

Pluralismo en los medios, confianza pública y democracia: nueva evidencia de Latinoamérica y El Caribe

MARIANA RODRÍGUEZ Y ELIZABETH J. ZECHMEISTER

Febrero 2018



SOBRE CIMA

El Center for International Media Assistance (CIMA), perteneciente al National Endowment for Democracy, trabaja para promover la eficacia y visibilidad de la ayuda al desarrollo de medios de comunicación independientes. CIMA proporciona información, construye redes y lleva a cabo investigaciones con el fin de mostrar la importancia que los medios de comunicación independientes tienen en el fortalecimiento y la sostenibilidad de sociedades democráticas. Un aspecto importante del trabajo de CIMA consiste en analizar nuevas formas de atraer el interés del sector privado estadounidense en el apoyo a los medios de comunicación independientes en todo el mundo.

CIMA organiza grupos de trabajo, debates y mesas redondas sobre una extensa variedad de temas. El objetivo es definir la mejor forma de promover entornos que favorezcan la existencia de medios de comunicación independientes. CIMA también publica estudios y recomendaciones destinadas a facilitar el trabajo de donantes, profesionales y especialistas en programas de ayuda al desarrollo destinados a promover medios de comunicación independientes en todo el mundo.

Center for International Media Assistance National Endowment for Democracy

1025 F STREET, N.W., 8TH FLOOR
WASHINGTON, DC 20004
PHONE: (202) 378-9700
FAX: (202) 378-9407
EMAIL: CIMA@ned.org
URL: <https://cima.ned.org>

Mark Nelson
DIRECTOR EJECUTIVO

Daniel O'Maley
EDITOR

CONSEJO CONSULTIVO, CENTER FOR INTERNATIONAL MEDIA ASSISTANCE

Stephen Fuzesi, Jr.	William Orme
William A. Galston	Dale Peskin
Suzanne Garment	Adam Clayton Powell III
Ellen Hume	Monroe E. Price
Jerry Hyman	Rep. Adam Schiff
Alex S. Jones	Marguerite Sullivan
Susan King	Richard Winfield
Craig LaMay	

Pluralismo en los medios, confianza pública y democracia: nueva evidencia de Latinoamérica y El Caribe

FEBRERO 2018

Contenidos

Introducción: los medios de comunicación y la democracia en América Latina	1
¿Qué pueden decirnos los datos? El rol de los datos de opinión pública en la política de información y activismo	6
Las preocupaciones sobre la libertad de prensa van en aumento en América Latina y el Caribe	7
La confianza en los medios está disminuyendo	9
El pluralismo en los medios es una preocupación importante para las personas en América Latina y el Caribe. . .	11
Las preocupaciones públicas sobre la concentración de la propiedad de los medios son altas pero no están vinculadas al pluralismo percibido en los medios de comunicación.	14
El pluralismo y la confianza en los medios son clave para la gobernabilidad democrática en América Latina.	17
De la encuesta a la práctica: recomendaciones para la reforma de los medios en América Latina y el Caribe.	19
Apéndice	21
Notas	24

SOBRE LAS AUTORAS

Dra. Mariana Rodríguez es la coordinadora regional de los estudios del Barómetro de las Américas del Proyecto de Opinión Pública en América Latina en Centroamérica y Venezuela. Es originaria de Venezuela y obtuvo el doctorado en ciencias políticas de la Universidad de Vanderbilt en 2013. Su investigación se centra en el comportamiento político y las actitudes democráticas en Latinoamérica, con especial atención al estudio de la cultura política de Venezuela.



Dra. Elizabeth J. Zechmeister es profesora *Cornelius Vanderbilt* de ciencia política y directora del Proyecto de Opinión Pública en América Latina de Vanderbilt. En 2003 obtuvo su doctorado de la Universidad de Duke. La Dra. Zechmeister es experta en opinión pública, comportamiento político y democracia en Latinoamérica. Ha producido libros sobre amenazas terroristas y actitudes democráticas, sistemas latinoamericanos de partidos y votación en Latinoamérica. Ha publicado más de veinte artículos en publicaciones académicas y recibió el premio Jeffrey Nordhaus Award a la excelencia en enseñanza media superior y el premio a la excelencia en enseñanza superior de la Universidad de Vanderbilt. La Dra. Zechmeister es editora asociada de *Journal of Experimental Political Science* (*Diario de Ciencia Política Experimental*) y forma parte de los consejos editoriales de *Comparative Political Studies* (*Estudios Políticos Comparativos*), *Political Behavior* (*Comportamiento Político*) y *Journal of Politics* (*Diario de Política*).



Introducción: los medios de comunicación y la democracia en América Latina

Un contexto caracterizado por medios de comunicación libres, diversos e independientes es fundamental para la democracia. Los medios no solo ayudan a los ciudadanos a formar la opinión pública, sino que también desempeñan un papel en la medida en la que los ciudadanos monitorean y reaccionan a las decisiones tomadas por los líderes políticos.¹

Es fundamental tomar nota, entonces, de que la confianza pública en los medios de comunicación en América Latina y el Caribe está disminuyendo. Además, la poca confianza y las percepciones de falta de diversidad en los medios de comunicación guardan relación con una creciente insatisfacción entre los ciudadanos sobre cómo funcionan las democracias de la región. Estas son tendencias preocupantes que apuntan a la urgente necesidad de emprender reformas en los medios para impulsar la confianza y el pluralismo. Estos hallazgos se derivan de análisis de la encuesta de opinión pública más reciente del Barómetro de las Américas, llevada a cabo por el Proyecto de Opinión Pública de América Latina (LAPOP) en la Universidad de Vanderbilt desde 2004 en la región de América Latina y el Caribe (ALC). Desde hace tiempo la encuesta ha dado seguimiento a los puntos de vista del público sobre los medios y la democracia, pero en 2016 y 2017 incluyó por primera vez preguntas sobre cómo ven los ciudadanos de la región el pluralismo en los medios de comunicación: si creen que los medios representan adecuadamente las diferentes perspectivas e intereses en sus sociedades, y si consideran que los medios están controlados únicamente por unos cuantos actores económicos. Lo que surge es una visión más matizada de la dinámica subyacente a la caída en la confianza en los medios, con implicaciones importantes para la creciente coalición de activistas de la región de ALC que busca democratizar los medios como una estrategia para mejorar la gobernabilidad.²

En América Latina, el retorno a formas democráticas de gobierno en la década de 1980 produjo avances significativos en la libertad de prensa. De hecho, los indicadores de Freedom House sobre la libertad de prensa en América Latina alcanzaron su punto más alto en 1990, cuando la censura gubernamental directa de los medios—común bajo muchas dictaduras latinoamericanas—disminuyó significativamente. Sin embargo, algunos estudiosos de los medios han criticado el marco conceptual de “libertad de prensa” utilizado para desarrollar estas mediciones por no tomar en cuenta otro aspecto de los ecosistemas mediáticos latinoamericanos que era en sí mismo un remanente del periodo autoritario: la concentración de la propiedad de los medios.³ El papel de los medios independientes en mejorar la democracia se ve afectado cuando unos cuantos actores controlan los medios de comunicación.



© RosaleneBéancourt 6/Alamy Stock Photo

Los medios no solo ayudan a los ciudadanos a formar la opinión pública, sino que también desempeñan un papel en la medida en la que los ciudadanos monitorean y reaccionan a las decisiones tomadas por los líderes políticos.



La investigación muestra que estos esfuerzos para reformar los medios tienen más éxito cuando los activistas pueden desarrollar coaliciones amplias y diversas que piden un cambio

Estas condiciones impiden que los medios puedan representar con precisión una pluralidad de perspectivas sociales, económicas y políticas. Los países de América Latina y el Caribe enfrentan desafíos particulares en este sentido, ya que tienen algunos de los niveles más altos de concentración de propiedad de medios de comunicación en el mundo.

Los especialistas en medios de comunicación latinoamericanos consideran que la situación actual de la región se caracteriza por un “pluralismo limitado”, es decir, un entorno que ofrece “oportunidades restringidas para diversas perspectivas y temas limitadas por prioridades comerciales, intereses industriales y designios gubernamentales”.⁴ Estas restricciones representan un serio desafío para los esfuerzos por desarrollar y mejorar el entorno de los medios de comunicación porque inhiben la formación de nuevos medios y limitan la circulación de información equilibrada y de alta calidad. Como era de esperar, el tema de la concentración en los medios de comunicación ha sido identificado como uno de los principales desafíos para su desarrollo en la región, incluso en las deliberaciones de una consulta de medios en la que participaron diversos actores en Bogotá, Colombia, en 2015, facilitada por el Centro de Asistencia Internacional a los Medios de Comunicación y DW Akademie.⁵

Desde mediados de la década de 1990, América Latina ha sido un laboratorio para las reformas de los medios de comunicación. Los movimientos de medios en varios países, especialmente en Argentina y Uruguay, han tratado de hacer frente al tema de la concentración de los medios.⁶ La investigación muestra que estos esfuerzos para reformar los medios tienen más éxito cuando los activistas pueden desarrollar coaliciones amplias y diversas que piden un cambio.⁷ Este hallazgo sugiere que, al menos en cierta medida, la percepción del público sobre los problemas que encaran los medios de comunicación puede influir en el éxito de los esfuerzos para reformar los medios.

En las democracias representativas, los ciudadanos transmiten preocupaciones y preferencias a los funcionarios electos. En teoría, la perspectiva de enfrentarse a la opinión pública en las urnas incentiva a los políticos a dirigirse a la opinión pública.⁸ Por lo tanto, los déficits en la satisfacción del público con el entorno mediático constituyen, o pueden canalizarse en, demandas de una reforma.

Sin embargo, poca investigación previa ha examinado cómo el público en general percibe los medios en la región de LAC. En particular, las encuestas de opinión pública no han buscado reflejar cómo perciben los ciudadanos de América Latina y el Caribe los niveles de pluralismo y concentración en los medios de comunicación y el efecto de estos dos factores en el entorno más amplio de los medios y la gobernabilidad democrática en general.

Para comprender realmente las perspectivas en torno a las reformas que podrían impulsar los esfuerzos de desarrollo de los medios de comunicación, se requieren más datos sobre cómo percibe el público el entorno de los medios y cómo se relacionan esas percepciones con su satisfacción

con la democracia. En otras palabras, se necesitan respuestas a las siguientes preguntas:

- ¿Las personas perciben que existen restricciones significativas a la libertad de prensa?
- ¿En qué medida el público masivo percibe que hay pluralismo en el contenido y la propiedad de los medios de comunicación?
- ¿Cómo se relacionan las opiniones sobre los medios con la satisfacción con la democracia?

Este informe ofrece respuestas a estas preguntas mediante el análisis de un conjunto original de datos recopilados en 22 países del Hemisferio Occidental por la encuesta Barómetro de las Américas de LAPOP 2016/17. En las siguientes secciones presentamos los hallazgos más relevantes en lo que respecta a los esfuerzos de desarrollo de los medios de comunicación en América Latina y el Caribe. Si bien algunos de los resultados apuntan a un entorno mediático cada vez más limitado y precario, también ofrecen información sobre cómo los interesados en los medios pueden enfocar sus intervenciones para fomentar su desarrollo y reforma.



Aspectos destacados de los hallazgos relevantes para las políticas

- En el país promedio de ALC, casi el 50 por ciento de los ciudadanos cree que hay “muy poca” libertad de prensa en su país, mientras que casi un tercio cree que hay “suficiente” libertad de prensa.
- Ha disminuido la confianza en los medios de comunicación en la región de LAC. Mientras que en 2004 casi dos tercios de los participantes dijeron confiar ampliamente en los medios, este resultado se redujo a solo la mitad de los encuestados en 2016/17.
- En promedio una de cada dos personas en la región de LAC considera que los medios representan con precisión los diferentes puntos de vista que existen en su país. Sin embargo, tres de cada cinco residentes de ALC consideran que los medios están controlados por unas cuantas empresas grandes.
- Las evaluaciones de los ciudadanos sobre el pluralismo en los medios y la concentración de la propiedad no concuerdan con las evaluaciones de expertos de los medios en la región de ALC. Si bien los expertos podrían argumentar que una mayor concentración de la propiedad inevitablemente erosiona el pluralismo, el público no establece esta relación.
- Existe una estrecha relación entre percibir la existencia de pluralismo en los medios de comunicación y tener una gran confianza en ellos. Si bien más del 69 por ciento de los que perciben que existe pluralismo en los medios en su país también tienen una gran confianza en los medios, solo el 27 por ciento de los que no creen que los medios en su país representen con precisión una pluralidad de puntos de vista confían ampliamente en los medios.
- Las personas que perciben que los medios representan diferentes puntos de vista o que tienen una gran confianza en los medios son más propensas a decir que están satisfechas con la forma en la que la democracia funciona en su país.



LAS PREGUNTAS DE LA ENCUESTA

Este informe analiza las siguientes cinco preguntas incluidas en la encuesta de opinión pública del Barómetro de las Américas 2016/17:

¿Crees que ahora en el país tenemos muy poca, suficiente o demasiada libertad de prensa?

¿Hasta qué punto tiene usted confianza en los medios de comunicación?

1	2	3	4	5	6	7
Nada						Mucho

La información que dan los medios de comunicación de noticias representan bien las distintas opiniones que hay en (PAÍS). ¿Hasta qué punto está de acuerdo o en desacuerdo con esta frase?

1	2	3	4	5	6	7
Totalmente en desacuerdo						Totalmente de acuerdo

Los medios de comunicación de noticias de (PAÍS) están controlados por una/os poca/os grupos económicos/corporaciones. ¿Hasta qué punto está de acuerdo o en desacuerdo con esta frase?

1	2	3	4	5	6	7
Totalmente en desacuerdo						Totalmente de acuerdo

En general, ¿diría usted que está muy satisfecho, más bien satisfecho, no muy satisfecho o nada satisfecho con el funcionamiento de la democracia en (PAÍS)?

Los estudios nacionales para el Barómetro de las Américas se basan en muestras probabilísticas estratificadas de un mínimo típico de 1,500 adultos no institucionalizados en edad de votar en cada país. Todas las entrevistas fueron realizadas cara a cara por miembros de equipos locales de trabajo de campo que fueron entrenados por LAPOP. Las descripciones detalladas de todas las muestras, cuestionarios de países y conjuntos de datos están disponibles en el sitio web del proyecto: www.lapopsurveys.org.

Al interpretar los análisis en este informe, es importante destacar que seguimos el estándar de LAPOP de tratar a los países como unidades de análisis y, por lo tanto, tratamos a los países por igual en el cálculo de los promedios de la región.

¿Qué pueden decirnos los datos?

El rol de los datos de opinión pública en la política de información y activismo

La mejor forma de evaluar la calidad de cualquier aspecto de la gobernabilidad democrática es teniendo en cuenta diversos tipos de indicadores. Los indicadores agregados o nacionales de participación electoral o las calificaciones de los expertos sobre corrupción o libertades políticas, por ejemplo, proporcionan información crítica para comprender la calidad de una democracia. Sin embargo, este tipo de índices no evalúa directamente cómo experimenta el público la democracia en su vida cotidiana. Las evaluaciones de los ciudadanos de instituciones clave, como la prensa y el entorno más amplio de los medios de comunicación, proporcionan una visión importante de cómo funciona la democracia en la práctica.



Comprender la experiencia del público con cualquier aspecto de la gobernabilidad democrática es esencial para comprender las realidades que las personas encaran, anticipar las demandas de los ciudadanos e identificar soluciones de políticas viables

Las perspectivas de los ciudadanos sobre los medios de comunicación también importan porque la opinión pública sobre cuestiones clave determina los resultados de las políticas públicas. Esto se debe a que, en las democracias, las elecciones incentivan a los políticos a responder a las demandas de los ciudadanos. En la práctica, las agendas de políticas de los funcionarios electos tienden a reflejar la opinión pública, particularmente en cuestiones clave.⁹ Cuando las élites no responden a la opinión pública, la satisfacción con la democracia tiende a ser menor.¹⁰ En una situación extrema, la insatisfacción con el sistema político y lo que ofrece puede ser desestabilizadora.¹¹ Comprender la experiencia del público con cualquier aspecto de la gobernabilidad democrática es esencial para comprender las realidades que las personas encaran, anticipar las demandas de los ciudadanos e identificar soluciones de políticas viables.¹²

Medir el nivel de conciencia pública sobre el pluralismo en los medios y la concentración de la propiedad, así como las formas en las que estas variables se relacionan con la satisfacción con la democracia, es un primer paso necesario para identificar la demanda del público de reformar los medios de comunicación. En la medida en que el público perciba restricciones al pluralismo en los medios y exprese preocupación por la concentración de la propiedad, a los grupos de activistas les resultará más fácil tender puentes con el público y, por lo tanto, desarrollar coaliciones más amplias para buscar una reforma.

Al mismo tiempo, es común que el público no comprenda a profundidad o desconozca varios aspectos de la gobernabilidad democrática.¹³ En ese sentido, es comprensible que existan algunas diferencias sobre cómo califican los expertos el entorno de los medios y cómo perciben o responden a ello los ciudadanos. De hecho, nuestra investigación demuestra que tal divergencia existe en términos de las percepciones sobre la concentración de la propiedad de los medios de comunicación en un muestreo de países de América Latina y el Caribe. En la medida en que los estudios de opinión pública puedan identificar estas brechas, proporcionan datos que pueden servir como aportes efectivos al diseño de campañas de concientización sobre estas deficiencias.

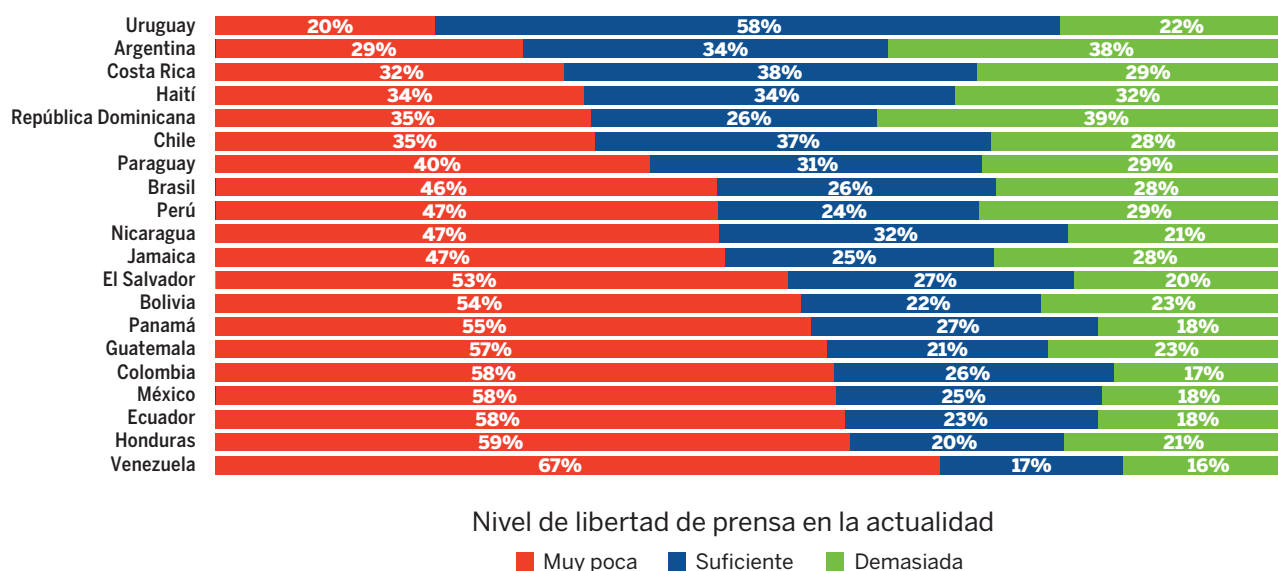
Las preocupaciones sobre la libertad de prensa van en aumento en América Latina y el Caribe

En América Latina y el Caribe existe un grado moderadamente alto de preocupación por la libertad de prensa. En el país promedio de la región, casi el 50 por ciento de los ciudadanos cree que hay “muy poca” libertad de prensa en su país. Las preocupaciones sobre la libertad de prensa son altas entre los más marginados socialmente; es decir, en promedio, aquellos más pobres¹⁴ y con menos estudios son más propensos a percibir que hay muy poca libertad de prensa.

La tendencia a percibir un ambiente restringido con respecto a la libertad de prensa también es mayor entre quienes pagan menos atención a las noticias y se sienten menos capaces de participar en la política.¹⁵ Además, los grupos de menor edad tienden a expresar el mayor grado de preocupación con respecto a las restricciones a la libertad de prensa.

Sin embargo, hay una variación significativa por país. En Venezuela, 67 por ciento de la población percibe que hay muy poca libertad de prensa. Estos hallazgos no son sorprendentes teniendo en cuenta que Freedom House ha calificado el nivel de libertad de prensa de Venezuela como “no libre” desde 2002. En 2017 Venezuela se convirtió en el segundo país de la región (junto con Cuba) en ser calificado como “no libre” por Freedom House. Esta degradación fue en gran parte consecuencia del deterioro de las libertades civiles, en particular las de opositores políticos y periodistas. Tras las protestas masivas en 2017, cada vez más periodistas se han convertido en blanco de frecuentes actos de intimidación, violencia y detención por parte de las autoridades venezolanas.¹⁶

IMAGEN 1. Percepciones sobre la libertad de prensa por país, 2016/17



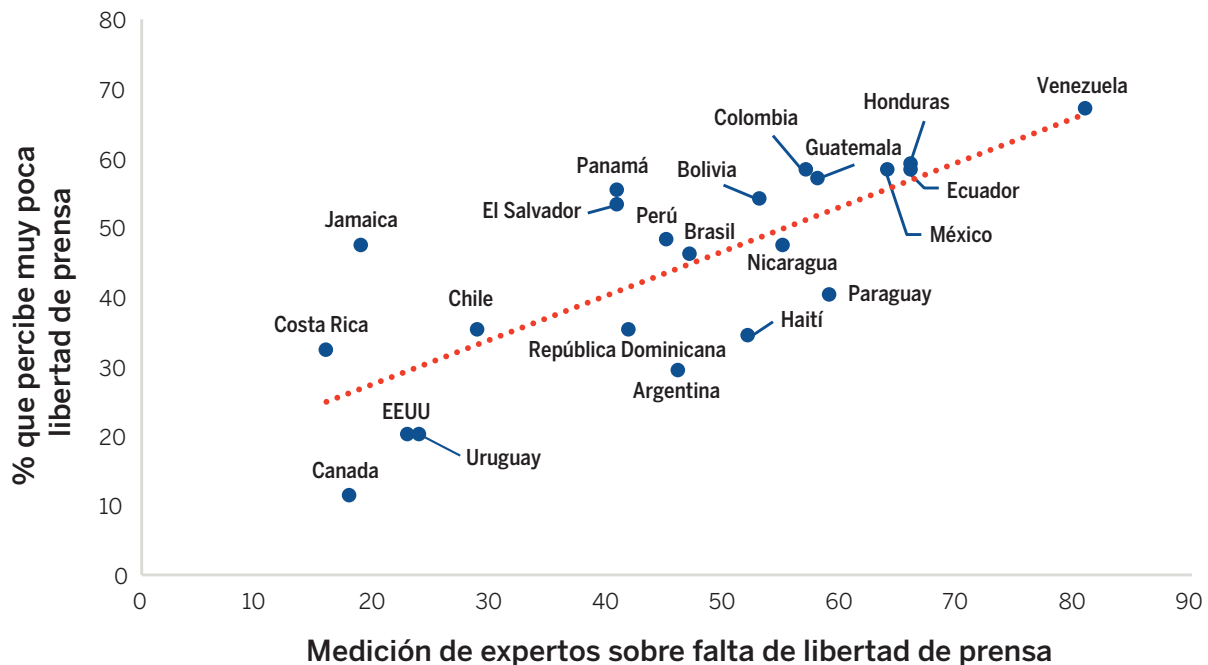
FUENTE: © AmericasBarometer, LAPOP, 2016/17; GM_v.07172017

En el otro extremo, Uruguay, Argentina y Costa Rica son los países con la menor proporción de ciudadanos (20 por ciento o menos) que creen que hay muy poca libertad de prensa. Este resultado también se ajusta a las expectativas, dado que se trata de países con democracias establecidas y largas tradiciones de salvaguardar la libertad de expresión como una libertad civil clave. De hecho, Freedom House ha clasificado sistemáticamente a estos países como “libres”, y en 2017 los clasificó entre los 40 mejores países del mundo con respecto a la libertad de prensa.¹⁷

En cuanto a las evaluaciones de la libertad de prensa, las calificaciones de los expertos de Freedom House (2017) y las opiniones del público concuerdan en términos generales. La correlación entre el porcentaje de ciudadanos que percibe que existe muy poca libertad de prensa y los puntajes de los expertos sobre libertad de prensa por parte de Freedom House es moderadamente alta (0,76, donde 1,0 sería una correlación perfecta). En otras palabras, los expertos y el público tienden a estar de acuerdo sobre la situación de la libertad de prensa en un país determinado.

IMAGEN 2. Relación entre las calificaciones de expertos de Freedom House y las percepciones públicas sobre libertad de prensa, 2016/17

La línea de tendencia muestra que el público y los expertos tienden a concordar sobre la libertad de prensa: las percepciones públicas sobre la libertad de prensa en América Latina están estrechamente alineadas con las mediciones de expertos, como el índice de libertad de prensa de Freedom House.



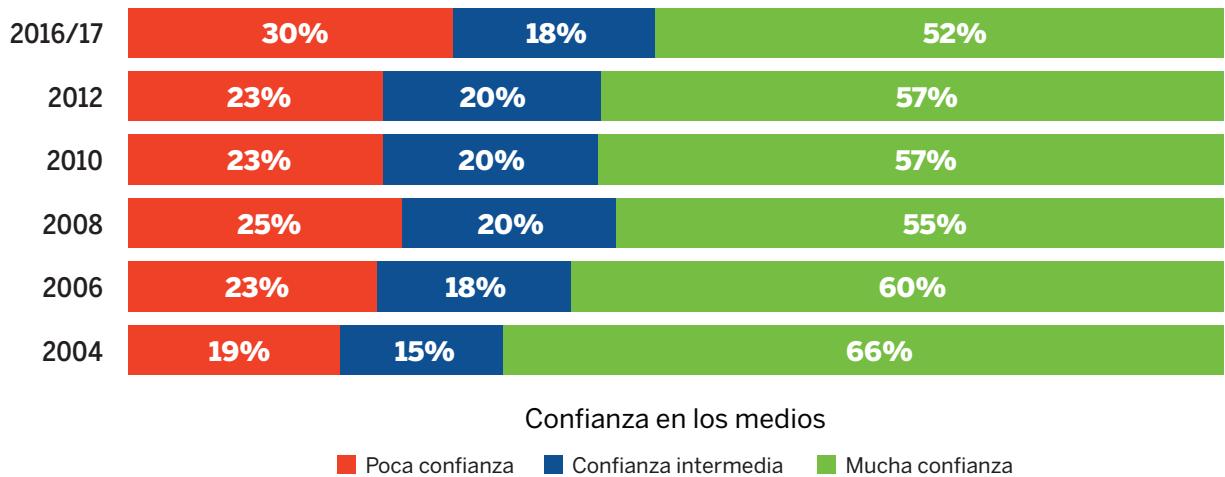
La confianza en los medios está disminuyendo

La calidad de la democracia no solo depende de que los ciudadanos interactúen con un medio de comunicación abierto e independiente, sino también del grado en que pueden confiar en los medios de comunicación como fuentes legítimas de información. Lamentablemente, la confianza en los medios de América Latina y el Caribe ha ido disminuyendo. La proporción de encuestados que dicen confiar ampliamente en los medios de comunicación cayó a su nivel más bajo en 2016/17.¹⁸

En 2004, casi dos tercios de los encuestados dijeron tener una gran confianza en los medios de comunicación; sin embargo, ahora solo la mitad de los ciudadanos de la región expresa un alto nivel de confianza en los medios.¹⁹ En comparación con años anteriores, esta encuesta arrojó la mayor proporción de participantes con poca confianza en los medios, poco menos de un tercio.²⁰

Esta caída en la confianza en los medios coincide con el informe más reciente de Freedom House sobre una disminución mundial de la libertad de prensa en la última década. Es probable que las fuerzas que socavan la libertad de prensa estén haciendo mella en la confianza pública en los medios de comunicación. Sin embargo, al mismo tiempo, no parece que las percepciones sobre los déficits en la libertad de prensa se traduzcan directamente en una baja confianza en los medios. Por el contrario, los ciudadanos no siempre pierden la confianza en los medios de comunicación cuando se los restringe en su capacidad de ofrecer noticias e información al público, probablemente porque los ciudadanos no siempre culpan a los propios medios de esas restricciones.

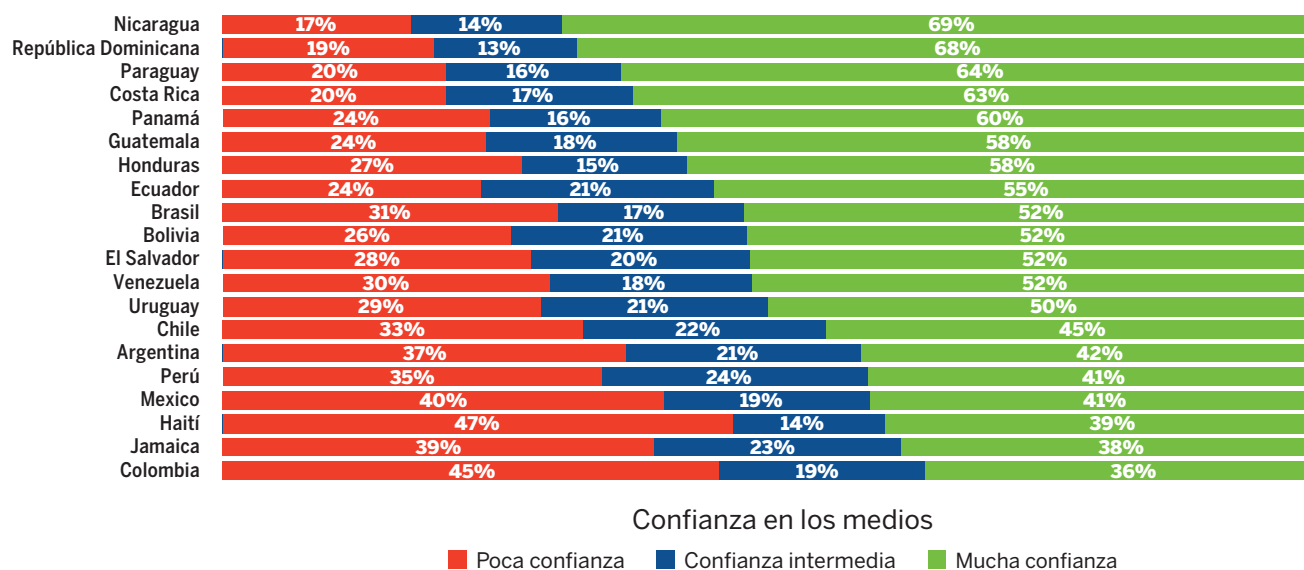
IMAGEN 3. Confianza en los medios de comunicación en la región de ALC, 2004–2016/17



FUENTE: © AmericasBarometer, LAPOP, 2016/17; GM_v.07172017

Como en el caso de las percepciones sobre la libertad de prensa, los niveles de confianza en los medios varían significativamente según el país. Nicaragua, República Dominicana, Paraguay y Costa Rica encabezan la lista: más del 60 por ciento de sus ciudadanos confían ampliamente en los medios. En la parte inferior de la lista, Colombia, Jamaica y Haití son los países con la menor proporción de ciudadanos que confía en los medios (40 por ciento o menos). El ranking de países que confían en los medios difiere en algunos aspectos clave de los hallazgos sobre las preocupaciones con respecto a la libertad de prensa. Por ejemplo, mientras que Venezuela tiene el mayor porcentaje de encuestados que percibe muy poca libertad de prensa, aparece en la mitad del ranking comparativo sobre confianza en los medios.

IMAGEN 4. Confianza en los medios de comunicación por país, 2016/17



FUENTE: © AmericasBarometer, LAPOP, 2016/17; GM_v.07172017

El pluralismo en los medios es una preocupación importante para las personas en América Latina y el Caribe

Las preocupaciones sobre la libertad de prensa y los bajos niveles de confianza en los medios de comunicación de América Latina y el Caribe van acompañadas de preocupaciones sobre falta de pluralismo en los medios. En promedio, solo una de cada dos personas siente que los medios representan con precisión los diferentes puntos de vista que existen en su país.²¹

Las personas que no suelen navegar en la web y quienes tienen un nivel mínimo de interés en la política²² dicen percibir un mayor pluralismo en los medios de comunicación que los usuarios de Internet diarios y quienes dicen interesarse mucho en la política. En otras palabras, quienes acceden a Internet con más frecuencia y están más comprometidos con la política son más cínicos sobre el estado de la diversidad en los puntos de vista en los medios de comunicación. Sin embargo, cuanto más presta atención un individuo a las noticias, ya sea a través de la televisión, la radio, los periódicos o Internet,²³ más probable es que perciba que los medios representan con precisión los diferentes puntos de vista.²⁴

Una vez más, existen diferencias importantes en la opinión pública entre los distintos países. El porcentaje de encuestados que cree que existe pluralismo en los medios de comunicación en sus países va de 65 por ciento en Nicaragua a 35 por ciento en Haití. Los puntos de vista promedio sobre el pluralismo en los medios parecen estar relacionados con los niveles promedio de confianza en los medios en todos los países. Nicaragua encabeza la clasificación comparativa de los países de confianza media en los medios, mientras que Haití puntúa hacia abajo.

Puede sorprender que Nicaragua se encuentre en una posición elevada en ambas clasificaciones, dadas las crecientes restricciones a la libertad de prensa en el país por parte de la administración gobernante del Frente Sandinista de Liberación Nacional.²⁵ Los proyectos de Varieties of Democracy (V-Dem) y Freedom House clasifican a Nicaragua entre los países de la región en 2016 y 2017 con la mayor cantidad de restricciones a la pluralidad de los medios de comunicación y la libertad de prensa.²⁶ Sin embargo, como ya se señaló, las evaluaciones de los medios por parte de los ciudadanos no siempre concuerdan con sus evaluaciones sobre las restricciones a la prensa.

Al menos dos dinámicas podrían explicar esta falta de relación. En primer lugar, es posible que el público no responsabilice a los medios de que exista un entorno mediático restringido. En segundo lugar, puede ser que en un entorno de medios restringidos, los ciudadanos hagan un esfuerzo adicional para acceder a fuentes alternativas de información. Análisis que no se muestran aquí indican que, a nivel individual, quienes consumen más noticias tienen más probabilidades de expresar una mayor confianza en los medios y



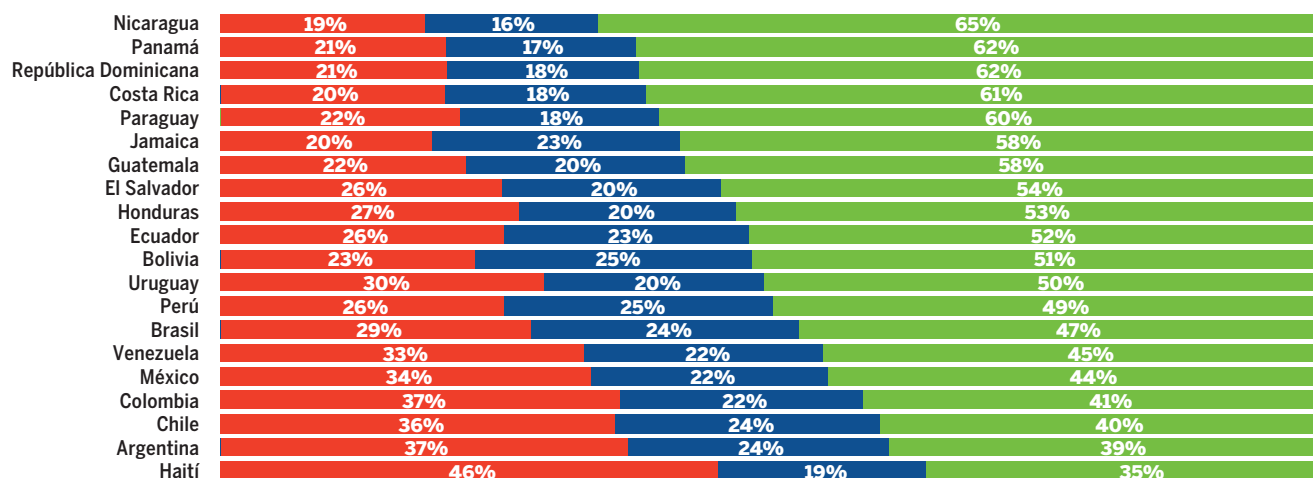
Cuanto más presta atención un individuo a las noticias, ya sea a través de la televisión, la radio, los periódicos o Internet, más probable es que perciba que los medios representan con precisión los diferentes puntos de vista.

(como se señaló anteriormente) de considerar que el entorno de los medios de comunicación es suficientemente diverso como para representar múltiples puntos de vista.

En resumen, las percepciones de los ciudadanos no siempre concuerdan con las evaluaciones de expertos. Otro ejemplo de esta desconexión es Chile, que se ubica en la parte inferior del cuadro comparativo sobre pluralismo en los medios y en la mitad inferior de las clasificaciones de países con respecto a la confianza en los medios. Sin embargo, tanto el proyecto V-Dem como Freedom House clasifican a Chile con altos niveles de pluralismo en los medios y libertad de prensa en relación con el resto de los países de la región.²⁷

En general, en un análisis agregado, las percepciones del público sobre pluralismo en los medios no coinciden de manera significativa con las valoraciones de los expertos sobre pluralismo en los medios en el proyecto V-Dem, ni con los puntajes de libertad de prensa de Freedom House.²⁸ Las interacciones de los ciudadanos comunes con los medios de comunicación, tal vez definidas por intentos deliberados de buscar fuentes alternativas de información en ambientes más restringidos, son diferentes a las de los expertos. Es importante señalar que esta discordancia no significa que el público no tome en cuenta las restricciones a la libertad de prensa; más bien, el público sí registra inquietudes sobre la libertad de prensa en la región que coinciden hasta cierto punto con las clasificaciones de expertos.

IMAGEN 5. Percepciones sobre el pluralismo en los medios por país, 2016/17

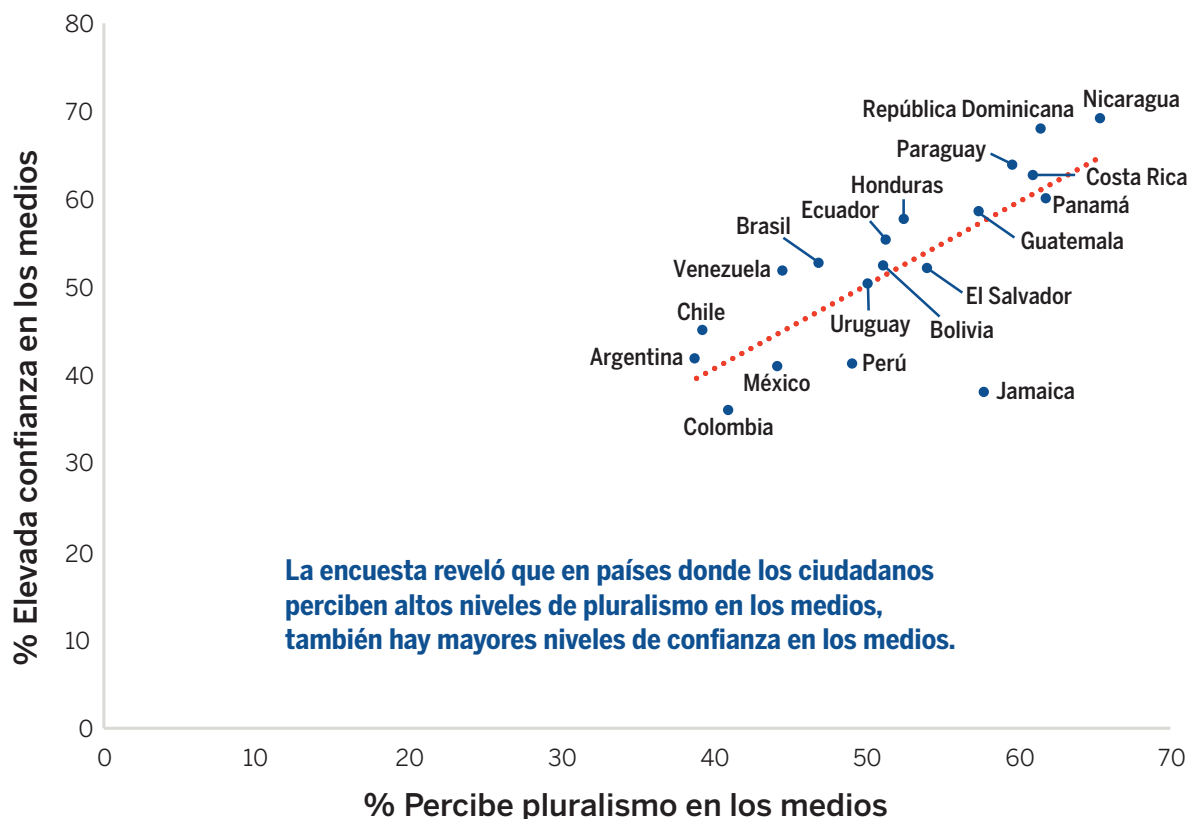


Los medios de comunicación representan las distintas opiniones que existen en el país.

■ En desacuerdo ■ Ni de acuerdo ni en desacuerdo ■ De acuerdo

FUENTE: © AmericasBarometer, LAPOP, 2016/17; dirty_GM_v.07172017

IMAGEN 6. Relación entre las percepciones de pluralismo en los medios de comunicación y confianza en los mismos por país, 2016/17



Además, es importante señalar que existe una correspondencia clara entre el público con respecto a los niveles medios de confianza en los medios de comunicación y las percepciones de pluralismo. Donde el público ve más pluralismo, tiende a confiar más en los medios. Nicaragua, República Dominicana, Paraguay, Costa Rica y Panamá forman parte de los países clasificados en los primeros lugares tanto por el porcentaje de encuestados que perciben que existe pluralismo en los medios de comunicación como por la proporción de participantes que confían ampliamente en los medios. Colombia, Haití y México ocupan los últimos lugares en ambas mediciones. De hecho, Nicaragua ocupa el primer lugar tanto por el porcentaje de ciudadanos que dice percibir pluralismo en los medios de comunicación en el país (65 por ciento) como por el porcentaje de ciudadanos con altos niveles de confianza en los medios (69 por ciento), mientras que Haití ocupa el último lugar en la proporción que perciben pluralismo en los medios (35 por ciento) o confían ampliamente en los medios (39 por ciento). Por lo tanto, existe una fuerte correlación a nivel de país entre las opiniones promedio del país sobre pluralismo en los medios y la confianza en los medios (0.80, donde 1.0 es la correlación perfecta).²⁹

Las preocupaciones públicas sobre la concentración de la propiedad de los medios son altas pero no están vinculadas al pluralismo percibido en los medios de comunicación

Los expertos consideran que el pluralismo en los medios de comunicación a menudo guarda una estrecha relación con la propiedad de los medios: la concentración de la propiedad limita la pluralidad de los medios al restringir la cobertura de los medios de formas que dan prioridad a la voz de quienes tienen poder político y económico.³⁰ Con respecto al público, las preocupaciones sobre la concentración de la propiedad de los medios son elevadas en América Latina y el Caribe. De hecho, las preocupaciones por la propiedad de los medios son mayores que las preocupaciones públicas por el pluralismo en los medios. En promedio, casi tres de cada cinco personas en la región consideran que los medios están controlados por unos cuantos grupos económicos.³¹

A nivel individual, la educación superior es altamente predictiva de actitudes sobre la concentración de los medios en la región. La educación superior lleva a los individuos a ser más críticos con su entorno mediático cuando se trata de evaluar los tipos de grupos que poseen o controlan los medios de comunicación. La atención más frecuente a las noticias y el uso de Internet, así como mayores niveles de interés en la política, predicen una percepción más elevada de que los medios están controlados por unas cuantas empresas.³²

Una comparación intranacional de puntos de vista sobre la concentración de la propiedad de los medios de comunicación revela importantes diferencias en toda la región, aunque estas diferencias no son tan pronunciadas como las observadas en la distribución de opiniones sobre el pluralismo en los medios por país. Es decir, hay más consistencia entre los países en cuanto al porcentaje que cree que existe una concentración de propiedad de medios en su país que la que existe con respecto a las opiniones sobre el pluralismo en los medios.

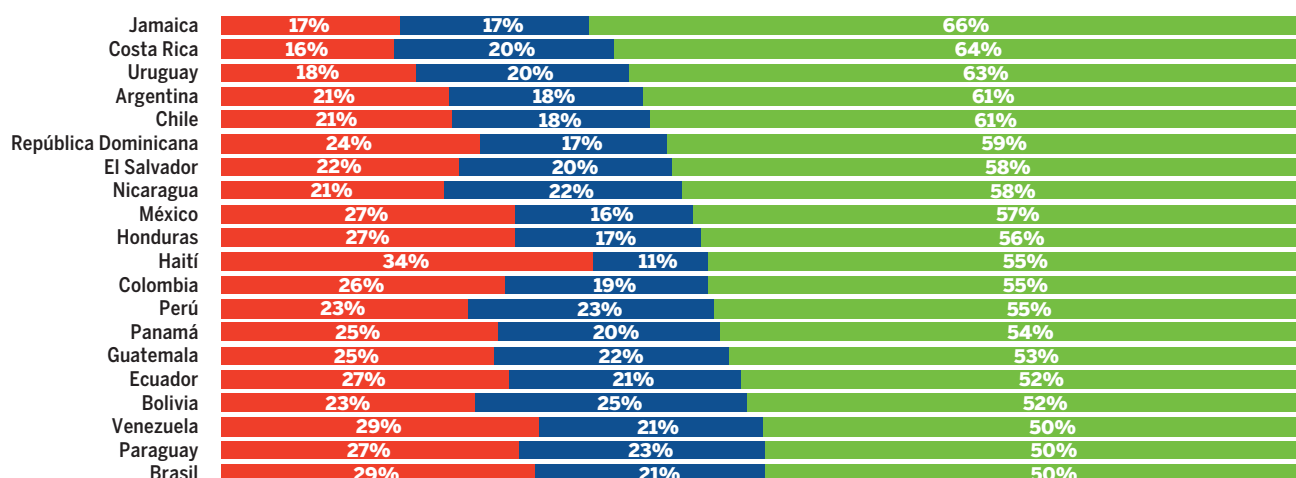
En todos los países del Continente Americano, al menos la mitad del público considera que los medios de comunicación en su país están en manos de unas cuantas empresas. Estas opiniones coinciden con la investigación sobre la concentración de la propiedad de los medios de comunicación para la región, según la cual la mayoría de los medios de comunicación, en particular la prensa escrita y la radiodifusión, han sido propiedad privada de una pequeña proporción de poderosos grupos políticos y económicos.³³

No obstante, los datos sobre las percepciones públicas con respecto a la concentración de la propiedad ofrecen algunos hallazgos sorprendentes.



© James Brunier News/Alamy Stock Photo

IMAGEN 7. Percepciones sobre la concentración de propiedad de los medios por país, 2016/17



Los medios de comunicación son controlados por unos cuantos grupos

■ En desacuerdo ■ Ni de acuerdo ni en desacuerdo ■ De acuerdo

FUENTE: © AmericasBarometer, LAPOP, 2016/17; GM_v.07172017

En Chile y Argentina, el 61 por ciento de los ciudadanos de ambos países están de acuerdo en que los medios de comunicación están controlados por unos cuantos grupos económicos. Estas percepciones no coinciden con las evaluaciones de expertos sobre los niveles de concentración de la propiedad de los medios de comunicación en estos países. Si bien la región en su conjunto se caracteriza por una elevada concentración de propiedad de medios, Chile y Argentina suelen clasificarse con niveles de concentración comparativamente más bajos que otros países de la región.³⁴

La falta de datos internacionales sobre la concentración de la propiedad de los medios limita nuestra capacidad para evaluar a detalle hasta qué punto la opinión pública en América Latina y el Caribe concuerda con las clasificaciones de los expertos sobre la concentración de la propiedad de los medios. Sin embargo, un análisis en el que comparamos los cálculos de Noam³⁵ del Índice Herfindahl-Hirschman (HHI)³⁶ sobre la concentración de medios de comunicación en Argentina, Brasil, Chile y México con las percepciones públicas sobre la concentración de propiedad de medios en esos países revela una correlación negativa experto-ciudadano (-0.55).³⁷ Esto significa que es común encontrar altas tasas de concentración percibida de la propiedad de los medios en los países con niveles más bajos de concentración de propiedad de los medios, según los puntajes de HHI. Igual que en el caso del pluralismo en los medios, la opinión pública no coincide con las evaluaciones de los expertos aquí tampoco, aunque se debe tener precaución al sacar conclusiones sólidas sobre la concentración de los medios, dado que el análisis solo pudo realizarse para un pequeño grupo de países.



En promedio, casi tres de cada cinco personas en la región consideran que los medios están controlados por unos cuantos grupos económicos.



© Jim West/Alamy Stock Photo

Muchos no tienen un amplio conocimiento sobre la naturaleza y alcance de la concentración de la propiedad de los medios de comunicación que permitiría que sus evaluaciones coincidieran con los puntajes de los expertos.

Sorprendentemente, percepciones elevadas sobre la concentración de la propiedad de los medios no parecen socavar las percepciones públicas sobre la capacidad de los medios para representar con precisión una pluralidad de puntos de vista. No existe un patrón fuerte de asociación entre los promedios de los países sobre estas mediciones de percepción de los medios.³⁸ De hecho, la mayoría de los ciudadanos en muchos países informan que en sus países existe tanto pluralismo en los medios como concentración de la propiedad. Este hallazgo es menos sorprendente si recordamos que nuestros análisis de la correspondencia entre expertos y ciudadanos revelan que las evaluaciones públicas del pluralismo en los medios y la concentración de la propiedad no concuerdan con las evaluaciones de expertos sobre el entorno de los medios de comunicación en la región. Si bien los expertos podrían alegar que una mayor concentración de la propiedad inevitablemente erosiona el pluralismo, es común que el público no lo perciba así.

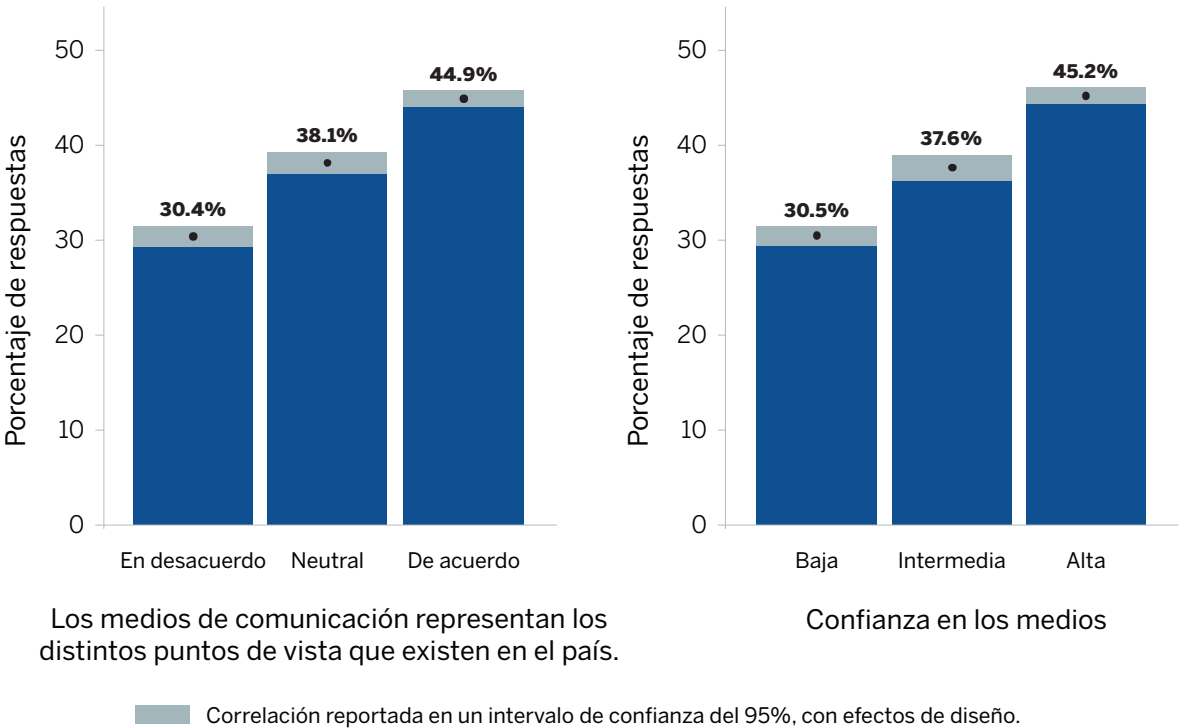
Un factor que contribuye a que el público no establezca la misma relación entre altos niveles de propiedad de los medios y restricciones al pluralismo en los medios tiene que ver con el nivel de sofisticación mediática del público. Muchos no tienen un amplio conocimiento sobre la naturaleza y alcance de la concentración de la propiedad de los medios de comunicación que permitiría que sus evaluaciones coincidieran con los puntajes de los expertos. En comparación, parece ser mucho más fácil para el público en general coincidir con las evaluaciones de los expertos sobre el nivel de libertad de prensa de un país, un concepto posiblemente más observable dada la visibilidad ante el público de los ataques retóricos, legales y físicos contra periodistas. De hecho, en un análisis más profundo de los datos, encontramos que el porcentaje de falta de respuesta o “no sabe” a la pregunta sobre evaluaciones de concentración de propiedad de medios (5.3 por ciento) es significativamente mayor que la proporción de falta de respuesta o “no sabe” para evaluaciones sobre el pluralismo en los medios (2.9 por ciento) o la libertad de prensa (3.7 por ciento).³⁹

Como evidencia adicional de que la sofisticación importa, encontramos que la educación superior es altamente predictiva de las actitudes sobre la concentración de los medios de comunicación: más educación lleva a los individuos a ser más críticos con su entorno mediático cuando se trata de evaluar los tipos de grupos que poseen o controlan los medios de comunicación. Una atención más frecuente a las noticias y al uso de Internet, así como mayores grados de interés en la política y eficacia interna, también predicen tasas más altas de percepción de que los medios están controlados por unas cuantas empresas.⁴⁰ La eficacia interna es una variable explicativa particularmente importante: la creencia de que alguien comprende cuestiones políticas clave supera los efectos previstos de todos los otros factores sobre la probabilidad de que una persona crea que los medios de comunicación en su país son propiedad de unas cuantas empresas.⁴¹ Aún así, incluso las personas con más estudios y mayor interés en la política con altos niveles de exposición a los medios de comunicación no establecen asociaciones sólidas entre sus evaluaciones sobre la concentración de la propiedad de los medios y sus puntos de vista sobre el pluralismo en los medios o la libertad de prensa.⁴²

El pluralismo y la confianza en los medios son clave para la gobernabilidad democrática en América Latina

Las formas en las que los ciudadanos experimentan los medios tienen importantes consecuencias para la calidad de la democracia. Las percepciones sobre pluralismo en los medios de comunicación y la confianza en ellos están fuertemente relacionadas con la satisfacción con la democracia.⁴³ Los ciudadanos que perciben a los medios de comunicación como representativos de diferentes puntos de vista o que tienen una gran confianza en los medios tienen muchas más probabilidades de sentirse satisfechos con la forma en que la democracia funciona en su país. De hecho, hay una brecha de 15 puntos porcentuales en la satisfacción con la democracia entre quienes creen que existe pluralismo o confianza en los medios de comunicación y quienes no creen que haya pluralismo en su país o tienen poca confianza en los medios.⁴⁴

IMAGEN 8. Percepciones sobre la libertad de los medios como pronosticadores de la satisfacción con la democracia en la región de LAC, 2016/17



FUENTE: © AmericasBarometer, LAPOP, 2016/17; GM_v.07172017



*Cuanto más perciben
los ciudadanos que
existe pluralismo en los
medios de comunicación,
mayor es su confianza
reportada en ellos*

Anteriormente informamos sobre la fuerte correlación que existe entre los niveles medios de confianza de un país en los medios de comunicación y las opiniones sobre el pluralismo en los medios. En análisis que no se muestran aquí, también buscamos y encontramos evidencia de esta relación a nivel individual. Mientras que más de 69 por ciento de los que perciben que existe pluralismo en los medios de comunicación en su país también tienen una gran confianza en los medios, solo 27 por ciento de los que no creen que los medios en su país representen con precisión una pluralidad de puntos de vista confían mucho en los medios. Incluso cuando se controlan otras características a nivel individual, el pluralismo percibido de los medios de comunicación guarda la relación más fuerte con la confianza en los medios: cuanto más perciben los ciudadanos que existe pluralismo en los medios de comunicación, mayor es su confianza reportada en ellos.⁴⁵ Como era de esperar, una elevada confianza en los medios de comunicación también es más común entre los ciudadanos que creen que hay al menos suficiente libertad de prensa.

Las formas en que el público experimenta los medios de comunicación son fundamentales para las evaluaciones de los ciudadanos sobre la calidad de la democracia en la región. En los países en los que los medios de comunicación no representan con precisión una pluralidad de opiniones, los ciudadanos se ven obstaculizados en sus esfuerzos de acceder a los medios de comunicación, y los medios no pueden cumplir su papel como institución que facilita la difusión de información necesaria para comprender el entorno sociopolítico de un país y hacer que los funcionarios electos rindan cuentas. En tales contextos, los medios corren el riesgo de perder su legitimidad como un recurso en que los ciudadanos pueden basar sus preferencias políticas y acciones para hacer que sus líderes rindan cuentas. Si los ciudadanos no pueden confiar en los medios de comunicación de esta manera y no creen que el entorno mediático en su país es lo suficientemente abierto, también es probable que sus actitudes sobre la legitimidad de un sistema democrático se vean afectadas.

De la encuesta a la práctica: recomendaciones para la reforma de los medios en América Latina y el Caribe

La creencia de que la democracia es la mejor forma de gobierno parece estar perdiendo su atractivo en América Latina y el Caribe.⁴⁶ De hecho, casi tres décadas después de la ola de democratización de la región en los años ochenta, la fe en muchas instituciones sociales, incluidos los medios de comunicación, está decayendo. Además, la crisis de la democracia en la región se suma a las crecientes preocupaciones sobre la disminución de la libertad de prensa y los niveles de confianza en los medios.

Si bien la situación actual dista mucho de ser ideal, los hallazgos de nuestros análisis apuntan a la conclusión más amplia de que enfocar los esfuerzos en fortalecer los ecosistemas de los medios de comunicación puede ayudar a atender e, idealmente, contrarrestar la creciente insatisfacción de la región con la democracia. Esto se debe a que cuando los ciudadanos tienen más confianza en los medios de comunicación y sienten que tienen acceso a medios plurales, también están más satisfechos con la democracia.

Quizás una de las contribuciones más importantes de este informe y su investigación subyacente es que representa el primer esfuerzo para analizar las percepciones públicas sobre la concentración de la propiedad de los medios en América Latina y el Caribe. Un hallazgo revelador es que las percepciones públicas sobre la concentración de los medios no siempre concuerdan con el análisis de expertos sobre la situación en muchos países. Además, el público en general no relaciona la concentración en la propiedad de los medios de comunicación con una menor pluralidad en los medios. Es importante identificar estas discordancias entre las evaluaciones de los expertos y las creencias del público, ya que pueden representar un desafío para los esfuerzos de reforma a largo plazo. Como lo han demostrado los ejemplos de América Latina, los esfuerzos de reforma de los medios más exitosos han dependido de coaliciones amplias y de múltiples participantes.⁴⁷ Los déficits en la conciencia pública sobre las importantes dinámicas que subyacen a estos temas cruciales pueden representar un impedimento para estos esfuerzos de reforma en el futuro.

Si bien existen muchos desafíos para los medios en América Latina y el Caribe, los resultados de nuestro análisis de la encuesta Barómetro de las Américas 2016/17 sugieren cuatro áreas en las que los activistas a favor de la reforma de los medios de comunicación deberían centrar sus esfuerzos:

- **Centrarse en iniciativas que promuevan la diversidad del contenido de los medios de comunicación y el acceso de los ciudadanos a una gama más amplia de medios de comunicación a fin de generar una mayor confianza en los medios y un gobierno democrático de calidad.** La legitimidad democrática está estrechamente relacionada con las percepciones de pluralismo y confianza en los medios de comunicación. Los ciudadanos que perciben que los medios representan con precisión una pluralidad de puntos de vista tienen una mayor confianza en los medios y, en consecuencia, están más satisfechos con la forma





en la que la democracia funciona en su país. El informe regional más reciente de Barómetro de las Américas encontró que los ciudadanos de la región tienen opiniones cada vez más negativas sobre la democracia. Esta caída en el apoyo a la democracia y sus instituciones y procesos centrales puede relacionarse, al menos en parte, con una disminución en las percepciones de los ciudadanos en torno a la libertad de prensa y confianza en los medios, así como a un deterioro de los espacios públicos para el diálogo.

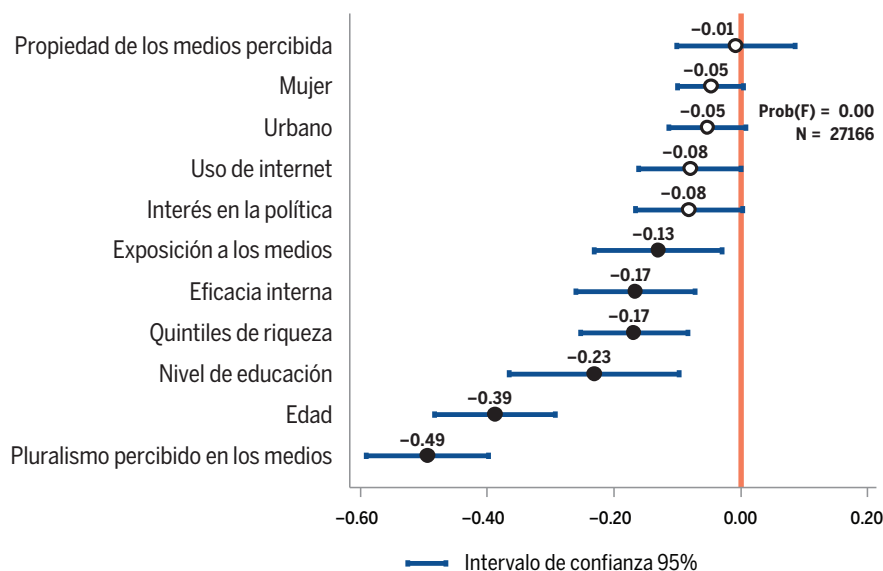
- ***Invertir en proyectos de instrucción mediática que puedan educar al público sobre la naturaleza y las consecuencias de la concentración de la propiedad de los medios de comunicación.*** La opinión pública sobre el pluralismo en los medios de comunicación y la concentración de la propiedad no guarda una estrecha relación con las evaluaciones de expertos sobre el ambiente de los medios en la región. Además, los ciudadanos de América Latina y el Caribe no tienen en claro que la concentración de la propiedad de los medios y el pluralismo en los medios son fuerzas opuestas. La capacidad del público de exigir una mayor rendición de cuentas a los líderes y un mejor gobierno con respecto a la calidad del entorno de los medios en su país mejoraría si se comprendieran las consecuencias perjudiciales de las restricciones a la independencia y apertura de los medios.
- ***Apoyar iniciativas y organizaciones que busquen reformas legales a favor de sistemas y regulaciones del mercado de medios de comunicación más independientes y transparentes.*** La desconcentración de la propiedad de los medios de comunicación puede facilitar la formación de nuevos medios y una mayor circulación de información equilibrada y de alta calidad. La calidad de la democracia depende de un público diversamente informado que pueda acceder a la información necesaria para dar seguimiento a, reaccionar e influir en las decisiones tomadas por los líderes políticos.
- ***Invertir en la opinión pública y la investigación de la audiencia para comprender mejor la experiencia del público con el entorno de los medios de comunicación.*** Dadas las importantes consecuencias que las evaluaciones de los ciudadanos de los medios de comunicación tienen para sus evaluaciones sobre la calidad de la democracia, seguir avanzando para complementar las evaluaciones de expertos con datos sobre cuán restringidos o abiertos percibe el público que son los medios de comunicación coadyuvaría a los esfuerzos de investigación para medir la naturaleza del entorno de los medios de comunicación. Además, existe una relativa escasez de información confiable sobre qué plataformas de medios utilizan actualmente los ciudadanos para acceder a las noticias. Sin datos sobre cómo perciben las personas los medios de comunicación y a cuáles prestan atención las personas, es más difícil desarrollar una política sólida. En resumen, se necesitan más datos para desarrollar mejores estrategias de activismo y respuestas de políticas.

En América Latina y el Caribe se han dado algunas de las iniciativas de reforma de medios de comunicación más innovadoras y exitosas últimamente. Si bien la región en su conjunto enfrenta un entorno cada vez más desafiante tanto para los medios de comunicación como para la democracia en general, esperamos que la información recopilada en este informe pueda utilizarse para engendrar acciones estratégicas que impulsen entornos de pluralidad en los medios que fortalezcan la democracia.

Apéndice

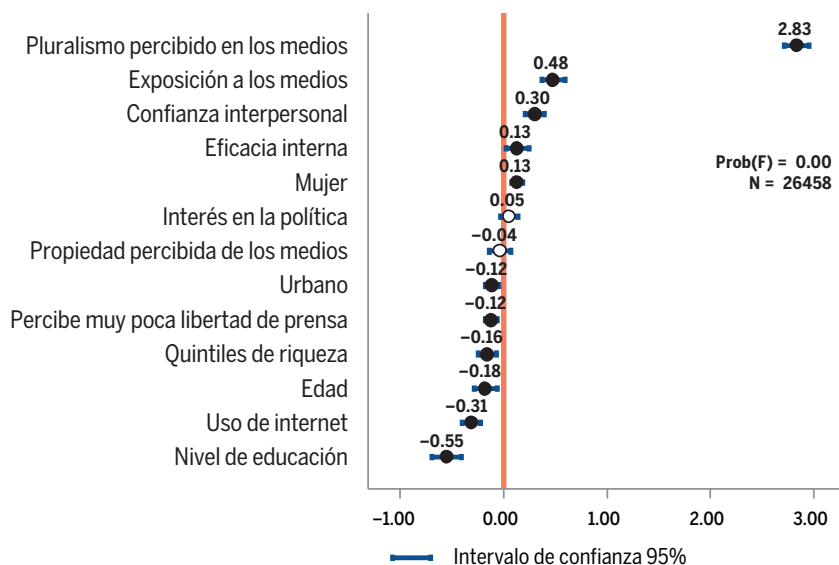
* Empleamos modelos de regresión logit en los Apéndices 2 y 4–7. Todas las variables en los modelos se recodifican 0–1 y los modelos controlan los efectos fijos del país.

APÉNDICE IMAGEN 1. Correlación a la probabilidad de percibir muy poca libertad de prensa, región LAC 2016/17



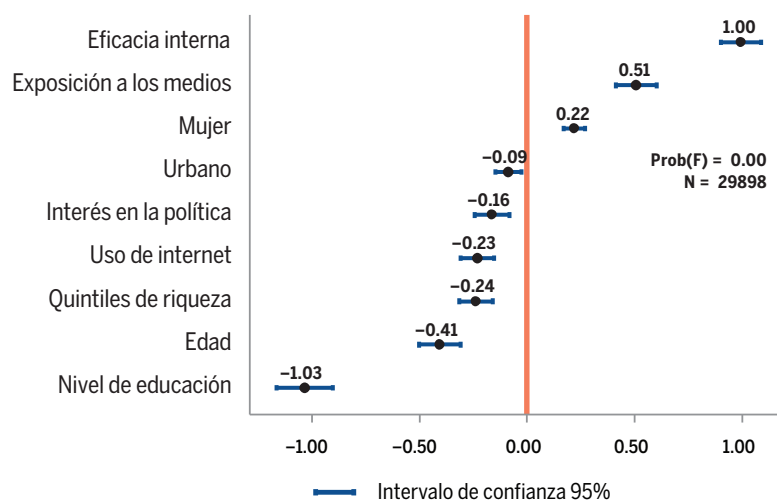
FUENTE: © AmericasBarometer, LAPOP, 2016/17; GM_v.07172017

APÉNDICE IMAGEN 2. Correlación a la probabilidad de una elevada confianza en los medios, región LAC 2016/17



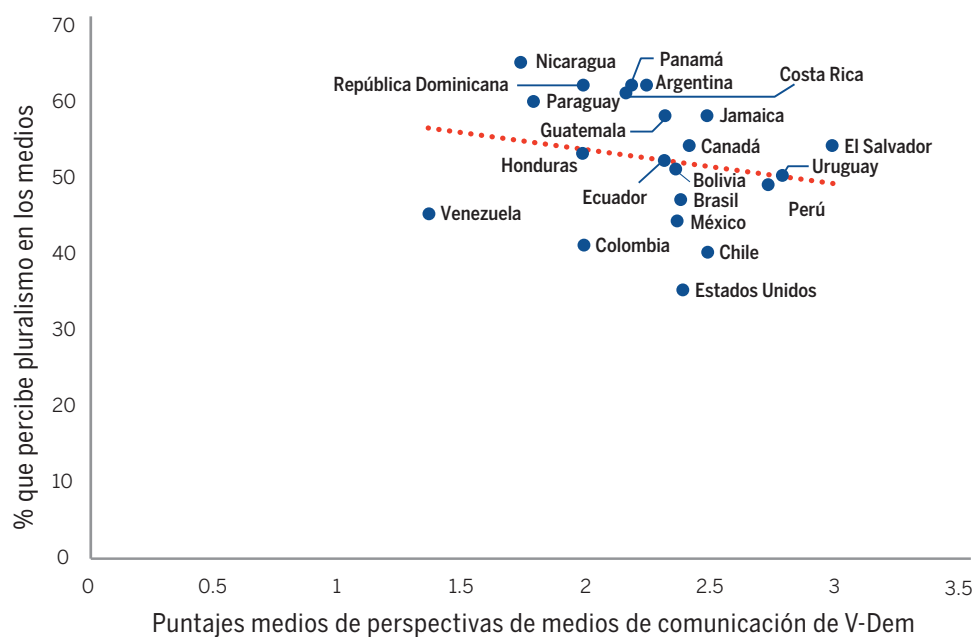
FUENTE: © AmericasBarometer, LAPOP, 2016/17; GM_v.07172017

APÉNDICE IMAGEN 3. Correlación a la probabilidad de percibir pluralismo en los medios, región LAC 2016/17

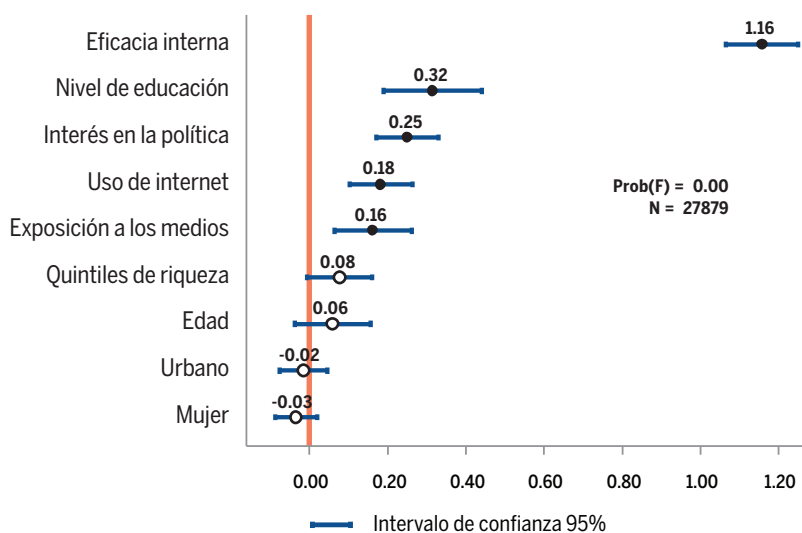


FUENTE: © AmericasBarometer, LAPOP, 2016/17; GM_v.07172017

APÉNDICE IMAGEN 4. Correspondencia experto-ciudadano entre percepciones de pluralismo en los medios y puntajes de perspectivas de medios de V-Dem

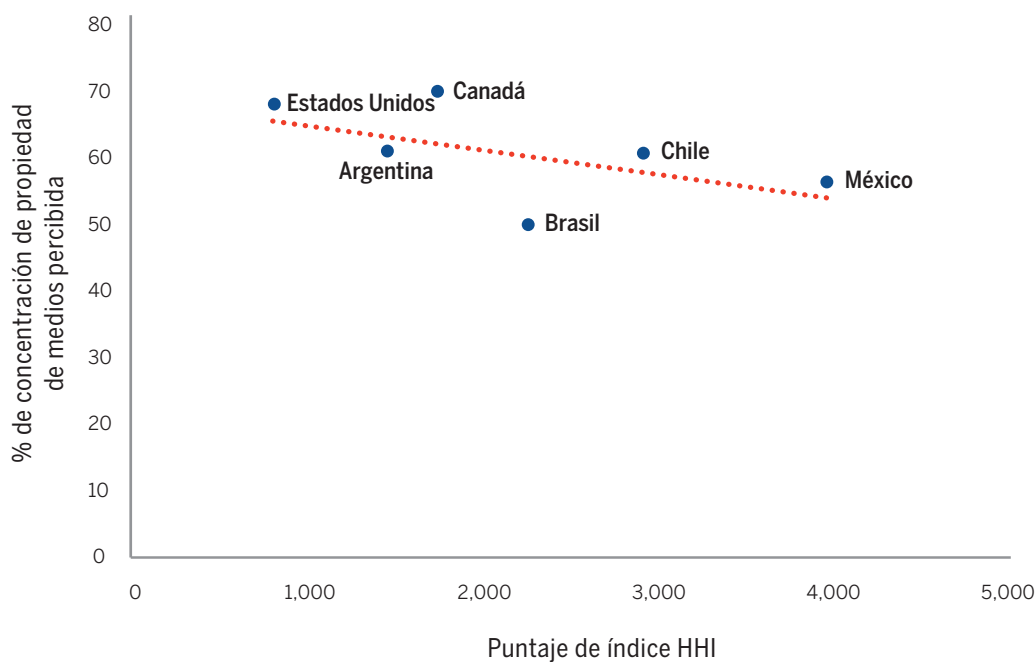


APÉNDICE IMAGEN 5. Correlación a la probabilidad de percibir concentración en la propiedad de medios de comunicación, región LAC 2016/17

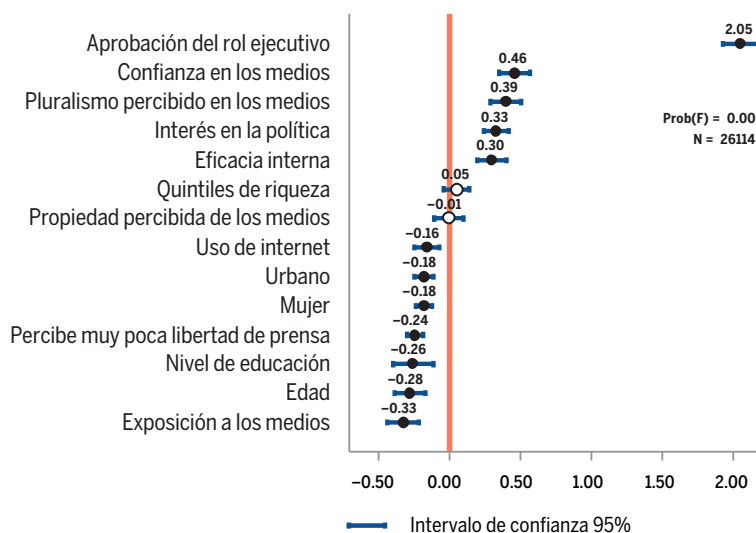


FUENTE: © AmericasBarometer, LAPOP, 2016/17; GM_v.07172017

APÉNDICE IMAGEN 6. Correspondencia experto-ciudadano entre percepciones sobre concentración de la propiedad de los medios y puntajes del índice Herfindahl–Hirschman



APÉNDICE 7. Correlaciona la probabilidad de estar satisfecho con la democracia, región LAC 2016/17



FUENTE: © AmericasBarometer, LAPOP, 2016/17; GM_v.07172017

Notas

¹ Timothy Besley y Robin Burgess, "Political Agency, Government Responsiveness and the Role of the Media", (Agencia política, nivel de respuesta del gobierno y el papel de los medios) *European Economic Review* 45, nos. 4–6 (2001): 629–640.

Shanto Iyengar y Donald R. Kinder, *News That Matters: Television and American Opinion* (Noticias que importan: televisión y opinión en Estados Unidos) Chicago: The University of Chicago Press, 1987.

² El análisis en este informe se centra en países de la región de América Latina y el Caribe y excluye Estados Unidos y Canadá, con excepción de algunos análisis intra-país. En los datos y análisis, la región LAC en este informe está conformada por: Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, República Dominicana, Ecuador, El Salvador, Guatemala, Haití, Honduras, Jamaica, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, Uruguay y Venezuela.

³ Carolina Matos, *Media and Politics in Latin America: Globalization, Democracy and Identity* (Medios y política en Latinoamérica: Globalización, democracia e identidad) New York: I.B Tauris, 2012.

⁴ María Soledad Segura y Silvio Waisbord, *Media Movements: Civil Society and Media Policy Reform in Latin America* (Movimientos de medios de comunicación: sociedad civil y reforma de la política de medios en Latinoamérica) London: Zed Books, 2016, 15–16.

⁵ Don Podesta, *Media in Latin America: A Path Forward*, Center for International Media Assistance. (Medios en Latinoamérica: Senda hacia adelante) Washington, D.C.: National Endowment for Democracy, 2016, <http://www.cima.ned.org/wp-content/uploads/2016/01/CIMA-Media-in-Latin-America-the-Path-Forward.pdf>.

⁶ Segura y Waisbord, *Media Movements: Civil Society and Media Policy Reform in Latin America*. (Movimientos de los medios de comunicación: sociedad civil y reforma de la política de medios en Latinoamérica).

Christof Mauersberger, *Advocacy Coalitions and Democratizing Media Reforms in Latin America: Whose Voice Gets on the Air?* (Coaliciones de activismo y reformas democratizantes de los medios en Latinoamérica. ¿Qué voz sale al aire?) Springer International Publishing, 2015.

⁷ Segura y Waisbord, *Media Movements: Civil Society and Media Policy Reform in Latin America*, (Movimientos de los medios: sociedad civil y reforma de la política de medios en Latinoamérica) 15–16.

⁸ J. Adams, M. Clark, L. Ezrow y G. Glasgow, "Understanding Change and Stability in Party Ideologies: Do Parties Respond to Public Opinion or to Past Election Results?" (Entendiendo el cambio y la estabilidad en las ideologías de partido: ¿Responden los partidos a la opinión pública o a los resultados de la elección pasada?) *British Journal of Political Science* 34, no. 4 (2004): 589–610.

Stuart N. Soroka y Christopher Wlezien, *Degrees of Democracy: Politics, Public Opinion, and Policy* (Grados de democracia: política, opinión pública y políticas) New York: Cambridge University Press, 2010.

⁹ Paul Burstein, "The Impact of Public Opinion on Public Policy: A Review and an Agenda", (El impacto de la opinión pública en la política pública) *Political Research Quarterly* 56, no. 1 (2003): 29–40.

Benjamin I. Page y Robert Y. Shapiro, *The Rational Public: Fifty Years of Trends in Americans' Policy Preferences* (El público racional: 50 años de tendencias en las preferencias de políticas de los estadounidenses) Chicago: University of Chicago Press, 2010.

¹⁰ Stefanie Reher, "The Effects of Congruence in Policy Priorities on Satisfaction with Democracy", (Los efectos de la congruencia en las prioridades de políticas en la satisfacción con la democracia) *Journal of Elections, Public Opinion and Parties* 26, no. 1 (2015): 40–57.

¹¹ Mitchell A. Seligson y John A. Booth, "Special Report on Honduras: Predicting Coups? Democratic Vulnerabilities, The AmericasBarometer and the 2009 Honduras Crisis", (Informe especial sobre Honduras: ¿Prediciendo golpes? Vulnerabilidades democráticas, AmericasBarometer y la Crisis de Honduras de 2009) *AmericasBarometer Insights* No. 821 (Nashville, Tennessee: Latin American Public Opinion Project, Vanderbilt University, 2009).

¹² Elizabeth J. Zechmeister, "Chapter 1. The Supply of Basic Liberties in the Americas," in *The Political Culture of Democracy in the Americas, 2016/17: A Comparative Study of Democracy and Governance*, ("Capítulo 1: La oferta de libertades básicas en el continente Americano" en La cultura política de la democracia en el continente Americano, 2016/17) Eds. Mollie J. Cohen, Noam Lupu, y Elizabeth J. Zechmeister (Nashville, Tennessee: Latin American Public Opinion Project, Vanderbilt University, 2017).

¹³ Michael X. Delli Carpini y Scott Keeter, "Measuring Political Knowledge: Putting First Things First", (Midiendo el conocimiento político: poniendo las prioridades primero) *American Journal of Political Science* 37, no. 4 (1993): 1179–1206.

¹⁴ LAPOP mide la riqueza basándose en respuestas a un módulo sobre propiedad de bienes. Incluye preguntas sobre la posesión de los siguientes artículos: TV, refrigerador, teléfono fijo, teléfono celular, automóviles, lavadora, horno de microondas, motocicleta, agua potable, baño interno, computadora, TV de pantalla plana, internet y conexión al drenaje. De estas variables, LAPOP utiliza el análisis de factores para calcular un índice de riqueza. Nos referimos a los que son más ricos o en las categorías de riqueza más elevada como quienes poseen un mayor número de bienes de consumo en comparación con quienes son menos ricos o en las categorías de menor riqueza, que poseen un menor número de bienes de consumo.

- ¹⁵ El uso de internet y la eficacia de la política interna se miden utilizando las siguientes preguntas de la encuesta de AmericasBarometer:
- WWW1.** Hablando de otras cosas, ¿con cuánta frecuencia utiliza internet? (1) Diariamente (2) Unas veces a la semana (3) Unas veces al mes (4) Rara vez (5) Nunca
- EFF2.** ¿Siente que entiende los temas políticos más importantes de este país? ¿Qué tanto concuerda con esta declaración? Escala 1 (En fuerte desacuerdo) – 7 (Concuerdo plenamente)
- ¹⁶ Ver Freedom House, “Venezuela Sheds Its Democratic Façade” (Venezuela se deshace de su fachada democrática) Febrero 6, 2017, <https://freedomhouse.org/blog/venezuela-sheds-its-democratic-fa-a-de>; Freedom House, “Venezuela Profile” (Perfil de Venezuela) 2017, <https://freedomhouse.org/report/freedom-world/2017/venezuela>; Committee to Protect Journalists, “Journalists Covering Venezuela Protests Harassed, Attacked, and News Websites Blocked” (Comité para la Protección de los Periodistas: “Periodistas que cubren las protestas en Venezuela son acosados, atacados y los sitios de noticias son bloqueados”) April 12, 2017, <https://cpj.org/2017/04/journalists-covering-venezuela-protests-harassed-a-php>
- ¹⁷ Ver Freedom House, “Populists and Autocrats: The Dual Threat to Global Democracy” (Populistas y autócratas: la amenaza dual a la democracia global) <https://freedomhouse.org/report/freedom-world/freedom-world-2017>.
- ¹⁸ Las respuestas originales en una escala del 1 al 7 se registran en tres categorías: Baja confianza (1/3), Confianza intermedia (4), Elevada confianza (5/7). Los resultados de AmericasBarometer 2014 no están incluidos porque esta pregunta de la encuesta no fue hecha como parte del cuestionario central en esa ronda.
- ¹⁹ El patrón de resultados para la región a lo largo del tiempo es similar si la muestra se restringe a solo los países en AmericasBarometer 2004, aunque el descenso en 2016/17 no es tan pronunciado.
- ²⁰ Estas diferencias son significativas estadísticamente en un nivel de confianza de 95%.
- ²¹ Las respuestas originales en una escala de 1–7 se registran en tres categorías: desacuerdo (1/3), ni de acuerdo ni en desacuerdo (4), de acuerdo (5/7).
- ²² Medido utilizando la siguiente pregunta de la encuesta de AmericasBarometer:
- POLL.** ¿Cuánto interés tiene en la política?: mucho, algo, poco, nada.
- ²³ Medido utilizando las siguientes preguntas de AmericasBarometer:
- G10.** ¿Con cuánta frecuencia presta atención a las noticias, ya sea en TV, radio periódicos o internet? (1) A diario (2) Unas veces a la semana (3) Unas veces al mes (4) Rara vez (5) Nunca
- ²⁴ Estas correlaciones se mantienen cuando se controlan características demográficas y socioeconómicas, así como medidas de exposición a los medios y conciencia política. Ver resultados de regresión en el apéndice.
- ²⁵ Ver Freedom House, “Nicaragua,” <https://freedomhouse.org/report/freedom-press/2016/nicaragua>.
- ²⁶ El proyecto Varieties of Democracy da a Nicaragua un puntaje medio de 1.75 en su escala de 0 a 3 sobre perspectivas de los medios, en la que 0 significa que los principales medios de comunicación solo representan la perspectiva del gobierno y 3 que todas las perspectivas que son importantes en esta sociedad están representadas en al menos uno de los principales medios de comunicación. Freedom House clasifica a Nicaragua como “parcialmente libre” con un puntaje de 55 en su escala de Libertad de Prensa que va de 0 (libre) a 100 (no libre).
- ²⁷ El proyecto de Varieties of Democracy da tanto a Chile como a Estados Unidos un puntaje medio de 2.4 en su escala de 0 a 3 de perspectivas de medios de comunicación. Freedom House da a Chile un puntaje de 29 y a Estados Unidos un puntaje de 23 en su escala de Libertad de Prensa.
- ²⁸ Ver apéndice 1. La correlación entre la proporción de ciudadanos que perciben pluralismo en los medios en cada uno de los países en la imagen 2 y los puntajes de V-Dem es de –0.19, mientras que la correlación con los puntajes de libertad de prensa de Freedom House es de –.05.
- ²⁹ La correlación a nivel individual entre estas dos mediciones es robusto en 0.38.
- ³⁰ Taylor Boas, “Mass Media and Politics in Latin America,” in *Constructing Democratic Governance in Latin America*, (“Medios masivos y política en Latinoamérica” en Construyendo un Gobierno Democrático en Latinoamérica) 4º. edición., editado por Jorge I. Domínguez y Michael Shifter (Baltimore: Johns Hopkins University Press, 2012).
- ³¹ Respuestas originales en una escala de 1–7 se registran en tres categorías: en desacuerdo (1/3), ni de acuerdo ni en desacuerdo (4), de acuerdo (5/7).
- ³² Estas relaciones se mantienen cuando se controlan características demográficas y socioeconómicas, así como mediciones de exposición a los medios de comunicación y conciencia política. Ver resultados de regresión en el apéndice.
- ³³ Boas, “Mass Media and Politics in Latin America” (Medios masivos y política en Latinoamérica)
- ³⁴ Eli M. Noam y The International Media Concentration Collaboration, *Who Owns the World’s Media? Media Concentration and Ownership around the World* (¿Quién es dueño de los medios de comunicación del mundo? Concentración de medios y propiedad alrededor del mundo) Oxford: Oxford University Press, 2016.
- ³⁵ Noam y The International Media Concentration Collaboration, *Who Owns the World’s Media? (¿Quién es dueño de los medios de comunicación del mundo?)*
- ³⁶ HHI es una medición de concentración de propiedad de los medios que se basa en la participación en los ingresos de los medios de comunicación de empresas que compiten entre sí en el mercado de medios de comunicación. Noam calcula este índice con los datos más recientes disponibles para los diarios, revistas, radio, TV abierta, TV cerrada (cable y satélite), y noticias online para 30 países en todo el mundo. El índice es ponderado por la atención, que Noam define como el “tiempo promedio que pasa un usuario promedio en ese país con ese medio, pro-rateado a la cuota del contenido noticioso de ese medio en su contenido general, y también ajustado a la penetración de ese medio en la población de un país. (2016, p. 1272). El índice va de 0–10,000, donde un índice HHI de menos de 1,500 es definido como no concentrado, y un puntaje de entre 1,500 y 2,500 se considera concentración moderada, y cualquier lectura por encima de 2,500 es considerada concentración.
- ³⁷ Ver apéndice 3.
- ³⁸ La correlación a nivel individual de estas mediciones es de 0.14.
- ³⁹ Las diferencias en la proporción de no respuesta y “no se” entre las evaluaciones de pluralismo en los medios y libertad de prensa también difieren entre sí considerablemente. Estas diferencias son significativas a nivel estadístico en un nivel de confianza de 95%.
- ⁴⁰ Estas relaciones se mantienen cuando se controlan características demográficas y socioeconómicas, así como mediciones de exposición a los medios y conciencia política. Ver resultados de regresión en el apéndice.
- ⁴¹ Análisis de países individuales muestran que la correlación positiva entre eficacia interna y percepciones sobre la concentración de propiedad de los medios de comunicación se mantiene para todos los países en la región LAC.
- ⁴² Las correlaciones entre evaluaciones de propiedad de los medios y pluralismo en los medios o libertad de prensa para este tipo de personas no rebasa 0.13.
- ⁴³ Utilizamos un modelo de regresión logit que controla características demográficas y socioeconómicas, así como eficacia interna, interés en la política y nivel de aprobación del cargo ejecutivo. Ver resultados de regresión en el apéndice.
- ⁴⁴ Similarmente, los ciudadanos en la región LAC que creen que hay al menos suficiente libertad de prensa tienen más posibilidades de estar satisfechos con la democracia que quienes piensan que hay restricciones a la libertad de prensa en su país. Los efectos pronosticados de las percepciones de pluralismo en los medios, evaluaciones de libertad de prensa y confianza en los medios en la satisfacción con la democracia se mantienen cuando se controlan estas mismas características individuales.
- ⁴⁵ Análisis de países individuales muestran que la correlación positiva entre percepciones sobre pluralismo en los medios de comunicación y confianza en ellos se mantiene para todos los países en la región LAC.
- ⁴⁶ Cohen, Lupu y Zechmeister, *The Political Culture of Democracy in the Americas 2016/17*. (Cultura política de la democracia en el continente Americano), 2016/17.
- ⁴⁷ Segura y Waisbord, *Media Movements: Civil Society and Media Policy Reform in Latin America* (Movimientos de medios: sociedad civil y reforma de la política de medios en Latinoamérica).

Center for International Media Assistance

NATIONAL ENDOWMENT FOR DEMOCRACY
1025 F STREET, N.W., 8TH FLOOR
WASHINGTON, DC 20004

PHONE: (202) 378-9700
EMAIL: CIMA@ned.org
URL: <https://cima.ned.org>



**National Endowment
for Democracy**
Supporting freedom around the world