el Título Profesional de Licenciada en Ciencias de la Comunicación

Por:

Alci Luz Aurorita Lopez Diaz

Asesor:

Mg. Percy Germán Ruiz Mamani

Lima, junio de 2023

DECLARACIÓN JURADA DE AUTORÍA DE TESIS

Yo Percy Germán Ruiz Mamani docente de la Facultad de la Facultad de Ciencias Humanas y Educación, de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación, de la Universidad Peruana Unión.

DECLARO:

Que la presente investigación titulada: **“Confianza social, confianza política, confianza en los medios de comunicación, satisfacción con la democracia y consumo de información periodística en una muestra peruana”** de la autora Alci Luz Aurorita Lopez Diaz tiene un índice de similitud de 20% verificable en el informe del programa Turnitin y fue realizada en la Universidad Peruana Unión bajo mi dirección.

Y estando de acuerdo, firmo la presente declaración en la ciudad de Lima a los 14 días del mes de julio del año 2023.



Mg. Percy Germán Ruiz Mamani

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

En Lima, Ñaña, Villa Unión, a los 28 día(s) del mes de junio del año 2023 siendo las 09:00 horas, se reunieron en el Salón de Grados y Títulos de la Universidad Peruana Unión, bajo la dirección del presidente del jurado: Mtro. José Calsín Molleapaza; el secretario: Lic. Nick Josías Brañez Medrano y el asesor: Mg. Percy German Ruiz Mamani, con el propósito de administrar el acto académico de sustentación de la tesis titulada: "Confianza social, confianza política, confianza en los medios de comunicación, satisfacción con la democracia y consumo de información periodística en una muestra peruana" de la Bach. Alci Luz Aurorita López Díaz, conducente a la obtención del título profesional de Licenciada en Ciencias de la Comunicación.

El presidente inició el acto académico de sustentación invitando a los candidatos a hacer uso del tiempo determinado para su exposición. Concluida la exposición, el presidente invitó a los demás miembros del jurado a efectuar las preguntas, y aclaraciones pertinentes, las cuales fueron absueltos por el candidato. Luego, se produjo un receso para las deliberaciones y la emisión del dictamen del jurado.

Posteriormente, el jurado procedió a dejar constancia escrita sobre la evaluación en la presente acta, con el dictamen siguiente:

Candidato-(a): Bach. **Alci Luz Aurorita Lopez Diaz**

CALIFICACIÓN	ESCALAS			Mérito
	Vigesimal	Literal	Cualitativa	
	16	B	Bueno	Muy bueno

(*) Ver parte posterior

Finalmente, el presidente del jurado invitó al candidato a ponerse de pie, para recibir la evaluación final y concluir el acto académico de sustentación procediéndose a registrar las firmas respectivas.

"SUSTENTACIÓN REALIZADA BAJO LA MODALIDAD VIRTUAL SINCRÓNICA"



Mtro. Jose Calsín Molleapaza

Presidente (a)



Lic. Nick Josías Brañez Medrano

Secretario (a)



Mg. Percy German Ruiz Mamani

Asesor (a)



Alci Luz Aurorita Lopez Diaz

Candidato/a (a)

“Confianza social, confianza política, confianza en los medios de comunicación, satisfacción con la democracia y consumo de información periodística en una muestra peruana”

Social trust, political trust, trust in the media, satisfaction with democracy and consumption of journalistic information in a Peruvian sample

- a. <https://orcid.org/0000-0003-0000-0000> Alci Luz Aurorita López Díaz
- b. <https://orcid.org/0000-0002-2245-9491> Percy Germán Ruiz Mamani

Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación, Facultad de Ciencias Humanas y Educación, Universidad Peruana Unión

RESUMEN

América Latina es considerada la región más desconfiada del mundo. El Perú se sitúa entre los países con índices más elevados de corrupción, situación que genera un caos social y la desconfianza de sus ciudadanos en diversos aspectos sociales. Por esto, el objetivo de este estudio fue analizar un modelo de relaciones entre la confianza social, confianza política, confianza en los medios de comunicación, satisfacción con la democracia y consumo de información periodística. La muestra se realizó aplicando el método de muestreo no probabilístico del tipo por conveniencia. En total se obtuvo la participación de 1436 personas de nacionalidad peruana. Los resultados muestran que la confianza social se ve positivamente influenciada por la confianza en las instituciones estatales y en los medios de comunicación. A su vez, la confianza en los medios de comunicación es influenciada positivamente tanto por la satisfacción con la democracia como por la confianza en las instituciones, y ejerce un impacto positivo en el consumo de información. Se destaca la importancia de la confianza en los medios de comunicación tanto para la confianza social de la población como para el consumo de información.

Palabras clave: *Confianza social; confianza política; medios de comunicación; satisfacción con la democracia; consumo de información periodística; modelo de ecuaciones estructurales*

ABSTRACT

Latin America is considered the most distrustful region in the world. Peru ranks among the countries with the highest levels of corruption, which generates social chaos and distrust among its citizens in various social aspects. Therefore, the objective of this study was to analyze a model of relationships between social trust, political trust, trust in the media, satisfaction with democracy, and consumption of journalistic information. The sample was obtained using a convenience non-probabilistic sampling method. A total of 1436 individuals of Peruvian nationality participated in the study. The results show that social trust is positively influenced by trust in state institutions and the media. Furthermore, trust in the media is positively influenced by satisfaction with democracy and trust in institutions, and it has a positive impact on information consumption. The importance of trust in the media is highlighted for both social trust among the population and information consumption.

Keywords: *Social trust; political trust; media; satisfaction with democracy; consumption of journalistic information; structural equation model.*

INTRODUCCIÓN

La confianza social se considera uno de los elementos principales del capital social, y su construcción requiere de condiciones macro-contextuales adecuadas, como un gobierno eficiente y mayor equidad que fomente el sentido comunitario y un futuro colectivo (Güemes, 2018). Esta confianza implica la percepción de confiar en individuos que comparten valores similares (Siegrist, 2021) y se ve influenciada por el contexto en el que se construyen estructuras e imaginarios sociales, como la nacionalidad (Goldstein y Wiedemann, 2022), teniendo en cuenta las experiencias cotidianas informales y la información disponible (Güemes, 2018). Sin embargo, en América Latina, la confianza a menudo se asocia con ingenuidad en lugar de inteligencia social. En un contexto cultural donde la anomia y la falta de legalidad son comunes, la desconfianza se considera una respuesta racional (Bergman, 2009).

En la actualidad, América Latina se ha posicionado como la región más desconfiada del mundo en comparación con África y Asia. En el año 2020, los niveles de confianza interpersonal en América Latina alcanzaron un mínimo histórico del 12%, dos puntos porcentuales menos que el 14% registrado en 2018. Además, se percibe a las personas latinoamericanas como poco cuidadosas en sus relaciones con los demás, y se considera que es necesario desconfiar de aquellos que no se conocen (Corporación Latinobarómetro, 2021).

Perú se encuentra en el duodécimo lugar con un 10% en el índice de confianza interpersonal, y es el país que más desconfía de los tres poderes del Estado: Ejecutivo, Legislativo y Judicial (Estella, 2020). La desconfianza social se extiende a la confianza en los demás y también obliga a reflexionar sobre aquellos encargados de comunicar.

Es innegable que la confianza en los medios de comunicación ha disminuido significativamente en los últimos años (Hanitzsch et al., 2017). En América Latina, esta confianza alcanzó un mínimo histórico del 39,4% en 2021 (Rounds, 2022), mientras que en Perú, la confianza depositada en los medios de comunicación apenas llega al 22%. Este indicador refleja la brecha existente entre los medios y los ciudadanos, lo cual ha dado lugar a algún grado de polarización e incluso al surgimiento de formas alternativas de comunicación, relacionadas con el acceso masivo a internet y las redes sociales. Desde una perspectiva de modernidad, esto se ha convertido en una opción viable y ha llevado a cuestionar la confianza en los medios de comunicación y la credibilidad de la información. Resulta paradójico que se reporte un 27% de confianza en Facebook, una de las redes sociales más utilizadas en la región (Corporación Latinobarómetro, 2021).

La confianza en los medios tampoco salió indemne durante la última crisis sanitaria mundial y sus repercusiones. La pandemia de COVID-19 trastocó la confianza de muchas personas, generando confusión e incredulidad. A pesar de que los medios de comunicación y las redes sociales parecían ser la única forma de mantenerse en contacto con el mundo exterior, gran parte de la información comenzó a ser cuestionada y perdió credibilidad (Ghaddar et al., 2022), al mismo tiempo que el consumo excesivo de información provocaba un aumento en el pánico colectivo y, como resultado colateral, la aparición de síntomas de ansiedad (Liu y Liu, 2020).

Un estudio realizado por varias universidades peruanas en el año 2020 sobre la percepción del miedo y la exageración transmitida por los medios de comunicación durante la pandemia indicó que estos sentimientos fueron causados principalmente por la televisión y las redes sociales (Mejía, 2020). Se encontró que la información se percibió

como más exagerada en las redes sociales (64%) y en la televisión (57%). Además, la televisión (43%) generaba más miedo que las redes sociales (41%) en relación con temas relacionados con el COVID-19. Esto llevó a muchas personas a consumir menos medios de comunicación y a cuestionar con mayor frecuencia la veracidad de la información (Ghaddar et al., 2022).

Por otro lado, la confianza social también está relacionada con la política, ya que cuando el capital social es escaso, los ciudadanos suelen manifestar desconfianza hacia las instituciones públicas y una marcada antipatía política. La confianza política se refiere al apoyo que los ciudadanos brindan a las instituciones políticas, como el gobierno, el congreso y los partidos políticos (Van der Meer, 2017). Sin embargo, cuando estas instituciones presentan deficiencias, las relaciones de cooperación y confianza inevitablemente se debilitan (Lechner, 2002).

En los últimos años, la confianza en las instituciones gubernamentales de América Latina es encabezada por las Fuerzas Armadas (44%) y la Policía (36%), seguidas por el Poder Ejecutivo (27%), Judicial (25%) y Legislativo (20%). Por otro lado, la Iglesia ocupa el primer lugar con un 61% de confianza, mientras que los partidos políticos se sitúan en el último lugar con un 13% de confianza. Es importante tener en cuenta el contexto social y político de cada país al interpretar estos datos. En el caso de Perú, se observa una marcada desconfianza hacia los poderes gubernamentales. El Congreso de la República es la institución peruana en la que menos se confía, con un 7%. Los índices de confianza para el Gobierno y el Poder Judicial tampoco son alentadores, ambos presentan un 16%. Por otro lado, se observan porcentajes más favorables para la Iglesia

(63%), las Fuerzas Armadas (47%) y la Policía (31%) (Corporación Latinobarómetro, 2021).

Los altos niveles de desconfianza hacia el Estado reflejan la crisis política y democrática que experimenta una nación. En Latinoamérica, la satisfacción con la democracia fue del 25% en 2020. Uruguay, El Salvador y República Dominicana se sitúan en las primeras posiciones de este indicador con un 68%, 46% y 39% respectivamente. Por otro lado, Honduras (15%), Perú (11%) y Ecuador (11%) son los países con menor satisfacción con la democracia. Sin embargo, este descontento muestra más el malestar con los gobernantes que con la democracia en sí (Corporación Latinobarómetro, 2021).

Ante la ausencia de representación, es necesario revitalizar el liderazgo y realizar cambios socioeconómicos y culturales para que el Estado brinde garantías sociales y vaya desmantelando gradualmente la desconfianza arraigada. La confianza en las instituciones gubernamentales implica un trato igualitario, justo y correcto, alejado de la arbitrariedad y la discriminación que son perjudiciales para los intereses nacionales (Montero et al., 2008). Es decir, la percepción de las personas sobre el sistema político se basa en la confianza que tienen en las instituciones que los representan.

En otras palabras, cuando los ciudadanos perciben una cultura de legalidad, lucha contra la corrupción, participación ciudadana, políticas transparentes y apertura del gobierno, entre otros aspectos, la confianza política aumenta y el sistema democrático se fortalece (Newton y Norris, 2000). Por lo tanto, la confianza en las instituciones es un aspecto público y se construye en base a fuentes secundarias, especialmente los medios de comunicación de masas (Baeza, 2011). Por tanto, el objetivo de este estudio fue analizar un modelo multivariable de las relaciones entre la confianza social, confianza

política, confianza en los medios de comunicación, satisfacción con la democracia y consumo de información periodística en una muestra peruana.

MÉTODO

Diseño y Participantes

El presente estudio se llevó a cabo utilizando un diseño observacional-transversal (Ato et al., 2013) en una muestra de ciudadanos peruanos. La estimación del tamaño de muestra se realizó utilizando un software en línea propuesto por Soper (2021). Se consideró un tamaño de efecto anticipado de 0.1, un nivel de potencia estadística de 0.80, tres variables latentes y 30 variables observadas, y un nivel de probabilidad de 0.05. Como resultado, se determinó que el tamaño mínimo recomendado de la muestra sería de 1258 participantes.

Para la selección de la muestra, se utilizó un método de muestreo no probabilístico del tipo por conveniencia. En total, se logró la participación de 1436 personas de nacionalidad peruana en el estudio.

Procedimiento

Para el procesamiento de los datos, se realizó una transcripción de los datos en un documento de Word. A continuación, se llevó a cabo un análisis cruzado por dos investigadores de forma independiente, quienes extrajeron los párrafos relevantes para los objetivos del estudio. Este proceso se repitió hasta que en tres transcripciones consecutivas no se encontraron datos adicionales que contribuyeran a la comprensión de los objetivos establecidos. Posteriormente, ambos investigadores unieron sus análisis y llegaron a un consenso para obtener una única versión final.

Instrumentos

Cuestionario de características sociodemográficas.

El instrumento utilizado en esta investigación fue elaborado específicamente para los propósitos del estudio (ad hoc) y consta de 8 variables sociodemográficas. Estas variables incluyen la ideología política, edad, nivel educativo, sexo, nivel de ingresos, sector laboral, confianza en el gobierno y religión. Estas variables fueron seleccionadas con el objetivo de obtener información relevante sobre las características sociodemográficas de los participantes y su posible influencia en la confianza social, política y en los medios de comunicación, así como en la satisfacción con la democracia y el consumo de información periodística.

Escala de confianza en los medios de comunicación

Este instrumento originalmente fue diseñado por Kohring y Matthes (2007) en su versión en inglés titulada "Trust in News Media Development and Validation of a Multidimensional Scale". Consiste en 16 ítems que se evalúan en una escala de tipo Likert de 7 puntos. Esta escala se compone de 4 dimensiones relacionadas con la confianza en los medios de comunicación: confianza en la selectividad de los temas (4 ítems), selectividad de los hechos (4 ítems), exactitud de las representaciones (4 ítems) y evaluaciones periodísticas (4 ítems).

Para adaptar este instrumento al contexto específico del estudio, Prochazka y Schweiger (2018) realizaron modificaciones en la redacción de los ítems y ajustaron las respuestas a una escala de medida de 5 puntos (1 = Nada cierto, 2 = Poco cierto, 3 = Algo cierto, 4 = Muy cierto, 5 = Completamente cierto). La versión adaptada conservó los 16 ítems originales y demostró un alto nivel de consistencia interna (alfa de Cronbach = 0.93), así como confiabilidad en las dimensiones (entre 0.77 y 0.84). También se ha

informado que posee propiedades de medición adecuadas de la confianza en los medios de comunicación ($\chi^2 = 216.6$, $p < 0.001$, SRMR = 0.04, TLI = 0.96).

En cuanto a la escala de confianza social, originalmente consistía en un solo ítem, pero en un estudio posterior se desarrolló una medida de 3 ítems (Rosenberg, 1956). Sin embargo, en este estudio se utilizaron 6 ítems, ya que cada uno presentaba dos afirmaciones complementarias. Se modificaron los ítems para que cada uno tuviera dos afirmaciones relacionadas. Por ejemplo, el ítem "En general, ¿diría usted que se puede confiar en la mayoría de la gente o que nunca se es lo bastante prudente cuando trata uno con los demás?" se modificó en dos ítems: "En general, diría usted que: se puede confiar en la mayoría de la gente" y "nunca se es lo bastante prudente cuando uno se relaciona con los demás". Los ítems se evaluaron en una escala de respuesta de 11 puntos (0 = Totalmente en desacuerdo y 10 = Totalmente de acuerdo), según lo propuesto en el estudio de Montero et al. (2008).

Escala de confianza política

La escala de confianza en las instituciones políticas es una medida utilizada para evaluar el nivel de confianza que las personas tienen hacia las instituciones políticas en su país. Esta escala se deriva de las World Values Surveys y se considera un indicador de la confianza en las instituciones políticas (Montero et al., 2008). Consiste en 8 ítems que se evalúan en una escala de 11 puntos (0 = Desconfío totalmente y 10 = Confío totalmente). Cada ítem comienza con la pregunta introductoria: "En qué medida confía usted en cada una de los siguientes organismos o instituciones: en los políticos, en el gobierno, en los partidos políticos, etc.".

Las propiedades métricas de este instrumento han sido evaluadas en once países y se ha demostrado que es una medida unidimensional.

Escala de satisfacción con la democracia

La escala de satisfacción con la democracia es una medida utilizada para evaluar el grado de satisfacción de las personas con el funcionamiento de la democracia en un país específico. Esta escala proviene del International Social Survey Programme (ISSP) y de las World Values Surveys. Consiste en una pregunta única: "¿Está usted satisfecho con el funcionamiento de la democracia en el Perú?", con opciones de respuesta en una escala de tipo Likert de 4 puntos (0 = Nada satisfecho y 3 = Muy satisfecho).

Por otro lado, la escala de consumo de información periodística es un ítem diseñado específicamente para este estudio y se utiliza para medir la frecuencia con la que las personas consumen información periodística sobre la realidad social, política y económica del país. La pregunta formulada es: "¿Con qué frecuencia usted consume información de la realidad social, económica y política del país?", y las opciones de respuesta se configuran en una escala Likert de 5 puntos (1 = Nunca y 5 = Siempre).

Procedimiento

El proceso de recolección de datos se llevó a cabo utilizando un cuestionario elaborado en un formulario en línea de Google Forms. Este cuestionario incluyó los diferentes instrumentos de recolección de datos utilizados en el estudio. El formulario estuvo disponible durante un período de 20 días en mayo de 2022 y se difundió a través de las redes sociales, específicamente en plataformas como Facebook y WhatsApp. El tiempo estimado para completar el cuestionario fue de aproximadamente 15 minutos.

Los participantes tuvieron la oportunidad de responder a las preguntas de manera voluntaria y confidencial.

Análisis Estadístico

Se realizó un análisis descriptivo de los datos, calculando los coeficientes de asimetría y curtosis para evaluar la distribución de las variables. Se consideró que los valores superiores a 1.5 indicarían una distribución sesgada. A continuación, se llevó a cabo un análisis de correlaciones bivariadas utilizando el coeficiente de correlación de Pearson, calculando los intervalos de confianza al 90%.

Posteriormente, se realizó un análisis multivariable utilizando el modelo de ecuaciones estructurales (SEM) a través del análisis factorial confirmatorio (AFC). Para este análisis, se utilizó el método de estimación robusta de mínimos cuadrados ponderados con media ajustada (WLSM), considerando la ordinalidad de los datos. El modelo fue evaluado utilizando diversos índices de bondad de ajuste, como el índice de ajuste comparativo (CFI) y el índice Tucker-Lewis (TLI), donde valores entre 0.90 y 0.95 indican un ajuste aceptable, y valores superiores a 0.95 indican un ajuste satisfactorio. Además, se evaluó el residuo estandarizado cuadrático medio (SRMR) y los parámetros para el error cuadrático medio de aproximación (RMSEA), donde valores entre 0.05 y 0.08 indicarían un ajuste aceptable, y valores inferiores a 0.05 indicarían un ajuste satisfactorio. Los análisis estadísticos se llevaron a cabo utilizando el programa R y RStudio, así como SPSS.

Aspectos Éticos

Este estudio fue sometido a evaluación y obtuvo la aprobación del comité de ética de la Universidad Peruana Unión. Se siguió un protocolo ético para garantizar la

protección de los participantes involucrados. Se solicitó la participación voluntaria de las personas, a quienes se les proporcionó información detallada sobre los objetivos de la investigación, los procedimientos involucrados, el manejo de los datos personales y la confidencialidad de la información recolectada.

Se enfatizó que la participación era completamente voluntaria y que los participantes tenían el derecho de retirarse en cualquier momento sin consecuencias adversas. Asimismo, se les aseguró que se mantendría la confidencialidad de su información personal y que los datos se utilizarían únicamente para fines académicos y de investigación.

Antes de participar, se obtuvo el consentimiento informado de cada participante, lo que significa que estaban plenamente informados sobre los detalles del estudio y habían dado su aprobación para participar de manera consciente. Solo se incluyeron en el análisis los datos de aquellos participantes que habían aceptado participar voluntariamente y habían proporcionado su consentimiento informado.

RESULTADOS

La muestra utilizada en este estudio estuvo compuesta principalmente por participantes de género femenino, representando el 54.7% del total. En cuanto a los niveles educativos, se observó que el 23% tenía educación técnica, el 38.8% tenía educación universitaria y el 24.6% había cursado estudios de posgrado. En relación a la religión, se encontró que el 44.8% de los participantes se identificaba como católico, el 36.4% como adventista y el 8.1% como evangélico. En términos geográficos, la mayoría de los participantes provenían de la costa del país. En cuanto a la modalidad de trabajo, el 64% indicó realizarlo de manera presencial, mientras que el 14.3% lo realizaba de

forma virtual. En cuanto a los ingresos mensuales, el rango más frecuente fue de S/ 1001.00 a S/ 2000.00 soles, abarcando el 26.5% de los participantes. En cuanto al estado civil, la mayoría de los participantes se encontraba soltero, representando el 55.7%. Respecto a la situación laboral, el 73.2% de los participantes tenía empleo dependiente. En cuanto al sector laboral, el 35.6% trabajaba en el sector privado y el 34% en el sector público. En relación a la ideología política, la mayoría de los participantes se identificó como de centro (55.2%), seguido de aquellos que se consideraban de derecha (32%) y de izquierda (12.8%). Por último, la ciudad de Lima fue la que aportó la mayor proporción de participantes, representando el 49.8%, mientras que el resto de las ciudades del país tuvieron distribuciones que oscilaban entre el 1.3% y el 5.6%.

Tabla 1

Características sociodemográficas de los participantes del estudio

VARIABLES	n	%	VARIABLES	n	%
Sexo			Estado civil		
Femenino	785	54.7	Soltero	800	55.7
Masculino	651	45.3	Casado	437	30.4
Nivel educativo			Conviviente	137	9.5
Sin estudios	6	0.4	Divorciado	43	3.0
Primaria	12	0.8	Viudo	19	1.3
Secundaria	178	12.4	Situación laboral		
Superior técnico	330	23.0	Dependiente	884	73.2
Universitario	557	38.8	Independiente	324	26.8
Posgrado	353	24.6	Sector laboral		
Religión			Privado	422	35.6
Adventista	522	36.4	Público	403	34.0
Católico	644	44.8	Ninguno	361	30.4
Evangélico	116	8.1	Ideología política		

Mormón	20	1.4	Derecha	460	32.0
Testigo de Jehová	14	1.0	Centro	792	55.2
Otro	120	8.4	Izquierda	184	12.8
Región de procedencia			Departamento de origen		
Costa	767	53.4	Lima	715	49.8
Sierra	407	28.3	Amazonas	73	5.1
Selva	262	18.2	Loreto	71	4.9
Modalidad laboral			Lambayeque	59	4.1
No trabaja	311	21.7	Puno	57	4.0
Presencial	919	64.0	La libertad	54	3.8
Virtual	206	14.3	Tacna	53	3.7
Ingresos			Arequipa	48	3.3
< 100	239	16.6	Cusco	47	3.3
101 - 500	147	10.2	Ica	46	3.2
501 - 1000	200	13.9	Pasco	44	3.1
1001 - 2000	381	26.5	San Martín	43	3.0
2001 - 3000	201	14.0	Cajamarca	27	1.9
3001 - 4000	107	7.5	Junín	18	1.3
+ de 4000	161	11.2	Otros	81	5.6

En la Tabla 2 se presentan los análisis descriptivos de las variables. Las medias y desviaciones estándar indican que hay una variabilidad adecuada en los datos. Además, los coeficientes de asimetría y curtosis son inferiores a 1.5, lo cual sugiere que las variables presentan una distribución univariada cercana a la normalidad. Esto es un indicativo de que los datos no presentan sesgos importantes y se ajustan bien a la distribución teórica esperada.

Tabla 2

Media, desviación estándar y análisis de normalidad univariada de las variables en estudio

Variables	M	DE	g1	g2
Satisfacción con la democracia	1.83	0.67	0.76	1.39
Consumo de información periodística	3.38	0.86	-0.15	0.12
Confianza en los medios de comunicación	42.35	10.43	-0.02	0.22
Confianza social	26.18	7.28	-0.38	0.25
Confianza política	24.25	17.13	0.89	0.65

Nota: M = Media, DE = Desviación estándar, g1 = Coeficiente de asimetría, g2 = Coeficiente de curtosis.

En la Tabla 3 se presentan los resultados de los análisis de correlación entre las variables de estudio. Los resultados indican que existen correlaciones significativas entre las variables. Se observa una correlación positiva entre la satisfacción con la democracia y la confianza en los medios de comunicación, la confianza social y la confianza en las instituciones del estado. Además, se encontró una correlación positiva entre el consumo de información periodística y la confianza en los medios de comunicación, así como una correlación positiva entre la confianza en los medios de comunicación y la confianza social y la confianza en las instituciones del estado. Finalmente, se observa una correlación positiva entre la confianza social y la confianza en las instituciones del estado. Todas estas correlaciones son significativas a un nivel de $p < .01$, lo cual indica una asociación estadísticamente significativa entre las variables.

Tabla 3

Análisis de correlaciones con intervalos de confianza entre variables de estudio

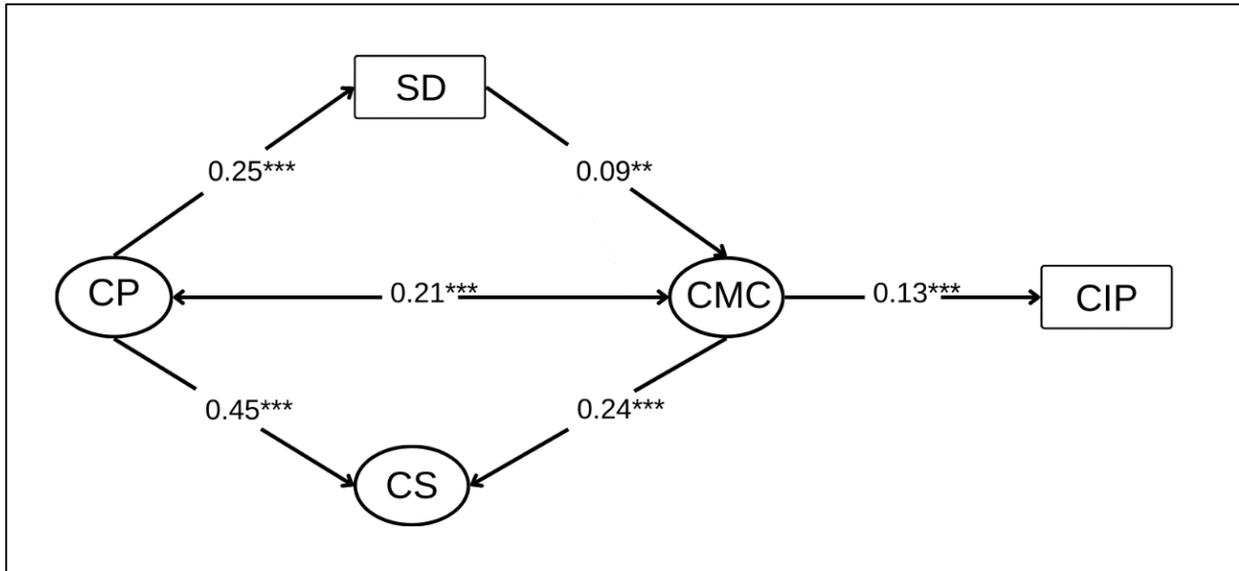
Variable	1	2	3	4
1. SD				
2. CIP	-0.00			
	[-.05, .05]			
3. CMC	.14**	.13**		
	[.09, .19]	[.07, .18]		
4. CS	.17**	.06*	.28**	
	[.12, .22]	[.00, .11]	[.23, .33]	
5. CP	.25**	.01	.21**	.41**
	[.20, .30]	[-.04, .06]	[.16, .26]	[.37, .45]

Nota: SD = Satisfacción con la democracia, CIP = Consumo de información periodística, CMC = Confianza en los medios de comunicación, CS = Confianza social, CP = Confianza política. M y SD se utilizan para representar la media y la desviación estándar, respectivamente. Los valores entre corchetes indican el intervalo de confianza del 95% para cada correlación. El intervalo de confianza es un rango plausible de correlaciones de población que podrían haber causado la correlación de la muestra (Cumming, 2014). * $p < .05$. ** $p < .01$.

El análisis factorial confirmatorio se realizó mediante el modelamiento de ecuaciones estructurales (SEM) y se consideraron todas las variables de estudio dentro del modelo. Se observa que la confianza en las instituciones del Estado tiene un efecto positivo sobre la satisfacción con la democracia ($\beta = 0.25$, $p < 0.001$), sobre la confianza social ($\beta = 0.45$, $p < 0.001$) y se correlaciona positivamente con la confianza en los medios de comunicación ($r = 0.21$, $p < 0.001$). Asimismo, la satisfacción con la democracia tiene un efecto positivo sobre la confianza en los medios de comunicación ($\beta = 0.09$, $p < 0.01$) y a su vez, esta tiene un efecto positivo sobre la confianza social ($\beta = 0.24$, $p < 0.001$). Además, se observa que la confianza en los medios de comunicación tiene un efecto sobre el consumo de información periodística ($\beta = 0.13$, $p < 0.001$).

Figura 1.

Modelo de ecuaciones estructurales para la confianza social, confianza en los medios de comunicación, confianza política, satisfacción con la democracia y el consumo de información periodística en una muestra peruana.



Nota. *** $p < 0.001$, ** $p < 0.01$; $\chi^2 = 1112.683$, $gl = 430$, $p < 0.001$, $CFI = 0.940$, $TLI = 0.935$, $RMSEA = 0.033$ (IC 90% = 0.031 – 0.036), $SRMR = 0.041$. SD = Satisfacción con la democracia, CMC = Confianza en los medios de comunicación, CS = Confianza social, CIP = Consumo de información periodística, CP = Confianza política.

El análisis factorial confirmatorio se hizo con el modelamiento de ecuaciones

DISCUSIÓN

Los resultados del estudio se presentan en el contexto de la pandemia por COVID-19, la cual ha afectado a la población a nivel mundial. Según estudios previos (Heuveline & Tzen, 2021), se ha observado que esta enfermedad ha causado un alto número de muertes por millón de habitantes. En relación a los resultados del presente estudio, se encontró que la confianza social es positivamente influenciada por la confianza en las instituciones del Estado y en los medios de comunicación. Además, se encontró que la confianza en los medios de comunicación recibe una influencia positiva tanto de la

satisfacción con la democracia como de la confianza en las instituciones, y a su vez ejerce un impacto positivo en el consumo de información.

La confianza social, que es la confianza que las personas tienen en los demás, desempeña un papel fundamental en la sociedad. Se considera como base del orden social y de la acción colectiva, y contribuye a la calidad de vida de las personas. Además, se ha demostrado que la confianza social juega un papel crucial en la prevención y manejo de crisis, así como en el crecimiento económico.

En relación a la confianza en las instituciones del Estado, se ha verificado que esta influye de manera positiva en la confianza social. Estudios previos han encontrado resultados similares, mostrando que la confianza de los ciudadanos en las instituciones del gobierno es fundamental para mejorar la confianza social de la población. Asimismo, se ha observado que la confianza social está determinada en gran medida por la confianza en las instituciones de gobierno, que a su vez se ve afectada por la capacidad y desempeño del gobierno en la prevención y manejo de crisis, así como en aspectos de legitimidad.

En el caso específico de Perú, la confianza en las instituciones del Estado y del gobierno es baja, principalmente debido a la corrupción, que se considera uno de los principales problemas del país. Además, en el contexto de la pandemia, se han dado casos de escándalos que han afectado la confianza en el gobierno y las instituciones del Estado, como el caso del "vacunagate". Estas situaciones han contribuido a los bajos niveles de confianza en Perú a nivel latinoamericano.

Es importante destacar que la confianza social de los ciudadanos mejora cuando el gobierno y las instituciones del Estado son eficientes y creíbles. Si los ciudadanos no

perciben al gobierno como digno de confianza, su confianza social se verá afectada de manera negativa.

En este estudio se evidencia que otro factor que influye positivamente sobre la confianza social es la confianza en los medios de comunicación. Los medios de comunicación son muy importantes para brindar información a la población, sobre todo en situaciones de crisis sanitaria mundial como la pandemia por el COVID-19 (Chun et al., 2021). Una adecuada y oportuna información entregada por un medio de comunicación puede garantizar que las personas en riesgo tomen decisiones informadas, lo cual incrementaría su confianza social (Tanner et al., 2015). Por el contrario, la sobreabundancia de información, especialmente la desinformación, genera incertidumbre y alimenta la infodemia. Esto se observó durante la pandemia en diversos países, entre ellos Perú, donde se percibió una exageración y generación de miedo en la población, principalmente a través de la televisión y las redes sociales (Mejia et al., 2020). Además, se ha verificado que la revisión del contenido de información entregado por redes sociales, que cuentan con sistemas de recomendación o calificación, mejora la confianza social de los usuarios (Wu et al., 2016).

Por otro lado, la confianza en los medios de comunicación recibe influencia positiva tanto de confiar en las instituciones como de la satisfacción con la democracia. En ese sentido, se ha verificado en un estudio realizado en Croacia que los determinantes de la confianza en las instituciones políticas son un factor importante en la satisfacción con la democracia. Este efecto se presenta de forma similar tanto para las instituciones políticas, como el gobierno y el parlamento, como para las instituciones no políticas, como la administración pública y el poder judicial (Henjak, 2017). Un resultado

interesante de este estudio es la influencia de la satisfacción con la democracia sobre la confianza en los medios de comunicación. Frecuentemente se describe que la disminución de la confianza en los medios de comunicación es potencialmente perjudicial para los procesos democráticos y la satisfacción democrática de la población (Markov & Min, 2020). En ese sentido, la población peruana se caracteriza por una mínima confianza social y en los medios de comunicación (Instituto Nacional de Estadística e Informática, 2019; Mejía, 2020), lo cual también explica la disminuida satisfacción democrática que se evidencia actualmente en el país (Morales, 2009). Estos resultados implican que la recuperación del nivel alto de confianza pública en los medios de comunicación en Perú mejoraría la percepción de satisfacción con la democracia peruana. Esto podría lograrse con un mayor compromiso con las audiencias, utilizando diversas herramientas, desde simplemente aumentar la cantidad de conversación hasta el crowdsourcing (Fink, 2018) y el periodismo relacional (Lewis, 2020), de tal forma que se incremente la confianza en los medios.

Finalmente, este estudio evidencia que mejorar la confianza en los medios de comunicación permitirá que la población consuma información de manera adecuada. En el contexto de la pandemia del COVID-19, se observó un aumento en el interés por la enfermedad a nivel mundial desde principios de 2020. Según las tendencias de consumo de la Global Web Index, más del 80% de la población en Estados Unidos y el Reino Unido manifestó consumir más contenido desde el inicio de la pandemia, siendo la transmisión de TV y los videos en línea los medios principales. Aunque estudios recientes han observado un abandono creciente de los medios clásicos o tradicionales y un incremento en el uso de emisoras de radio y televisión, periódicos en su versión digital, la población

en general parece tener más confianza en los medios que en las redes sociales a la hora de informarse (Catalina-García et al., 2019).

En el caso de la pandemia, se encontró que las personas recurren a canales de noticias (60%), sitios web de noticias (55%), actualizaciones gubernamentales (50%) y redes sociales (47%) para obtener información (López-Rico et al., 2020). Este aumento en el consumo de información en la actualidad conlleva la responsabilidad de los medios de comunicación de transmitir información de manera responsable, especialmente en situaciones de riesgo de salud global, ya sea a través de los medios tradicionales o de las redes sociales. Estas acciones contribuirán a mejorar la confianza en los medios de comunicación, especialmente en el Perú, donde menos de la mitad de la población (41%) confía en sus medios (Hagan, 2019).

Limitaciones

Este estudio presenta algunas limitaciones que deben ser consideradas. En primer lugar, la muestra utilizada en el estudio no representa de manera adecuada la diversidad de la población peruana, ya que hay una sobrerrepresentación de la capital, Lima, y de las ciudades costeras. Por lo tanto, los resultados obtenidos pueden no ser generalizables a nivel nacional.

En segundo lugar, la recopilación de datos se realizó a través de una encuesta en línea, lo que implica que solo aquellas personas con acceso a Internet pudieron participar en el estudio. Esto excluye a aquellos que no tienen acceso a Internet, lo que puede sesgar los resultados y limitar la representatividad de la muestra.

Además, es importante tener en cuenta que la encuesta se realizó únicamente en español, lo que excluye a aquellos que no hablan español como su lengua materna. Esto

implica que no se pudo obtener la perspectiva de las poblaciones de habla quechua de los Andes o de los pueblos indígenas de la selva, lo que limita la generalización de los resultados a estas poblaciones.

Por último, es importante mencionar que el diseño del estudio es transversal, lo que significa que solo se obtuvieron datos en un momento específico en el tiempo. Esto impide establecer relaciones causales entre las variables y limita nuestra comprensión de los posibles cambios o tendencias a lo largo del tiempo.

Conclusiones

Este estudio revela que la confianza social recibe influencia positiva de la confianza en las instituciones del Estado y la confianza en los medios de comunicación. Este último también recibe influencia positiva tanto de la satisfacción con la democracia como de la confianza en instituciones, y ejerce influencia positiva sobre el consumo de información. La confianza en los medios de comunicación parece ejercer un papel importante tanto en la confianza social de la población como en el consumo de información. Ante un incremento agresivo del consumo de información, resulta urgente que los medios de comunicación cuiden con responsabilidad la información que transmiten, evitando la divulgación de noticias falsas, las cuales disminuyen la confianza de la población.

REFERENCIAS

- Ato, M., López, J. J., & Benavente, A. (2013). Un sistema de clasificación de los diseños de investigación en psicología. *Anales de Psicología*, 29(3), 1038–1059. <https://doi.org/10.6018/analesps.29.3.178511>
- Banco Interamericano de Desarrollo. (2022). A Primer on Trust: Measures and Determinants. In P. Keefer & C. Scartascini (Eds.), *Trust: The Key to Social Cohesion and Growth in Latin America and the Caribbean* (pp. 27–50). Banco Interamericano de Desarrollo.
- Bayer, J. (2020). Social Trust as an Intangible Condition for the Quality of Life: Considering After-Pandemic New Norms. *Administrative Consulting*, 6, 136–140.
- Catalina-García, B., Sousa, J. P., Sousa, L.-C. S. C. S., Catalina-García, B., Sousa, J. P., & Sousa, L.-C. S. C. S. (2019). Consumo de noticias y percepción de fake news entre estudiantes de Comunicación de Brasil, España y Portugal. *Revista de Comunicación*, 18(2), 93–115. <https://doi.org/10.26441/RC18.2-2019-A5>
- Christensen, T., & Laegreid, P. (2005). Trust in Government: The Relative Importance of Service Satisfaction, Political Factors, and Demography. *Public Performance & Management Review*, 28(4), 487–511. <https://doi.org/10.1080/15309576.2005.11051848>
- Chun, F. H., Liu, T., Yi Leung, D. K., Zhang, A. Y., Hong Au, W. S., Kwok, W. W., Shum, A. K. Y., Yan Wong, G. H., & Lum, T. Y. S. (2021). Consuming Information Related to COVID-19 on Social Media Among Older Adults and Its Association With Anxiety, Social Trust in Information, and COVID-Safe Behaviors: Cross-sectional Telephone Survey. *Journal of Medical Internet Research*, 23(2). <https://doi.org/10.2196/26570>

- Cohaila, E. (2020). Confianza interpersonal y corrupción en Perú: análisis de modelos de ecuaciones estructurales. *Perfiles Latinoamericanos*, 28(56), 151–175. <https://doi.org/10.18504/PL2856-007-2020>
- Corporación Latinobarómetro. (2021). Informe 2021. In Latinobarómetro.
- Cui, W. (2017). Social Trust, Institution, and Economic Growth: Evidence from China. <Http://Dx.Doi.Org/10.1080/1540496X.2016.1264299>, 53(6), 1243–1261. <https://doi.org/10.1080/1540496X.2016.1264299>
- Escobedo, M. T., Hernández, J. A., Estebané, V., & Martínez, G. (2016). Modelos de ecuaciones estructurales: Características, fases, construcción, aplicación y resultados. *Ciencia y Trabajo*, 18(55), 16–22. <https://doi.org/10.4067/s0718-24492016000100004>
- Estella, A. (2020). Confianza institucional en América Latina: Un análisis comparado. https://web.archive.org/web/20200508043606id_/https://www.fundacioncarolina.es/wp-content/uploads/2020/05/DT_FC_34.pdf
- Fink, K. (2018). The biggest challenge facing journalism: A lack of trust. *Journalism*, 20(1), 40–43. <https://doi.org/10.1177/1464884918807069>
- Ghaddar, A., Khandaqji, S., Awad, Z., & Kansoun, R. (2022). Conspiracy beliefs and vaccination intent for COVID-19 in an infodemic. *PLOS ONE*, 17(1), 1–15. <https://doi.org/10.1371/JOURNAL.PONE.0261559>
- Goldstein, D., & Wiedemann, J. (2022). Who Do You Trust? The Consequences of Partisanship and Trust for Public Responsiveness to COVID-19 Orders. *Perspectives on Politics*, 20(2), 412–438. <https://doi.org/10.1017/S1537592721000049>

- Güemes, C. (2018). La corrupción y la (des) confianza como normas sociales. Cambio de enfoque, nuevas perspectivas. *Revista Internacional Transparencia e Integridad*, 6, 1–7.
- Hagan, H. (2019). ¿Quiénes confían en los medios de comunicación en las Américas? <https://www.vanderbilt.edu/lapop/insights/IO942es.pdf>
- Hanitzsch, T., Van Dalen, A., & Steindl, N. (2017). Caught in the Nexus: A Comparative and Longitudinal Analysis of Public Trust in the Press. *Journal of Democracy*, 23(1), 3–23. <https://doi.org/10.1177/1940161217740695>
- Henjak, A. (2017). Institutional Trust and Democracy Satisfaction in Croatia: Partisanship-Versus Outcome-Driven Evaluations. *Hrvatska i Komparativna Javna Uprava: Časopis Za Teoriju i Praksu Javne Uprave*, 17(3), 343–363. <https://doi.org/10.31297/HKJU.17.3.1>
- Heuveline, P., & Tzen, M. (2021). Beyond deaths per capita: comparative COVID-19 mortality indicators. *BMJ Open*, 11(3), e042934. <https://doi.org/10.1136/BMJOPEN-2020-042934>
- Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2019). Gobernabilidad y confianza en las instituciones educativas. In *Perú: Anuario estadístico de la criminalidad y seguridad ciudadana, 2012-2018* (pp. 189–196). Instituto Nacional de Estadística e Informática.
- Jamison, A. M., Quinn, S. C., & Freimuth, V. S. (2019). “You don’t trust a government vaccine”: Narratives of institutional trust and influenza vaccination among African American and white adults. *Social Science & Medicine*, 221, 87–94. <https://doi.org/10.1016/J.SOCSCIMED.2018.12.020>

- Jing, S. (2019). Conceptualizing and Measuring Sense of Social Trust. 87–109.
https://doi.org/10.1007/978-981-13-7812-6_7
- Kline, R. B. (2015). *TXTBK Principles and practices of structural equation modelling* Ed. 4 ***. In *Methodology in the social sciences*.
- Kohring, M., & Matthes, J. (2007). Trust in news Media: Development and validation of a multidimensional scale. *Communication Research*, 34(2), 231–252.
<https://doi.org/10.1177/0093650206298071>
- Lewis, S. C. (2020). Lack of trust in the news media, institutional weakness, and relational journalism as a potential way forward. *Journalism*, 21(3), 345–348.
https://doi.org/10.1177/1464884918807597/ASSET/1464884918807597.FP.PNG_V03
- Liu, C., & Liu, Y. (2020). Media Exposure and Anxiety during COVID-19: The Mediation Effect of Media Vicarious Traumatization. *International Journal of Environmental Research and Public Health* 2020, Vol. 17, Page 4720, 17(13), 4720.
<https://doi.org/10.3390/IJERPH17134720>
- López-Rico, C. M., González-Esteban, J. L., & Hernández-Martínez, A. (2020). Consumo de información en redes sociales durante la crisis de la COVID-19 en España. *Revista de Comunicación y Salud*, 10(2), 461–481.
[https://doi.org/10.35669/rcys.2020.10\(2\).461-481](https://doi.org/10.35669/rcys.2020.10(2).461-481)
- Ma, L., & Christensen, T. (2018). Government Trust, Social Trust, and Citizens' Risk Concerns: Evidence from Crisis Management in China. *Journal of Risk Management*, 42(2), 383–404.
<https://doi.org/10.1080/15309576.2018.1464478>

- Maríñez, C. (2018). El problema de la confianza desde la hermenéutica filosófica: comprendiendo sus rendimientos interpretativos en la sociedad contemporánea. *Revista de Filosofía*, 74, 139–152. <https://doi.org/10.4067/S0718-43602018000100139>
- Markov, Č., & Min, Y. (2020). The origins of media trust in a young democracy. *Communication & Society*, 33(3), 67–84. <https://doi.org/10.15581/003.33.3.67-84>
- Mejía, C. (2020). Percepción de miedo o exageración que transmiten los medios de comunicación en la población peruana durante la pandemia de la COVID-19. *Revista Cubana de Investigaciones Biomédicas*, 39(2), 1–15.
- Mejia, C. R., Rodriguez-Alarcon, J. F., Garay-Rios, L., Enriquez-Anco, M. de G., Moreno, A., Huaytán-Rojas, K., Huancahuari-Ñañacc Huari, N., Julca-Gonzales, A., Alvarez, C. H., Choque-Vargas, J., & Curioso, W. H. (2020). Percepción de miedo o exageración que transmiten los medios de comunicación en la población peruana durante la pandemia de la COVID-19. *Rev. Cuba. Invest. Bioméd*, e698–e698. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0864-03002020000200001
- Mizrahi, S., Cohen, N., & Vigoda-Gadot, E. (2020). Government's social responsibility, citizen satisfaction and trust. *Policy & Politics*, 48(3), 443–460. <https://doi.org/10.1332/030557320X15837138439319>
- Montero, J. R., Zmerli, S., & Newton, K. (2008). Confianza social, confianza política y satisfacción con la democracia. *Reis. Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, (122), 11–54. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=99715236001>
- Mora, M. (2022). Crisis de la confianza, de la democracia y el multilateralismo desde Latinoamérica. *Logos* Enero-Junio, 3(1).

<https://doi.org/10.61/REPOSITORIO/HANDLE/123456789/168>

Morales, M. (2009). Corrupción y democracia: América Latina en perspectiva comparada.

Gestión y Política Pública, 18(2), 205–252.

http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1405-

[10792009000200001&lng=es&nrm=iso&tlng=es](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1405-10792009000200001&lng=es&nrm=iso&tlng=es)

Perez-Brumer, A., & Silva-Santisteban, A. (2021). The Peruvian COVID-19 vaccine scandal and re-thinking the path to public trust. *Global Public Health*.

<https://doi.org/10.1080/17441692.2021.2001670>

Prochazka, F., & Schweiger, W. (2018). How to Measure Generalized Trust in News Media? An Adaptation and Test of Scales. *Communication Methods and Measures*,

13(1), 26–42. <https://doi.org/10.1080/19312458.2018.1506021>

Rosenberg, M. (1956). Misanthropy and Political Ideology. *American Sociological Review*, 21(6), 690. <https://doi.org/10.2307/2088419>

Rounds, A. (2022). Enforque en la confianza en los medios de comunicación en América Latina y el Caribe.

Siegrist, M. (2021). Trust and Risk Perception: A Critical Review of the Literature. *Risk Analysis*, 41(3), 480–490. <https://doi.org/10.1111/RISA.13325>

Soper, D. (2021). A-priori Sample Size Calculator for Structural Equation Models [Software]. <https://www.danielsoper.com/statcalc>

Spiteri, J., & Briguglio, M. (2018). Does good governance foster trust in government? An empirical analysis. *Contemporary Studies in Economic and Financial Analysis*, 99, 121–137. <https://doi.org/10.1108/S1569-375920180000099006/FULL/XML>

Tanner, A. H., Friedman, D. B., & Zheng, Y. (2015). Influences on the Construction of

Health News: The Reporting Practices of Local Television News Health Journalists.

[Http://Dx.Doi.Org/10.1080/08838151.2015.1029123](http://dx.doi.org/10.1080/08838151.2015.1029123), 59(2), 359–376.

<https://doi.org/10.1080/08838151.2015.1029123>

Wu, H., Yue, K., Pei, Y., Li, B., Zhao, Y., & Dong, F. (2016). Collaborative Topic

Regression with social trust ensemble for recommendation in social media systems.

Knowledge-Based Systems, 97, 111–122.

<https://doi.org/10.1016/J.KNOSYS.2016.01.011>