



BENEMÉRITA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE PUEBLA
INSTITUTO DE CIENCIAS DE GOBIERNO Y DESARROLLO ESTRATÉGICO

**Efectos de la información política negativa en la confianza institucional:
El caso de la Elección Presidencial 2018.**

Tesis para obtener el grado de Doctora en Ciencias de Gobierno y Política,
presenta:

Evelia Mani Rodríguez

Director de tesis:

Doctor Martín Rodrigo Echeverría Victoria

Enero, 2020

Índice

| | |
|---|----|
| Índice de tablas..... | 3 |
| Índice de gráficas..... | 4 |
| DEDICATORIA..... | 5 |
| AGRADECIMIENTOS | 6 |
| INTRODUCCIÓN | 7 |
| CAPÍTULO I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA | 11 |
| 1.1. Problematización | 11 |
| 1.2. Preguntas de investigación | 18 |
| 1.3. Objetivos | 18 |
| 1.3.1. Objetivo General | 18 |
| 1.3.2. Objetivos Particulares | 18 |
| 1.4. Hipótesis..... | 19 |
| 1.5. Justificación..... | 20 |
| CAPÍTULO II. MARCO CONTEXTUAL..... | 23 |
| 2.1 Antecedentes al Proceso electoral 2018..... | 23 |
| 2.2 El proceso electoral 2018..... | 26 |
| 2.3 La desconfianza en las instituciones y su papel durante el proceso electoral | 31 |
| 2.4 Los medios de comunicación y los procesos electorales mexicanos..... | 32 |
| 2.5 Los estudios de confianza política y medios de comunicación en México | 39 |
| CAPÍTULO III. MARCO TEÓRICO | 42 |
| 3.1 Confianza | 43 |
| 3.1.1 Confianza política..... | 47 |
| 3.1.2 Objetos de la confianza política | 50 |
| 3.1.3 Fuentes de confianza política..... | 54 |
| 3.1.4 Confianza y medios de comunicación | 63 |
| 3.2 Medios de comunicación y confianza política | 66 |
| 3.2.1 Efectos de los medios de comunicación en la confianza política | 69 |

| | | |
|--|---|------------|
| 3.2.2 | Teorías sobre los efectos de los medios de comunicación | 70 |
| 3.2.3 | Efectos de los medios de comunicación..... | 70 |
| 3.2.3.1 | Videomalestar..... | 71 |
| 3.2.3.2 | Teorías de la movilización..... | 79 |
| 3.2.3.3 | Efectos moderados y factores intervinientes | 84 |
| 3.3 | Información política negativa | 87 |
| 3.3.1 | La información política y su contenido negativo | 88 |
| 3.3.2 | Consecuencias de la negatividad sobre la confianza política | 96 |
| 3.4 | Síntesis teórica..... | 98 |
| CAPÍTULO IV. ENFOQUE Y ALCANCE METODOLÓGICO | | 102 |
| 4.1 | Análisis de contenido | 104 |
| 4.1.1 | Muestra..... | 104 |
| 4.1.2 | Unidad de análisis..... | 106 |
| 4.1.3 | Libro de códigos | 107 |
| 4.1.4 | Procedimiento de fiabilidad | 109 |
| 4.2 | Encuesta | 109 |
| 4.2.1 | Muestra..... | 110 |
| 4.2.2 | Método de estimación..... | 111 |
| 4.2.3 | Variables..... | 112 |
| 4.2.3.1 | Variable independiente | 112 |
| 4.2.3.2 | Variable dependiente | 114 |
| 4.2.3.3 | Variables de control..... | 115 |
| 4.3 | Vinculación entre análisis de contenido y encuestas..... | 116 |
| CAPÍTULO V. ANÁLISIS DE DATOS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS .. | | 117 |
| 5.1 | Resultados de la encuesta | 118 |
| 5.2 | Análisis de contenido | 136 |
| 5.2.1 | Análisis de contenido, Prensa | 136 |
| 5.2.2 | Análisis de contenido Televisión | 140 |
| CAPÍTULO VI. CONCLUSIONES | | 149 |

| | |
|---|-----|
| Referencias Bibliográficas | 161 |
| ANEXOS..... | 190 |
| Anexo 1. Reactivos utilizados Encuesta panel elecciones México 2018 ola 1 | 190 |
| Anexo 2. Reactivos utilizados Encuesta panel elecciones México 2018 ola 2..... | 193 |
| Anexo 3. Reactivos utilizados Encuesta panel elecciones México 2018 ola 3 | 196 |
| Anexo 4. Codificación del análisis de contenido para variable Negatividad | 199 |

Índice de tablas

| | |
|---|-----|
| Tabla 1 Confianza y Desconfianza en las Instituciones..... | 120 |
| Tabla 2 Medias de Confianza por olas | 123 |
| Tabla 3 Utilización de periódicos en papel | 125 |
| Tabla 4 Confianza en las Instituciones por tipo de lector ola 1 | 127 |
| Tabla 5 Confianza en las Instituciones por tipo de lector ola 2 | 127 |
| Tabla 6 Confianza en las Instituciones por tipo de lector ola 3 | 128 |
| Tabla 7 ANOVA Ola 1..... | 129 |
| Tabla 8 ANOVA Ola 2..... | 130 |
| Tabla 9 ANOVA Ola 3..... | 131 |
| Tabla 10 Variables explicativas de la confianza institucional OLA 1 | 133 |
| Tabla 11 Variables explicativas de la confianza institucional OLA 2 | 134 |
| Tabla 12 Variables explicativas de la confianza institucional OLA 3 | 135 |
| Tabla 13 Proporción de notas positivas vs negativas | 137 |
| Tabla 14 Tonalidad en Prensa | 138 |
| Tabla 15 Conflictividad en Prensa | 139 |
| Tabla 16 Competencia en Prensa | 139 |
| Tabla 17 Origen de las notas periodísticas en Televisión | 140 |
| Tabla 18 Tonalidad por Televisora | 141 |
| Tabla 19 Competencia por televisora..... | 142 |
| Tabla 20 Conflictividad por televisora..... | 143 |
| Tabla 21 Exposición a contenidos negativos y Confianza Ola 2 | 144 |
| Tabla 22 Exposición a contenidos negativos y Confianza Ola 3 | 146 |

Índice de gráficas

| | |
|--|-----|
| Gráfica 1. Medias de Confianza por instituciones | 124 |
|--|-----|

DEDICATORIA

A Erich

AGRADECIMIENTOS

Agradezco al Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT), por su apoyo financiero al haberme otorgado la beca nacional de posgrados, así como por los insumos proporcionados a través del proyecto Ciencia Básica, titulado “Infoentretenimiento político, encuadres periodísticos y desconfianza ciudadana” (Clave 256670), gracias a los cuales fue posible la elaboración de la tesis que aquí se presenta.

A la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, por brindarme la oportunidad de formar parte del alumnado del Instituto de Ciencias de Gobierno y Desarrollo Estratégico (ICGDE).

Al personal administrativo y los destacados académicos, académicas, investigadores e investigadoras del ICGDE por su apoyo, sus conocimientos y guía en cada una de las etapas de este proceso.

A mis compañeras y compañeros de la generación 2015 por las experiencias compartidas, el intercambio de ideas y los interesantes debates, especialmente a Liz Sánchez por su amistad, su tiempo y su solidaridad.

Al Doctor Rubén González Macías, el Doctor Jorge Luis Castillo Durán, el Doctor José Antonio Meyer Rodríguez y el Doctor José Luis Estrada Rodríguez, lectores y sinodales de esta tesis por sus acertados comentarios.

A la Doctora Rocío Galarza Molina, por su disposición para la lectura de este documento, por sus atinadas observaciones y puntuales sugerencias que contribuyeron a corregir y enriquecer su contenido.

Al Doctor Martín Echeverría Victoria, Director de esta tesis, por su invaluable apoyo y guía a lo largo de estos años. Sus vastos conocimientos y generosidad para compartirlos, su asesoría, rigurosidad y dedicación han sido vitales para mi posgrado. A usted, mi profundo y sincero agradecimiento.

INTRODUCCIÓN

La confianza en actores e instituciones políticas es un tema que ha sido objeto de estudio de la literatura en todo el mundo, dada su contribución a la legitimidad del régimen democrático. Aunque cierto grado de escepticismo es aceptado como necesario, los decrecientes niveles de confianza política en distintos países y especialmente en América Latina, han encendido las alertas y animado diversos trabajos para explicar el fenómeno.

La disminución o incremento en los niveles de confianza encuentran explicaciones en variables culturales, institucionales, económicas y sociopolíticas que se contemplan en este trabajo. Sin embargo, la atención del mismo se ha centrado en la variable de los medios de comunicación, en tanto que constituyen la principal fuente de información de los ciudadanos con base en la cual son capaces de conocer el quehacer de las figuras e instituciones políticas, formarse una opinión respecto a ellas, emitir juicios sobre su actuación, valorar su eficacia, así como brindar su confianza y apoyo al sistema político en general.

Los medios de comunicación ocupan un lugar relevante en las democracias no sólo por contribuir a la visibilidad y construcción de percepción sobre actores e instituciones políticas, sino también porque son el principal espacio en el que se llevan a cabo los debates públicos y dónde se reportan los conflictos. En este sentido, su desempeño ha sido cuestionado a partir de la idea de que existe una alta proporción de contenidos negativos en piezas informativas, especialmente en periodos de campaña electoral.

Con base en los argumentos mencionados, esta tesis aborda específicamente el tema de la cobertura mediática negativa registrada en noticieros televisivos y prensa escrita durante la

elección presidencial 2018 en México y sus efectos en los niveles de confianza en distintas instituciones políticas.

El declive de la confianza política se aborda discutiendo, en primer lugar, la relevancia de ésta para la funcionalidad de un régimen democrático, posteriormente se analizan distintas explicaciones hasta ahora postuladas en la literatura sobre su presencia o disminución en términos de las teorías Culturalista e Institucionalista, y profundizando en un factor cuya relevancia ha ido en aumento: los medios de comunicación.

En vista de que la confianza en actores e instituciones políticas es en buena medida resultado de la percepción del desempeño de éstos, la cobertura mediática y su influencia en la confianza ha sido aquí considerada como una variable que requiere ser incluida en la corriente teórica institucionalista, pero cuya dimensión hasta ahora no ha sido sopesada desde el campo de la ciencia política.

La intención es, desde la experiencia mexicana, contribuir a la discusión que hasta ahora ha sido abundantemente tratada en otras latitudes y brindar un panorama actualizado, considerando que los estudios académicos sobre la relación entre confianza política y medios de comunicación en un contexto electoral a nivel nacional se basan mayormente en datos obtenidos en las elecciones presidenciales de 2012. Finalmente ofrecer una explicación más robusta sobre la incidencia de la información política negativa en la confianza a través de un diseño metodológico que va más allá del análisis de una encuesta, vinculando los datos de ésta con el análisis de contenido.

Para ello, en el Capítulo I se explica la importancia del análisis de este tema. Con base en los resultados de las mediciones de confianza alrededor del mundo y en América Latina se evidencia

una disminución sostenida que justifica la necesidad de comprender el fenómeno. De igual modo se trata el tema de la preocupación de los especialistas por el papel que juegan los medios en esa disminución de confianza, lo que lleva al desarrollo de hipótesis y objetivos para contestar a la pregunta de investigación que busca reconocer el impacto de la exposición a información política negativa en los niveles de confianza en las Instituciones durante el proceso electoral 2018 en México.

En el Capítulo II se abordan aspectos contextuales, explicando los antecedentes y características del proceso electoral mexicano de 2017-2018 en el que se inscribe la presente investigación. Se describen brevemente los cambios en el sistema político mexicano que llevaron a la alternancia en la última elección a partir de la cual un partido de izquierda ocupa la presidencia. De una manera un poco más amplia se explican las condiciones y características del proceso electoral reciente, así como el estado que guarda la confianza en las instituciones y el papel de los medios de comunicación en México, que ayudan a comprender los resultados obtenidos más adelante.

El marco teórico correspondiente al Capítulo III, aúna elementos de ciencia política y de comunicación para definir en primer lugar qué es la confianza política y cuál es su relevancia en un régimen democrático. Se explican las dos principales perspectivas teóricas, Institucionalista y Culturalista, así como sus supuestos y los estudios empíricos desarrollados que las tienen de base. En segundo lugar, se trata el papel que juegan los medios de comunicación en las variaciones de confianza y las teorías que lo explican, así como los estudios empíricos recientes que las apoyan o refutan.

En el Capítulo IV dedicado a la Metodología, se describen las herramientas desarrolladas para la recolección de datos empíricos dentro del proyecto “Infoentretenimiento político, encuadres periodísticos y desconfianza ciudadana”, dirigido por el Doctor Martín Echeverría Victoria y financiado por el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT) y la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla (BUAP), del que se desprenden los insumos estadísticos utilizados para esta investigación.

Como se explica en el apartado metodológico, la evidencia empírica proviene de una encuesta tipo panel de 3 olas, efectuada a nivel nacional durante la elección presidencial de 2018 y que contiene variables tanto de confianza institucional como de consumo de medios. Dicha encuesta se utiliza en combinación con un análisis de contenido en prensa y televisión, del cual se obtiene información sobre la cobertura realizada por dichos medios y permite llevar a cabo un análisis más robusto de cómo la exposición mediática puede provocar cambios en los niveles de confianza.

Finalmente, en el capítulo V los hallazgos son discutidos en relación con la literatura existente, estableciendo así paralelismos o diferencias. Asimismo, se presentan las conclusiones que se desprenden de la revisión teórica, empírica y el análisis de datos. Se enuncian también las lagunas de conocimiento que pueden dar paso a nuevas líneas de investigación en el tema.

CAPÍTULO I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Problematización

De acuerdo con el informe de Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD, 2014), en América Latina los gobiernos democráticos han persistido durante más de dos décadas, sin embargo, esto no ha evitado que la región mantenga profundas desigualdades que han provocado un creciente malestar social. El informe más reciente de Latinobarómetro (2018), registra una disminución de cinco puntos porcentuales, de 53% en 2017 a 48% en 2018 en el apoyo a la democracia, por lo que este sería el sexto año consecutivo en que este indicador se muestra a la baja.

Esta sensación generalizada de que la promesa de la democracia ha sido incumplida, provoca que la ciudadanía dirija su crítica y enojo hacia las instancias de representación, como son los gobiernos, los partidos políticos y sus representantes, por lo que si bien existe la noción teórica de un “contrato social” entre el pueblo soberano y sus gobernantes, en muchos contextos democráticos esta relación contractual se desdibuja, ya que los ciudadanos no sienten ni confianza ni respeto hacia sus representantes y funcionarios del gobierno, considerándolos faltos de atención e ineptos, en el mejor de los casos, o manipuladores y corruptos, en el peor de éstos (Herman, 2010).

La erosión de la confianza en las instituciones, así como la falta de credibilidad en la figura de los representantes políticos, ha provocado un “sentimiento antipartidista y antiinstitucional, con cada vez más frecuentes manifestaciones de hartazgo” (Mora & Rodríguez, 2004, p. 93). Ese desencanto alcanza a todos los actores políticos, sin distinción de filiaciones partidistas o niveles

de gobierno, especialmente durante los procesos electorales en los cuales, como candidatos, se encuentran más visibles a la opinión pública.

México no es ajeno a este hecho y tanto desde la academia como desde la opinión pública se percibe una inconformidad hacia las instituciones, así como una crisis de credibilidad hacia los partidos políticos en su papel de organismos de representación, situaciones que se han ido intensificando a lo largo de los años y de las cuales existe evidencia empírica abundante (Cleary & Stokes, 2006; Cuna, 2006; Fernández, 2009; Morales-Mena, 2015; Palazuelos, 2012).

Mediciones demoscópicas, tales como los resultados de las encuestas de opinión realizadas por empresas como Parametría (2016), que a principios de 2016 ubicaba a los partidos políticos en el último lugar de las instituciones en México en las cuales los ciudadanos tenían confianza, la Encuesta Nacional de Calidad e Impacto Gubernamental 2017 (INEGI, 2018) donde los partidos ocupan el último lugar con un 17% de Confianza, o los datos proporcionados por Consulta Mitofsky (2018), que indicaban, en octubre de 2018, que los partidos políticos eran una de las seis instituciones que menor confianza generan en la población, con una calificación de 5.1 sobre 10 puntos y ocupando, junto con la presidencia y los diputados, el último sitio de un total de 18 instituciones consideradas en su medición.

En la Quinta Encuesta Nacional sobre Cultura Política y Prácticas Ciudadanas (ENCUP, 2012) se encontró que ocho de cada diez mexicanos perciben la política como un tema muy complicado o algo complicado y 65% de los ciudadanos entrevistados declararon tener poco interés en la política. Con respecto a los partidos políticos, son percibidos como poco o nada necesarios por un tercio de los encuestados y fueron los peor evaluados con una calificación de 4.4 puntos sobre 10.

Con una calificación también por debajo de la media se encuentran representantes políticos como Senadores (4.4), Diputados (4.4), jefes delegacionales o presidentes municipales (4.9) y Gobernadores (5.0)

Por otro lado, el estudio de carácter cualitativo “El malestar con la democracia: creencias políticas de la clase media en México”, realizado por Echeverría, Reyes y Sabido (2012) indica que existen expresiones directas de inconformidad con el sistema político actual, tales como el sentir generalizado de que las autoridades e incluso los partidos no escuchan realmente las quejas y propuestas de los ciudadanos, la percepción de que los candidatos al llegar a ser funcionarios se olvidan de sus promesas, la vinculación entre las élites políticas y económicas en beneficio de ambas y a espaldas del pueblo, la idea de que son las élites del poder quienes en realidad eligen a los candidatos y los colocan en sus puestos de gobierno, todo lo cual refuerza el planteamiento de que la democracia y el sistema político funcionan con un fuerte contenido de apariencia y simulación.

Las causas de esta desconfianza ciudadana, en especial hacia los partidos políticos y sus representantes, tienen diversos orígenes: la Teoría culturalista explica que la confianza depende de la forma en que se educa a la ciudadanía, el bienestar general y el contexto social de los ciudadanos y la teoría Institucionalista indica que es más bien el desempeño político y económico de las instituciones percibido por los ciudadanos lo que determina su confianza (Rose & Mishler, 2010). Sin embargo una tercera explicación incluye a la variable mediática, en cuanto que “la imagen de la política y de los políticos que construyen y transmiten los medios de comunicación de masas (...) explica buena parte de las raíces en las que se asienta el deterioro de la política a los ojos de los ciudadanos” (Uriarte, 2001, p. 49).

Son los medios de comunicación quienes fungen como intermediarios para dar a conocer la información que surge en el ámbito político, por lo que su papel resulta fundamental para la formación de ciertas opiniones por parte de la ciudadanía. “Ellos marcan las reglas del debate, establecen la selección de temas y dictan las orientaciones para opinar” (Piqueras, Laguna, Martínez, & Alaminos, 2011, p. 21).

La gran mayoría de acontecimientos políticos son presentados por los medios de comunicación a través de las noticias, que son una “construcción textual y visual alrededor de un eje central de pensamiento, de una determinada perspectiva construida por un profesional de la información (aunque no sólo por éste) que proporcionará un marco de interpretación para los públicos que se expongan al mensaje” (Ardèvol-Abreu, 2015, p. 424).

La manera en que los medios presentan la información sobre asuntos políticos se ha convertido en un tema de interés central. Desde la década de los 70, en Estados Unidos se ha detectado un incremento en el nivel de negatividad de la cobertura de noticias que continua en aumento para décadas posteriores (Patterson, 1996). Esto resulta preocupante si se consideran los efectos que este tipo de información puede tener sobre los ciudadanos que acceden a los sucesos de la esfera política haciendo uso de los medios, los cuales serán abordados más adelante.

La literatura distingue diversas explicaciones para este aumento de negatividad en el tratamiento a las noticias. Se reconocen aquellas clásicas sobre el valor noticioso inherente de la negatividad, aunque explicaciones adicionales consideran necesario analizar los cambios en las normas culturales y profesionales de los periodistas, los cambios en la relación entre periodistas y expertos

en relaciones públicas, así como los cambios en la competencia y comercialización del negocio de las noticias (Graber & Dunaway, 2018; Potter, 2012b).

Esser y Shepatt (2017) confirman que, de entre la amplia oferta mediática, las noticias merecen una atención especial debido a que son la fuente de información política más importante para los ciudadanos, su contenido desempeña un papel crucial en la difusión del conocimiento político y puede motivar a la participación, así como a la toma de decisiones con conocimiento de causa. Por lo tanto, si la cobertura noticiosa ofrece una visión excesivamente interpretativa, escandalosamente suave y extraordinariamente negativa de la política (Farnsworth & Lichter, 2003b), estudiar sus implicaciones en la vida democrática resulta fundamental.

En este sentido, existe una línea de investigación acerca de los efectos negativos de los medios de comunicación que se basa en la teoría del *videomalaise* o videomalestar. Dicha teoría considera que el descontento público, la desconfianza en las instituciones e incluso la desvinculación de los individuos con la política surgen a partir de la existencia de una cobertura mediática enmarcada en términos estratégicos, que enfatiza las tácticas utilizadas por los políticos para conseguir sus objetivos, los estilos competitivos en campaña y el tratamiento de sus relaciones como batallas en la arena política, especialmente durante los procesos electorales (De Vreese & Elenbaas, 2008).

Por su parte, otros estudios destacan que la relación entre los medios de comunicación y la confianza política es positiva porque el uso de ciertos medios aumenta la experiencia política de los ciudadanos (Moy & Pfau, 2000) y el incremento en el uso de medios de comunicación incide en la frecuencia de la conversación sobre asuntos políticos, lo cual tiene una asociación importante con la participación (Kim, Wyatt, & Katz, 1999).

La confianza en las instituciones cobra relevancia durante los procesos electorales ya que en esos momentos existe un incremento a la exposición mediática. Por lo tanto, también es relevante determinar si la cobertura mediática en estos periodos es negativa y si esto provoca que los niveles de confianza también varíen en sentido negativo.

Con todo y que las teorías y los estudios empíricos han demostrado avances evolutivos respecto a sus explicaciones sobre los efectos positivos o negativos de la información política que se comparte en los medios de comunicación, como bien apuntan Aalber, Strabac y Brekken (2011), la literatura al respecto ha estado dominada fuertemente por la investigación norteamericana y europea, sobre la cual se han asentado las bases teóricas y metodológicas respecto al estudio de los efectos de los medios. Los mismos investigadores angloamericanos reconocen la necesidad de disminuir este sesgo, así como la importancia de poder comparar sus resultados con los de estudios realizados en otras democracias.

Desde Latinoamérica y especialmente en México, han existido esfuerzos importantes por estudiar el tema (Arugete & Muñiz, 2012; Corduneanu & Muñiz, 2011; García & Ruiz, 2007; M.A. Guerrero, Rodríguez, & Machuca, 2012; Moreno, 2008, 2010; Saldierna & Muñiz, 2015). Dichas investigaciones utilizan como anclaje teórico el videomalestar y la movilización, por lo que un área de oportunidad es utilizar un abordaje no sólo desde la perspectiva mediática, sino incluyendo la perspectiva de la ciencia política, en vista de que la confianza en las instituciones se desarrolla particularmente en ese campo.

Entre las investigaciones realizadas en América Latina y México, predomina el análisis a la televisión, aunque existe una línea abocada en comparar el uso entre la televisión y el internet con

sus respectivas implicaciones, cuyo enfoque hasta ahora ha sido local y muy específico, pues se centran únicamente en los jóvenes (Saldierna & Muñiz, 2015). Se trata de investigaciones de corte transversal y sólo en el caso de Moreno (2010) se utilizan y analizan datos panel, de manera tal que una aportación de este trabajo se relaciona con sus alcances, al utilizar datos recogidos en un levantamiento a nivel nacional y en tres distintos momentos.

La presente investigación surge para abonar, desde la experiencia mexicana, a la comprensión de un fenómeno que continúa siendo un foco de atención: la confianza en actores e instituciones políticas. Aunque las explicaciones para comprender la variación de los niveles de confianza son diversas, este trabajo se concentra en clarificar el peso de la variable de los medios de comunicación, cuyo contenido se señala de ser cada vez más negativo.

La elección de este tema se motiva a partir del incremento de los niveles de desconfianza hacia las instituciones, especialmente en el caso latinoamericano y mexicano; surge también de la necesidad de incluir la variable mediática, dado que los estudios sobre confianza en las instituciones políticas se centran en otras variables para explicar los cambios en los niveles de confianza y debido a que la presencia y el incremento de la negatividad los contenidos de los medios es señalada como una variable determinante para el incremento de la desconfianza y, por último, la investigación se ubica en un proceso electoral por ser un lapso de tiempo en el que se incrementa la exposición al contenido de los medios.

Así pues, y en relación con la idea de que el grado de tratamiento negativo que existe en la cobertura mediática de las elecciones presidenciales de 2018 en México provoca un impacto en la

confianza de los ciudadanos hacia los actores e instituciones de la democracia, se proponen la siguientes:

1.2. Preguntas de investigación

¿Cuál es el impacto de la exposición a información política negativa en los niveles de confianza en las instituciones políticas durante el proceso electoral 2018 en México?

¿Cuál es el grado de tratamiento negativo que existe en la cobertura informativa de la prensa durante el proceso electoral 2018?

¿Cuál es el grado de tratamiento negativo que existe en la cobertura informativa de la televisión durante el proceso electoral 2018?

¿Cómo se comportan los niveles de confianza en las instituciones durante el proceso electoral 2018?

1.3. Objetivos

1.3.1. Objetivo General

Determinar si la exposición de los ciudadanos al tratamiento negativo en la cobertura informativa del proceso electoral 2018, incide en sus niveles de confianza hacia las instituciones políticas.

1.3.2. Objetivos Particulares

Identificar el grado de tratamiento negativo presente en la cobertura informativa de la prensa durante el proceso electoral 2018.

Identificar el grado de tratamiento negativo presente en la cobertura informativa de la televisión durante el proceso electoral 2018.

Identificar las variaciones en los niveles de confianza en las instituciones durante el proceso electoral.

1.4. Hipótesis

H1. Una mayor exposición a información política negativa durante los procesos electorales, produce un menor nivel de confianza de los ciudadanos en las instituciones políticas.

H0. Una menor exposición a información política negativa durante los procesos electorales, produce un mayor nivel de confianza de los ciudadanos en las instituciones políticas.

H2. Existe una presencia importante de información política negativa en la cobertura mediática de las elecciones.

H0. Existe una presencia mínima de información política negativa en la cobertura mediática de las elecciones.

H3. La confianza en las Instituciones disminuye durante el proceso electoral.

H0. La confianza en las instituciones no sufre variación durante el proceso electoral.

1.5. Justificación

América Latina tiene una experiencia relativamente corta con la democracia. Mientras que en algunos países europeos la transición hacia este régimen se dio en el curso del siglo XIX y principios del siglo XX, en Latinoamérica dicha transición ha tenido lugar durante los últimos treinta años. Sin embargo, ya sea que se trate de democracias consolidadas o de aquellas en proceso de construcción, éstas enfrentan retos interesantes traducidos en ocasiones como crisis, debido a la insatisfacción de los ciudadanos con su funcionamiento real (Linz, 1998).

Paramio (2002) explica que la crisis de la democracia ha sido un tema abundantemente tratado en la literatura y las explicaciones han sido múltiples. En los años setenta Crozier, Huntington y Watanuki atribuían esta crisis a la propia expansión del Estado y el estallido de las demandas sociales, mientras que en la década de los noventa comenzó a generalizarse la percepción, subsistente hasta ahora, de que la desconfianza de los ciudadanos hacia sus representantes, los gobiernos y los partidos políticos crecía de forma imparable.

Si bien la desconfianza es un fenómeno generalizado en las democracias, Latinobarómetro (2015) indica que las cifras de confianza en América Latina son las más bajas del mundo, y son constantes por lo menos en las últimas dos décadas durante las cuales esta organización ha realizado mediciones. Investigar las variaciones de confianza en el contexto mexicano resulta relevante ya que este país es emblemático de una desconfianza aguda hacia el sistema político, producto de un régimen semi autoritario de más de 70 años que se fue descomponiendo hasta culminar en una transición democrática, y a sucesivos escándalos de corrupción acaecidos en los últimos cinco años, al más alto nivel.

Lo anterior lleva a pensar en la necesidad de clarificar el concepto de confianza, reconocer lo que la literatura ha dicho al respecto, ubicar sus fuentes y describir sus implicaciones, así como el papel de los medios de comunicación, tomando en consideración que la mediación de los asuntos políticos tiene consecuencias que afectan la confianza de los ciudadanos hacia los actores e instituciones políticas ya sea de manera negativa, debilitando la confianza y provocando apatía, desafección y hasta cinismo, o de forma positiva, creando un mayor involucramiento en asuntos políticos, logrando incluso mayor participación, compromiso y movilización.

Puesto que las campañas electorales son periodos en los que existe una mayor concentración de información política e intensidad de los mensajes en los medios de comunicación, este contexto se ha considerado adecuado para llevar a cabo la presente investigación, que se enmarca en la elección presidencial 2018 en México.

Gracias a las campañas es que los actores políticos, los partidos y las instituciones electorales obtienen una mayor atención en un momento crucial de decisión para los ciudadanos. Se trata de un momento clave no sólo mediáticamente, sino también para la democracia, que reviste gran importancia para reconocer hasta qué punto la información política compartida por los medios tiene la capacidad de influir en la confianza.

A nivel nacional, la presente investigación contribuye a cubrir una brecha de conocimiento relacionada con el tema: la mayor parte de los estudios sobre negatividad durante procesos electorales en el país se centra en las campañas desde el punto de vista de la publicidad o la mercadotecnia y analizan piezas de comunicación tales como los spots. Por otro lado, aquellos estudios relacionados con la cobertura mediática de las elecciones que se refieren a la negatividad

se restringen, en su mayoría, a procesos locales, mientras que en este caso el panorama se amplía a nivel nacional y toma en cuenta tanto a la prensa como a la televisión.

Otro elemento a destacar como aporte de esta investigación es el relativo al diseño: se basa en una encuesta panel que recoge respuestas de los encuestados en tres momentos distintos y permite realizar un comparativo respecto a los niveles de confianza y percepción de negatividad en la cobertura mediática antes, durante y después de la elección. Asimismo, contribuye a actualizar las mediciones de confianza en las Instituciones en México, dado que aborda el proceso electoral de alcance nacional más reciente.

Al vincular datos provenientes de la encuesta panel con un análisis de contenido de noticias producidas por la prensa escrita y la televisión, se mejoran potencialmente las explicaciones sobre los cambios ocurridos y si las causas de éstos subyacen en los efectos de los medios de comunicación, específicamente para este caso en la negatividad presente en su cobertura. Esta combinación entre los resultados de la encuesta y los del análisis de contenido, constituyen un aporte más, cuyo fin es emplear medidas más confiables.

El presente trabajo también constituye un aporte a la investigación sistemática sobre la negatividad que se ha venido realizando en Europa y Estados Unidos, permitiendo reconocer si las medidas propuestas en otras latitudes son aplicables al contexto mexicano y cuáles variables presentan mayor peso para disminuir o incrementar los niveles de confianza en las instituciones para este caso.

CAPÍTULO II. MARCO CONTEXTUAL

En este apartado se presenta información sobre el proceso electoral en México, durante el cual se eligió, entre otros cargos, al actual Presidente de la República. Buscando situar el espacio, tiempo y circunstancias que se vivían en los meses previos y durante aquellos que se llevó a cabo la presente investigación, se tratan aquí los antecedentes histórico-contextuales que contribuyen a explicar las variaciones de confianza, así como el papel de los medios de comunicación mexicanos durante este proceso electoral.

2.1 Antecedentes al Proceso electoral 2018

Si bien el proceso electoral 2017-2018 en México fue un hecho sin precedentes por todos los cargos que fueron definidos y porque sus resultados llevaron a trasladar las riendas del país a manos de una fuerza política de izquierda, logrando así una importante alternancia, dicho proceso condensa además una serie de elementos y circunstancias que resulta necesario conocer para dimensionar la magnitud del fenómeno.

Durante varias décadas en México se vivió bajo un sistema de partido hegemónico¹, encabezado por el Partido Revolucionario Institucional (PRI) que gobernó el país por 71 años. Sin embargo, a partir de la reforma político-electoral de 1977 se abrió la puerta a la participación de nuevas fuerzas políticas y gracias a las posteriores evoluciones de la ley electoral se generaron diversos cambios

¹ El Sistema de Partido Hegemónico fue definido por Sartori (2005) como aquel en el que, si bien es autorizada la existencia de otros partidos, éstos se consideran de “segunda clase”, pues el Partido hegemónico no permite una competencia formal ni de facto por el poder, en términos antagónicos y en igualdad de condiciones, por lo que la alternancia no puede ocurrir.

en el sistema político mexicano (Valdés, 2018) que derivaron en la primer alternancia en la presidencia de la República, tras la victoria de Vicente Fox, candidato del Partido Acción Nacional (PAN) en las elecciones del año 2000.

El PAN solo permaneció por dos periodos en el gobierno federal: después del Presidente Fox, en una reñida contienda electoral entre Andrés Manuel López Obrador (AMLO en lo sucesivo) y Felipe Calderón, éste último logró arribar a la Presidencia. Una vez terminado el periodo de Calderón en 2012, con Enrique Peña Nieto, el PRI volvió a ocupar ese espacio en medio de una elección donde, con menor intensidad que en 2006, también hubo acusaciones sobre supuestas irregularidades.

La gestión de Enrique Peña Nieto fue una de las más impopulares en los últimos años de la historia de México. Aunque durante su sexenio el crecimiento económico registrado fue bajo, pero sin recesiones, y se logró mantener una estabilidad macroeconómica, su falta de popularidad provenía de los altos niveles de inseguridad y desmedida violencia que se vivía en casi todo el país y la percepción de que en ese momento los niveles de corrupción del gobierno mexicano eran muy elevados (Abrego et al., 2018).

Durante la gestión de Enrique Peña Nieto, se incrementó el número de mexicanos en condición de pobreza. Del Campillo y otros (2018) coinciden en que la falta de mejores resultados económicos y sociales, la inseguridad y los problemas de corrupción e impunidad contribuyeron a mermar la imagen del desempeño presidencial. La pobreza en la que se encuentra por lo menos la mitad de la población mexicana y la desigualdad social se volvieron grandes problemas y fuente de crítica a la gestión de Peña Nieto.

En el caso de la inseguridad, se trata de una crisis que comenzó desde el sexenio de Felipe Calderón y que, en vez de resolverse, se ha agudizado en ciertos territorios: las desapariciones forzadas, entre ellas las de sonado caso de los 43 estudiantes de Ayotzinapa, las constantes ejecuciones y el control de la delincuencia organizada sobre algunos estados de la República, han afectado a millones de familias que exigían justicia y un alto a esta crisis (Rocha-Quintero, 2018).

De igual modo, la corrupción evidenciada por el trabajo periodístico respecto a la “Casa Blanca”² (una propiedad millonaria que dejó en evidencia un conflicto de interés entre la pareja presidencial y un grupo de constructores); el escándalo de niveles internacionales sobre Odebrecht³, la denuncia, también periodística, de la “estafa maestra”⁴, la legislación en favor de la transparencia con la ley tres de tres y la creación del Sistema Nacional Anticorrupción, hicieron que la corrupción fuese un tema presente y de gran preocupación para la ciudadanía (Rocha-Quintero, 2018).

² El 9 de noviembre de 2014 fue publicada la investigación especial a cargo del equipo de Aristegui Noticias, en la que se denunciaba la posesión del Presidente Enrique Peña Nieto de una residencia con valor de 7 millones de dólares, construida por Grupo Higa, empresa que había sido beneficiaria de diversos contratos millonarios en el Estado de México cuando Peña Nieto era gobernador y que en la fecha de la publicación había ganado la licitación del tren México-Querétaro (Aristegui, 2014).

³ Odebrecht es una constructora a la que se acusa de haber dado sobornos millonarios a funcionarios en Latinoamérica a cambio de contratos de obra en países como Brasil, Perú, Panamá, Argentina y Colombia, entre otros. En México se señaló a Emilio Lozoya, Director de Petróleos Mexicanos de 2012 a 2016 como una de las posibles figuras que ha recibido sobornos por parte de la constructora brasileña. Lozoya, además de ser integrante del PRI, formó parte del equipo de campaña de Enrique Peña Nieto (Irujo & Gil, 2017; NYT, 2017).

⁴ El 5 de septiembre de 2017, el portal de noticias *Animal Político* publicó una investigación en conjunto con *Mexicanos contra la Corrupción e Impunidad*, donde se develaba el mecanismo a través del cual el Gobierno Federal Mexicano había desviado más de 3 mil 433 millones de pesos, utilizando 128 empresas fantasma. En esta red de desvíos estaban involucradas 11 dependencias del Estado, 8 universidades públicas, diversas empresas privadas y más de 50 servidores públicos de distintos niveles de gobierno (Castillo, Roldán, & Ureste, 2018).

Una suerte parecida a la de Enrique Peña Nieto corrieron los partidos políticos tradicionales que ya no fueron considerados por los electores como opciones reales y prefirieron decantarse por una nueva alternativa que “generó una gran expectativa para modificar de raíz el transcurso de la vida política nacional, el mismo modelo de desarrollo y la esperanza en una clase política diferente que no vea al país como si fuese un patrimonio exclusivo, un negocio personal o de grupo y que parecía brindar mejores posibilidades y un cambio real” (J. F. Reyes, 2018).

Por otro lado, Andrés Manuel López Obrador, luego de haber perdido las elecciones presidenciales en 2006 y en 2012 y con la formación de Morena en 2014 como el partido político que encabezó su candidatura, se convirtió en un experimentado líder que, con un tono conciliador pero firme respecto a la necesidad de un cambio profundo, supo explotar a su favor el hartazgo social y la falta de confianza de la ciudadanía, circunstancias que se describen a continuación.

2.2 El proceso electoral 2018

El proceso electoral mexicano 2018 se vislumbraba como histórico, debido a que se elegirían 18,299 cargos tanto federales como locales, entre los cuales destacaban 1,596 Presidencias municipales, 972 Diputaciones locales, 8 Gubernaturas y 1 jefatura de gobierno, así como 128 Senadurías, 500 Diputaciones Federales y, por supuesto, la Presidencia de la República (INE, 2018).

Para este último caso, los partidos políticos optaron por la estrategia de coaliciones electorales: el Partido Acción Nacional (PAN), el Partido de la Revolución Democrática (PRD) y Movimiento Ciudadano (MC), formaron la coalición Por México al Frente que postuló como candidato a

Ricardo Anaya; el Partido Revolucionario Institucional (PRI), el Partido Verde Ecologista de México (PVEM) y el Partido Nueva Alianza (PANAL), constituyeron la coalición Todos por México que postuló a José Antonio Meade y los partidos Movimiento Regeneración Nacional (MORENA), Partido del Trabajo (PT) y Partido Encuentro Social (PES), formaron la coalición Juntos Haremos Historia con Andrés Manuel López Obrador como su candidato a Presidente de la República.

Por otro lado, ya la reforma electoral de 2014 había abierto la posibilidad de registrar candidaturas independientes por lo que, para la Presidencia de la República, 87 personas manifestaron ante el Instituto Nacional Electoral (INE) su intención de participar bajo esta modalidad. Entre dichos aspirantes destacaron Armando Ríos Piter, senador ex militante del PRD; Pedro Ferriz de Con, periodista; María de Jesús Patricio Martínez (Marichuy) líder indígena perteneciente al Zapatista de Liberación Nacional (EZLN), Jaime Rodríguez Calderón (El Bronco), gobernador del estado de Nuevo León, y la expanista Margarita Zavala Gómez.

Sólo ésta última pudo recabar el número de firmas requerido en el periodo previsto por el INE, organismo que dictaminó que su candidatura era procedente. Sin embargo, a pesar de que el INE había señalado inconsistencias en las firmas presentadas por Jaime Heliodoro Rodríguez Calderón, él también obtuvo su registro por acatamiento a la sentencia de la Sala Superior del Tribunal Electoral del Poder Judicial, dictada el 10 de abril de 2018.

Las campañas electorales dieron inicio el 30 de marzo y finalizaron el 27 de junio. La veda electoral, periodo en el que los candidatos ya no podían difundir propaganda o pedir el voto, fue del 28 de junio y hasta el 1 de julio, día en que se llevó a cabo la jornada electoral en todo el país.

Durante este periodo hubo 3 debates presidenciales: el primero con sede en la Ciudad de México, se llevó a cabo el 22 de abril de 2018, el segundo, con sede en Tijuana, Baja California se efectuó el 20 de mayo y el tercer debate con sede en Mérida, Yucatán se realizó el 12 de junio. La candidata independiente Margarita Zavala sólo participó en el primer debate, ya que el 16 de mayo hizo público su retiro de la contienda presidencial.

Después de dos intentos fallidos por llegar a la Presidencia de la República, uno en 2006 y otro en 2012, Andrés Manuel López Obrador consiguió un triunfo contundente: 30 millones 113 mil 483 de votos, que constituían el 53.19% del total de votación. Ricardo Anaya obtuvo el segundo lugar, con 12,610,120 votos (22.27%); José Antonio Meade el tercero con 9,289,853 de votos (16.40%) y finalmente Jaime Rodríguez Calderón con 2,961,732 de votos (5.23%) (INE, 2018).

Núñez asegura que la presencia territorial en las urnas del candidato de la coalición Juntos Haremos Historia, es también un factor significativo: En 2006 ganó como primera fuerza en 25,698 secciones electorales (39.9%), de las 64,300 que tenía el país; su mayor influencia se ubicó en el centro-sur. En 2012 mantuvo 19,262 secciones electorales (29%), la gran mayoría en las mismas zonas de la primera elección, pero en 2018 ganó 51,695 secciones de las más de 67 mil existentes en el país, lo cual significó que en 76.4% del territorio nacional AMLO se impuso sobre los otros candidatos (Núñez, 2018, p. 16).

Si bien pudiese parecer que estos resultados son importantes tanto por su magnitud, como porque corresponden a una fuerza partidaria de reciente formación, lo cierto es que también el perfil del candidato, que desde 2006 mantiene un contacto directo con los electores, aunado a la

desafección ciudadana hacia los partidos políticos tradicionales, parecen haber contribuido al resultado de las elecciones a la presidencia de la República en 2018.

El panorama electoral no había presentado cambios tan drásticos en México. Hasta ahora la transformación había sido paulatina y los porcentajes de votación mantenían altas y bajas moderadas. Sin embargo, la alternativa de Morena generó una expectativa importante entre los electores. “ Fue un vuelco electoral manifestado en el país como consecuencia de la crisis política desatada a raíz del fracaso del Pacto por México, y que de alguna manera fue el corolario de la política neoliberal iniciada en los años ochenta, pero profundizada en los noventa, asumida luego por los gobiernos panistas de 2000 a 2012 y finalmente retomada en el sexenio de Peña Nieto” (J. F. Reyes, 2018, p. 10).

Morena supo capitalizar el enojo ciudadano hacia los partidos establecidos, presentándose como una alternativa electoral al viejo régimen político. “Si a esto le añadimos la crisis de legitimidad que vivía el sistema político por el hartazgo frente a la corrupción y los niveles de violencia, es posible comprender cómo se favoreció Morena de una estructura de oportunidades histórica para plantear una alternativa electoralmente creíble para los comicios de 2018” (Aragón, Fernández de Lara, & Lucca, 2019, p. 296).

Lagos (2018) asegura que esto no sólo pasa en México, sino que es una ola de malestar en toda Latinoamérica, basada en quejas de corrupción, incompetencia, mal desempeño tanto de los gobiernos, e insatisfacción con la democracia. Es la corrupción, de acuerdo con Lagos, la que está minando la imagen de la democracia y provocando desencanto en la política. Para muestra solo

hay que considerar el número de expresidentes involucrados, acusados o condenados por corrupción.

Volviendo al caso mexicano, Monsivais (2018) coincide con que la insatisfacción de los ciudadanos mexicanos proviene de la evaluación del desempeño del político: en primera instancia, la percepción de los ciudadanos de que la economía no marcha bien, en segundo lugar el malestar con la calidad de los servicios públicos, en tercer lugar la evaluación de la calidad de la legalidad y los procedimientos democráticos, y finalmente el desempeño político del gobierno en turno. En su estudio, encuentra que existe una fuerte relación entre la insatisfacción con la democracia y la desaprobación del trabajo del presidente Peña Nieto.

Es bajo estas condiciones que los candidatos como Andrés Manuel López Obrador, quienes aseguran estar alejados del *establishment* político, pueden derrotar a los partidos tradicionales. Los ciudadanos se deciden por ellos, impulsados por el descrédito del resto de la clase política, por la corrupción y la inseguridad latentes, confiando en la retórica sencilla del Presidente, “basada en la honestidad y muy orientada hacia los sectores más pobres de la población, a los que considera víctimas de la ineficiencia en el gasto y del desvío del dinero público” (Pastor, 2018, p. 181).

Un panorama contextual sobre las circunstancias vividas en las elecciones mexicanas durante el proceso electoral más reciente es vital para reconocer a los actores políticos principales, y las condiciones que en suma generaron un ambiente político y mediático característico sobre el que se construyeron las percepciones ciudadanas respecto al tema de la confianza en las instituciones para el periodo en el que se realiza el presente estudio.

2.3 La desconfianza en las instituciones y su papel durante el proceso electoral

Las condiciones sociales y económicas en México con la vuelta del PRI a la presidencia de la República no hicieron sino preparar el terreno para ceder el espacio a Andrés Manuel López Obrador. Del Campillo asegura que “todo el voto opositor al régimen a partir del hartazgo, evidenciado, reconocido y acumulado durante el proceso electoral, fue a parar a manos de AMLO y los demás candidatos postulados por la coalición Juntos Haremos Historia” (J. F. Reyes, 2018, p. 10).

La crisis percibida en lo social, lo político y lo económico se exacerbó durante el sexenio de Enrique Peña Nieto a tal grado que los electores que en otro momento habían mantenido lealtad partidaria en algunos casos o apatía en otros, voltearon hacia una alternativa que había generado grandes expectativas a lo largo de los años.

La percepción de que la situación económica había empeorado durante el gobierno de Peña Nieto, alcanzó un 69% justo para el mes en que se llevaron a cabo las elecciones (Beltrán, 2018). La ciudadanía mexicana se mostraba descontenta con el rumbo del país y específicamente con la desigualdad, la impunidad, la violencia, y la corrupción, que fue tomada como bandera para el entonces candidato, Andrés Manuel López Obrador.

Aragón, Fernández de Lara y Lucca aseguran que la génesis del Movimiento de Regeneración Nacional “se ancla en su animadversión frente a los partidos establecidos, proponiendo un claro clivaje en términos de continuidad-cambio o establishment-anti-establishment” (2019, p. 296) y se nutre del hartazgo social hacia la corrupción, los altos niveles de violencia y la crisis de legitimidad del gobierno en turno.

Aseguran estos autores (Aragón, et al., 2019, p. 292) que la estrategia de Andrés Manuel López Obrador fue presentarse ante el electorado como un *outsider* de los partidos establecidos y para ello se sirvió de su “prédica movimientista y social” y de su liderazgo, práctica que en América Latina es muy común. AMLO fue la figura central alrededor de la cual se formó Morena, primero como organización social para llegar a ser finalmente un partido político.

2.4 Los medios de comunicación y los procesos electorales mexicanos

En un panorama en el que la política está cada vez más mediatizada (Strömbäck & Shehata, 2010) existe una preocupación creciente respecto al papel de los medios de comunicación y cómo su contenido y su uso se relacionan con la afectación de los niveles de confianza en las instituciones políticas y la democracia, especialmente en México que es donde se sitúa esta investigación.

El papel de los medios de comunicación para informar a la ciudadanía sobre asuntos políticos ha sido vital en los regímenes democráticos. Sin embargo, los rasgos característicos de las democracias tardías, como es el caso de la mexicana, hacen necesaria una reflexión que tome en cuenta sus particularidades. De este modo será posible distinguir hasta qué grado los efectos de los medios encuentran evidencia empírica que trascienda las fronteras en las que surge su teorización.

Tomando en cuenta la posibilidad de que algunos efectos provocados por los medios de comunicación puedan verse alterados por factores provenientes del contexto, es necesario describir las condiciones en las que se ha llevado a cabo el quehacer noticioso en primer lugar en Latinoamérica por ser el continente en el que se encuentra México, el país donde se desarrolla este

estudio. Al centrar la atención de manera inicial en América Latina, se busca reconocer el alcance de los supuestos teóricos en latitudes que no necesariamente cumplen con el ideal de la prensa liberal, que constituye la base para el desarrollo de dos escuelas teóricas existentes al respecto, relacionadas con el impacto de los medios de comunicación denominadas Videomalestar y Movilización.

El modelo liberal, establecido por Hallin y Mancini (2004) ha sido el marco de referencia en diversos países a la hora de hacer periodismo y México no es la excepción. De acuerdo con este modelo, la prensa debe ser objetiva y autónoma y la relación entre periodistas y políticos debe establecerse desde una posición de igualdad donde “ningún sistema se ve sometido al otro, sino que cada uno conserva cierto grado de independencia” (Casero-Ripollés, 2008, p. 118).

Sin embargo, la intención de acercarse a este ideal ha representado un desafío importante dadas las condiciones históricas de las sociedades latinoamericanas donde los países “comparten una experiencia común en cuanto a transiciones políticas de regímenes autoritarios a democráticos” (R. González & Echeverría, 2017), por lo que aún se pueden encontrar medios de comunicación en las que predomina el periodismo de ideas y opiniones, pero también aquellos que buscan informar con la intención de involucrar activamente a los ciudadanos en el diálogo público, observando principios éticos (Waisbord, 2006).

Es importante mencionar, que de acuerdo con Tilly (2007), la democratización llegó en oleadas y comenzó con Europa Occidental a partir de 1850. América se sumó a esta ola democratizadora en un tercer momento que dio inicio hasta 1900, pero que no ha sido permanente. Las intervenciones militares han generado inestabilidad y con ello la aparición de dictaduras en algunos

países (Mellado Ruiz, 2009), por lo que la transformación democrática de los sistemas políticos en América Latina ha sido lenta e irregular.

Se trata, según Hallin y Papathanassopoulos (2002), de un proceso complejo que pasa no solamente por celebrar elecciones competitivas, periódicas y permitir que los ciudadanos decidan y participen libremente, sino que implica la necesaria transformación de muchas instituciones tanto políticas como económicas y sociales, entre las que se incluyen los medios de comunicación, cuyo desarrollo y estudio también se ha visto frenado por las características de la transición democrática vivida en Latinoamérica (Mellado Ruiz, 2009).

En primer lugar, diversos países atravesaron por experiencias autoritarias o dictatoriales donde los líderes controlaban la creación y desarrollo de los consorcios mediáticos de la región, por lo que se carece de la tradición liberal que separa al Estado del Mercado, ya que “no es posible en esta región considerar que los medios privados y comerciales son enteramente libres de la intrusión estatal y de la instrumentalización política, sino al contrario, se desarrollaron y florecieron gracias a esa instrumentalización” (M.A. Guerrero & Márquez, 2015, p. 147).

Los medios de comunicación en las democracias latinoamericanas no sólo mantuvieron una estrecha relación con el poder político, sino que se convirtieron en los principales promotores de la ideología de los regímenes dominantes. De este modo, los grandes consorcios mediáticos “contribuyeron, por un lado, a forjar las identidades hegemónicas modernas, y por otro, a sostener un status quo favorable a agendas económicas y socialmente conservadoras a lo largo de la segunda mitad del siglo XX” (M.A. Guerrero & Márquez, 2015, p. 137).

En aquellos casos donde el modelo liberal pudo comenzar a adoptarse, la inercia de ciertas prácticas y condiciones estructurales no le permitió un desarrollo total. Si bien con la llegada de las alternancias políticas y los cambios en el marco legal aplicable a los medios, éstos ganaron mayor libertad de acción y autonomía, prevaleció la existencia de un monopolio mediático ahora bajo la guía de grupos empresariales, provocando un alto grado de concentración en pocas manos y dejando en claro que la lógica de mercado aplicada a los medios tampoco acaba con las relaciones de complicidad y dependencia (Gutiérrez, Ferreira, & Pajoni, 2015).

Por otro lado, se espera que el periodismo en el modelo liberal contribuya a la deliberación democrática a través de trabajos de investigación y el papel de los periodistas como vigilantes del actuar de los políticos (Márquez-Ramírez, 2014). Sin embargo, durante los años de gobiernos autoritarios y dictatoriales la prensa latinoamericana desarrolló una forma más bien pasiva de informar, donde los periodistas dependían del boletín oficial, su agenda se construía bajo el dominio de las autoridades políticas y prevalecía una falta de investigación periodística (R. González & Echeverría, 2017, p. 45).

La profesionalización periodística como sinónimo de objetividad y neutralidad política (Hallin & Mancini, 2004) en Latinoamérica ha sido difícil de alcanzar, ya que desde sus inicios la prensa careció de autonomía, era en muchos casos dependiente de subvenciones gubernamentales y sus concesiones dependían de la anuencia gubernamental, por lo que si bien las transformaciones democráticas sentaron las bases para un distanciamiento entre los medios de comunicación y la autoridad gubernamental, no lograron una ruptura total con las prácticas del pasado como el clientelismo, la censura y la dependencia.

Un elemento que también incide en los efectos que puede tener el quehacer mediático en las democracias es el nivel de circulación. Con base en un estudio realizado por Hallin y Papathanassopoulos (2002) en Latinoamérica dicho nivel es muy bajo, lo cual también se relaciona con el desarrollo histórico de la industria de los medios. En México, por ejemplo, “la prensa mexicana se mantuvo orientada hacia los lectores de elite, desarrollada muy lentamente como negocio comercial y tuvo circulaciones consistentemente pequeñas a lo largo de los siglos XIX y XX” (Márquez-Ramírez, 2014, p. 176).

Lo anterior, sumado a condiciones como bajas tasas de alfabetización y una cultura política donde la información se veía como un recurso privado que era mejor mantener lejos del ciudadano común (Hallin & Papathanassopoulos, 2002), provocó que entre los ciudadanos de las democracias tardías existiera poco interés por mantenerse informados y en consecuencia, una baja penetración, sobre todo de la prensa escrita, que hasta la fecha es mayormente consumida en sectores urbanos con mayor educación y poder adquisitivo.

Por otra parte, cabe destacar que ante el declive de la identificación partidaria y un electorado cada vez más volátil (Voltmer, 2006), los medios de comunicación funcionan como apoyo a problemas que enfrentan los partidos políticos en Democracias consolidadas. . En el caso de América Latina, los partidos políticos se han enfrentado a innumerables dificultades desde su nacimiento, ya que como apunta Cansino, “la forma de gobierno dominante en la región, el sistema presidencialista, confiere a los partidos políticos un lugar potencialmente inferior al que de hecho ocupan en los sistemas parlamentarios (se constituyen básicamente en maquinarias electorales de movilización del voto)” (Cansino, 1994, p. 47).

Si ya de inicio los recursos de comunicación de los partidos son escasos, en América Latina también han tenido que enfrentarse a la falta de equidad a la hora de acceder a los medios de comunicación y, por lo menos en México, hasta hace poco dicho acceso estaba controlado por el Estado, con escasas posibilidades de apertura para los partidos de oposición (M. C. Reyes, 2007). Cuando a estas condiciones sumamos el hecho de que en Latinoamérica no existe una fuerte tradición partidista y, por ende, tampoco una identificación que establezca lazos de confianza y compromiso arraigados entre los ciudadanos y los partidos políticos resulta más comprensible la dependencia de los medios para lograr un alcance mayor.

En otro orden de ideas, aunque los argumentos actuales sobre los efectos de los medios de comunicación en temas políticos se basan en la experiencia de las democracias establecidas, Lawson y McCann (2005) encuentran que la magnitud de dichos efectos varía con ciertas características del contexto político, específicamente que la influencia de la televisión puede ser mayor en los sistemas democráticos emergentes, por lo que los autores sugieren la “transportabilidad limitada de los modelos de efectos” para este tipo de democracias.

A su vez, Díaz (2016) hace énfasis en la relevancia del estudio de los efectos de la comunicación, especialmente en campañas electorales en las democracias recientes. Asegura que es posible encontrar efectos significativos, más allá de los usualmente encontrados en democracias establecidas y que los efectos negativos pueden ser favorecidos por factores estructurales resultantes del ambiente contextual de las campañas, tales como “bajos niveles de identificación con los partidos entre el electorado y fuentes limitadas de información política debido al predominio de la televisión como canal de comunicación e información política; sectores públicos

de radiodifusión y de medios impresos débiles o poco desarrollados, y audiencias usualmente orientadas hacia el entretenimiento mediático” (Díaz, 2016, pp. 12-13)

Este recorrido histórico por el contexto Latinoamericano permite concluir que, a pesar de haber entrado en procesos democratizadores desde hace ya varios años, países como México “han adoptado formas híbridas de hacer periodismo, que presentan diferentes combinaciones de cambios y continuidades” (R. González & Echeverría, 2017, p. 38). Reconocer estas condiciones particulares de las democracias tardías hace necesario ampliar la perspectiva para el estudio de los efectos de los medios de comunicación más allá de Occidente, dado que los modelos disponibles aplican para condiciones distintas, mientras que el contexto latinoamericano está lleno de matices y complejidades propias de la región.

A lo largo de este apartado ha quedado clara la estrecha relación entre los medios de comunicación y el poder político en México, que hasta épocas recientes prevalece a nivel subnacional. Comprender que el modelo mediático mexicano presenta serias diferencias respecto al modelo liberal en sus orígenes y que se encuentra en un proceso inacabado de modernización permite dimensionar la labor actual de los medios, su manera de cubrir la información política generada en la época electoral y probablemente el impacto en sus audiencias en aspectos como la confianza. Es tarea del siguiente apartado describir cómo se ha explorado de manera empírica la relación entre los medios de comunicación y la confianza política.

2.5 Los estudios de confianza política y medios de comunicación en México

En el contexto mexicano también se han llevado a cabo importantes esfuerzos para explicar la relación entre la confianza política y los medios de comunicación. En algunos casos se explora la influencia que la exposición a los medios de comunicación genera sobre las actitudes de la población como la confianza política, como en la investigación de Corduneanu y Muñiz (2011) quienes a través de una encuesta nacional levantada por el Gabinete de Comunicación Estratégica en octubre de 2010 vía telefónica, con una muestra representativa de 1,422 personas, de las regiones Norte, Centro y Sur del país, encuentran que la televisión generó un mayor nivel de confianza hacia los actores políticos.

En este mismo sentido, los hallazgos de la investigación de Guerrero, Rodríguez y Machuca (2012) indican que el consumo de información por televisión tiene un efecto significativo y positivo en casi en todas las variables de cultura cívica, incluida la confianza política, pero también una relación negativa entre el uso de Internet y la confianza que en el caso específico de las elecciones de 2006.

Aruguete y Muñiz (2012) también encuentran una relación significativa entre la conversación política, el consumo de ciertos medios de comunicación y las actitudes políticas por parte de la población: utilizando datos de la cuarta Encuesta de Cultura Política y Prácticas Ciudadanas (ENCUP) realizada en México en el año 2008, llegan a la conclusión de que en el proceso democratizador mexicano los medios de comunicación han jugado un papel crucial, como sucedió en la elección de 2006.

Otra investigación que encuentra una relación significativa es la de García Luengo y Ruiz Valerio (2007). Su análisis de datos de la World Value Survey (WVS) del año 2000, arroja pruebas de que los medios provocan movilización, aunque su trabajo se extiende a comparar datos entre México y España.

La influencia de los medios de comunicación en el sentido de provocar movilización también se confirma en los hallazgos descritos por Moreno (2010) quien coordina un libro en cuyos capítulos se analiza la confianza política depositada en diversos actores e instituciones. Si bien no existe un apartado específico para tratar la relación entre confianza y medios, los autores de distintos capítulos encuentran evidencias que relacionan positivamente la exposición a medios de comunicación con los niveles de confianza.

Este mismo autor (Moreno, 2008) realiza un estudio posterior a las elecciones de 2006 en México, con la variable de que se trata de un diseño tipo panel de dos rondas de entrevistas, una inmediatamente antes de la elección presidencial y la otra inmediatamente después de los comicios. Al revisar el impacto de las noticias sobre la confianza política encuentra que existe un efecto moderado y, a pesar de las militancias partidistas, la confianza no se ve afectada considerablemente.

Quienes no encuentran evidencia estadística del impacto del consumo de la televisión sobre el cinismo político son Saldierna y Muñiz (2015) al analizar la influencia de los hábitos comunicativos en la generación de participación y cinismo político entre los jóvenes que por primera vez ejercerán su derecho a votar en las elecciones presidenciales de 2012. La encuesta aplicada a estudiantes del último año de preparatoria de la zona metropolitana de Monterrey, Nuevo

León encuentra que el medio preferido por los jóvenes es el internet, seguido de la televisión, pero que estos medios no se utilizan para obtener información política.

Para finalizar, es necesario señalar que la confianza política es un tema vital para las llamadas democracias emergentes dentro de las cuales se ubica México. La investigación al respecto brinda un papel central a los aspectos histórico-contextuales para explicar las variaciones de confianza a lo largo del tiempo y en periodos específicos como los electorales, que usualmente son considerados para situar en ellos algunos trabajos de investigación

El proceso electoral mexicano de 2018 tuvo rasgos contextuales que fueron determinantes para el resultado en las urnas, como un gobierno y una figura presidencial percibidos como impopulares por las condiciones económicas y sociales descritas en este capítulo, además de los escándalos de corrupción que involucraron incluso al presidente de la República, derivados en su mayoría del trabajo periodístico.

La sensación de hartazgo contra las instituciones y figuras políticas prevaleciente antes y durante el proceso electoral también se suma a los aspectos propios del contexto sin los cuales no se comprenderían los resultados respecto a los niveles de confianza ciudadana hacia las Instituciones que se reportan en este trabajo.

El análisis de los elementos contextuales presentado en esta sección contribuye a reconocer aquello que sucedía alrededor del proceso electoral, los antecedentes y tratamiento mediático hacia instituciones y figuras políticas, que ponen en perspectiva los resultados de este trabajo y brindan una explicación sobre el comportamiento de los datos que se analizarán posteriormente.

CAPÍTULO III. MARCO TEÓRICO

La ciencia tiene como finalidad la construcción de conocimiento suministrando explicaciones sistemáticas y adecuadamente sustentadas (Nagel, 2006). Dichas explicaciones pueden partir de, entre otras cosas, premisas basadas en nociones teóricas que incluyen conceptos y una lógica de cómo estos se relacionan, brindando sentido a cierto fenómeno. Esto ayuda a darle significado a lo que observamos, a interpretar y contrastar los datos empíricos con el fin de validar o refinar la teoría existente e incluso construir una nueva teoría que brinde explicaciones más completas (Bhattacharjee, 2012).

En este apartado se explican las propuestas teóricas a través de las cuales se han abordado la confianza política y la información política negativa, identificando en primer lugar los constructos, la lógica subyacente a su ocurrencia y su relación. Con esta perspectiva se brindará sentido a los hallazgos empíricos previos y se establecerán las hipótesis y el marco de análisis.

Se revisan los conceptos de confianza y confianza política, pasando por las distintas escalas de confianza, desde la interpersonal, la social y finalmente la política. En relación a este concepto, se enuncian los objetos de confianza política y algunas fuentes que explican sus variaciones. En segundo lugar, se desarrolla el tema de la información política negativa, sus tipos, características, explicaciones sobre su aparición y alcances en la cobertura mediática, para después exponer las perspectivas teóricas relacionadas con la confianza y los efectos de la información política negativa, así como el vínculo entre ambos temas.

3.1 Confianza

Confiar en quienes gobiernan es un componente importante para la funcionalidad de la democracia, en tanto permite márgenes de acción programática, legitimidad y gobernabilidad de parte de quienes ejercen el poder. Aunque una dosis de sana desconfianza e incluso escepticismo también es recomendable en vistas a una ciudadanía crítica, menos manipulable, el apoyo a los actores e instituciones que gobiernan, así como la vigencia del contrato social entre el pueblo soberano y los gobernantes, son un activo valioso para resolver problemas de política pública y en última instancia consolidar un régimen (Hetherington, 1998).

Se trata no obstante de un activo a la baja. Diversos estudios constatan el sostenido decremento de la confianza en el campo político en todo el mundo: los políticos como individuos, los partidos políticos, el gobierno, el sistema político, e incluso el régimen democrático han pasado de una confianza manifiesta del 71%, en 1956, al 22% en el año 2012 tan sólo en Estados Unidos y del 52% al 37% en Canadá durante el mismo periodo de tiempo (Dalton, 2017). Desde una óptica histórica el enorme consenso de las élites y de los ciudadanos surgido de la posguerra se ha ido disipando, al tiempo que el sentimiento popular de animadversión generalizada –sin distinción de filiaciones partidistas o niveles de gobierno- se ha intensificado: de una desconfianza funcional a un escepticismo acendrado y de ahí al cinismo o predisposición negativa *a priori* hacia el campo político, con imputaciones de falta de atención, ineptitud y corrupción por parte de los políticos (Herman, 2010).

No existe una definición comúnmente aceptada sobre el término confianza. Los esfuerzos por caracterizarla vienen de campos tan diversos como la psicología, la sociología y, por supuesto, la ciencia política. Dichas definiciones son problemáticas si además se atiende al hecho de que la

confianza puede ser analizada desde múltiples niveles: individual, grupal, interpersonal, organizacional e interorganizacional o social, vertical u horizontal (Li & Betts, 2011). Sin embargo, es posible enumerar algunas características sobre las cuales la literatura ha establecido ciertas convergencias.

De acuerdo con Uslaner (2015) los orígenes del análisis de la confianza se centraron inicialmente en el ámbito interpersonal y cómo las personas confían mutuamente ya sea en círculos conocidos o poniendo su fe en extraños con base en una experiencia relacional constante. Posteriormente se discutió el ámbito social de la confianza y sus aspectos positivos tales como la participación en voluntariado, en grupos sociales informales, o la participación cívica que incluye el ejercicio del voto. Las crisis económicas y las protestas sociales en la década de los sesenta provocaron que los análisis sobre confianza pusieran énfasis en el ámbito político.

Situando el concepto en el nivel interpersonal, puede decirse en primer lugar que la confianza es un concepto relacional que involucra al menos a dos partes: un *truster*, es decir quien confía y un *trustee* que es el depositario de la confianza (Bauer & Fatke, 2014; Knorn, 2016; Levi & Stoker, 2000; Li & Betts, 2011; Palazuelos, 2014). En esta relación se pone de manifiesto la vulnerabilidad a la que se expone quien confía, ya que no puede tener una certeza ni control sobre qué motiva al *trustee*, sobre sus intenciones, decisiones y actos, así como sus respectivas consecuencias (Bauer & Fatke, 2014; Hakhverdian & Mayne, 2012; Levi & Stoker, 2000; Li & Betts, 2011; Offe, 1999; Seyd, 2016).

En segundo lugar, es importante destacar que la confianza no es incondicional (Levi & Stoker, 2000), se otorga a ciertos individuos o instituciones sobre dominios específicos en los que se espera

que el depositario de la confianza sea competente. Esto significa que puede haber confianza sobre cierto aspecto en que el *trustee* tiene injerencia, pero puede no existir confianza para otras dimensiones de su actuar (Li & Betts, 2011).

En tercer lugar, la confianza implica la elaboración de un juicio establecido por el *truster* sobre el actuar del *trustee* (Levi & Stoker, 2000; Li & Betts, 2011). Este juicio puede sostenerse en aspectos como la competencia percibida del depositario de la confianza, su fiabilidad, así como su preocupación por atender los intereses de quien confía en él (Seyd, 2016); y se puede conceptualizar dicotómicamente, es decir se confía o se desconfía, o bien a través de gradaciones la confianza o la desconfianza existe hasta ciertos niveles (Levi & Stoker, 2000).

Esos juicios sobre la confianza pueden propiciar cursos de acción (Levi & Stoker, 2000), debido a que cuando se decide confiar o no hacerlo se está tomando una decisión que puede ser observable (Li & Betts, 2011), ya sea en aspectos como la participación activa en una relación, la cooperación o bien el monitoreo, la petición de cuentas e incluso la ruptura.

A nivel social, se espera que la confianza ayude a reducir la complejidad a la luz de los problemas y las decisiones riesgosas a las que se enfrenta la sociedad (Luhmann, 1996), controlando la incertidumbre respecto al actuar de otros. De este modo, la confianza puede liberar al *truster* de la preocupación y de la necesidad de monitorear parcial o totalmente el comportamiento de aquel en quien confía (Levi & Stoker, 2000), reduciendo con ello los costos de transacción en cualquier relación, ya sea social, económica o política (Fukuyama, 1998).

En el ámbito político, la relación de confianza puede establecerse en dos direcciones: horizontal o vertical (Putnam, Leonardi, & Nanetti, 1994). En el primer caso se trata de relaciones entre los

ciudadanos, caracterizadas por la reciprocidad y la cooperación. Por su parte, las relaciones verticales de confianza implican autoridad y dependencia en una comunidad donde se valoran las ventajas de la división del trabajo y la necesidad de contar con liderazgos políticos. Esta diferenciación es utilizada por distintos autores (Cueto, 2007; S. González, 2003; Montero, Zmerli, & Newton, 2008; Paramio, 1999) que coinciden en apearse a la tipología de confianza enunciada por Luhmann (1982) que desarrolla los términos *trust* y *confidence* para brindar una mayor clarificación conceptual respecto a la confianza.

El término *trust* puede ser entendido como confianza social. Este tipo de confianza pertenece a la esfera privada, ya que es característica de las relaciones personales basadas en las experiencias y conocimientos del individuo. Requiere un compromiso previo y presupone una situación de riesgo debido a la posibilidad que existe de que un individuo sea decepcionado por la acción de otros.

Por su parte, el término *confidence*, también entendido como confianza política, es un término reservado para las instituciones y las autoridades representativas y reguladoras. Mientras que el término *trust* representa una relación horizontal entre “iguales”, *Confidence* es un término que se refiere a las relaciones verticales entre “desiguales (Levi, 1988; Newton, 2008; Offe, 1999). Este tipo de confianza pertenece a la esfera pública, se manifiesta al recurrir de forma rutinaria a personas o instituciones en la actividad social, lo cual resulta en una relación de mayor incertidumbre (Newton, 1999b).

En las relaciones horizontales de confianza (*trust*) existe un conocimiento relativamente cercano de aquel en quien se confía, que no puede darse desde los ciudadanos hacia las instituciones o

actores políticos (*confidence*) ya que en ese caso no se cuenta de primera mano con un conocimiento suficiente sobre los motivos e intereses de quienes son los objetivos de su confianza (Hardin, 1999), por lo tanto se requieren fuentes secundarias, de información como los medios de comunicación de masas.

En suma, el conocimiento previo y la información son elementos fundamentales para la confianza, pero tratándose de las instituciones la observación y el trato no pueden ser tan cercano y constante, por lo que los ciudadanos se ven en la necesidad de depender de información mediada (Strömbäck & Shehata, 2010), lo que nos lleva a considerar el análisis de la variable mediática

Aunque existe una relación ampliamente discutida entre la confianza social y la confianza política (Mishler & Rose, 2005), el interés de esta investigación es analizar la confianza evaluada en términos políticos, a la luz de la preocupación compartida en distintas esferas por el descenso de este tipo de confianza y sus repercusiones para la democracia.

3.1.1 Confianza política

La confianza trasciende el ámbito social cuando las interacciones cotidianas ya no pueden resolverse de forma interpersonal y requieren trasladarse a un ámbito normativo como el de la política. Debido a que la política se distingue de otras relaciones sociales por llevar implícito un conflicto de intereses cada que se enfrenta a la resolución de cualquier asunto relacionado con la acción colectiva, el significado de la confianza y su papel dentro de este entorno ha suscitado importantes debates (Warren, 1999b).

Diversos autores coinciden en definir a la confianza política como el reflejo de la evaluación ciudadana respecto al funcionamiento de los actores políticos y las instituciones (Blind, 2007; Hakhverdian & Mayne, 2012; Hetherington & Husser, 2012; Knorn, 2016; Levi & Stoker, 2000). Dicha evaluación se realiza comparando qué tanto se corresponde el desempeño de actores e instituciones políticas con las expectativas de la sociedad. En esta relación los ciudadanos son vistos como los sujetos que confían y las instituciones y sus actores como los objetos sobre los que se deposita la confianza.

La confianza política se considera necesaria para tener gobiernos más eficientes (Warren, 1999b) y de acuerdo con esta visión, su existencia es vital para los regímenes democráticos en los que la delegación de poder sobre instituciones y representantes políticos sólo podría ocurrir si se tiene una base sólida de confianza (Tilly, 2005).

En primer lugar, las instituciones gubernamentales se benefician de la confianza de sus ciudadanos para ser más eficientes y desde luego legítimas (Blind, 2007; Heras, 2011; Warren, 1999b). La evidencia empírica demuestra que la confianza se traduce en aprobación hacia los gobiernos, lo cual a su vez les otorga un mayor margen de libertad y maniobra para gobernar – como en la resolución pacífica de conflictos- así como un mayor apoyo a sus decisiones, con lo cual pueden funcionar con fluidez y efectividad (Bauer & Fatke, 2014; Hetherington, 1998).

Por parte de los ciudadanos, la confianza en los funcionarios y sistemas legales los impulsa a cumplir sus deberes cívicos de manera voluntaria, incluidas las leyes, regulaciones gubernamentales y obligaciones ciudadanas, como pagar sus impuestos (Hakhverdian & Mayne, 2012; Seyd, 2016). También les ayuda a reforzar la creencia de que el gobierno tiene capacidad de

respuesta, por lo tanto pueden estar seguros de que sus demandas son escuchadas y atendidas, lo cual podría eventualmente incentivar la participación política (Levi & Stoker, 2000; Mishler & Rose, 2005, p. 4). En contraparte, la falta de un vínculo entre ciudadanos e instituciones generada por la desconfianza puede tener como consecuencia la autoexclusión o incompreensión de los asuntos políticos, baja o nula participación en los procesos democráticos y apatía, cinismo o desinterés, aspectos que a la larga pueden incidir de manera negativa tanto en el tejido social como en el desarrollo de la democracia (Del Tronco, 2012; Morales, 2008).

De igual manera, la confianza en las instituciones democráticas redonda en el apoyo ciudadano a los principios y al régimen democrático, su legitimidad y estabilidad, e implícitamente un rechazo hacia alternativas no democráticas (Hakhverdian & Mayne, 2012; Mishler & Rose, 2005). Particularmente en regímenes de democracia representativa, los ciudadanos que delegan poder sobre instituciones y representantes políticos actúan de buena fe sobre la base de confiar en quienes los representan. En consecuencia, la baja confianza en esos representantes pudiera impactar en la baja confianza y legitimidad del régimen en su conjunto.

Sin embargo, Warren (1999b, p. 310) también explica que “el progreso democrático es a menudo generado por la desconfianza en las autoridades”⁵, por lo que una confianza política ciega tampoco es deseable, considerando que el poder debe ser controlado y distribuido de manera tal que se eviten abusos por parte de quienes lo detentan, situando a la desconfianza, hasta cierto grado, como un aspecto necesario para una democracia sana.

⁵ Dalton (2017, p. 391) asegura que esa desconfianza en las autoridades y la correspondiente crítica a su trabajo han estimulado varias propuestas para reformar las instituciones de la gobernabilidad democrática y, de ese modo, renovar la confianza en el gobierno. En Canadá y Estados Unidos, por ejemplo, la insatisfacción con la política partidista ha provocado reformas en el sistema electoral.

De lo anterior se desprende que la desconfianza es un elemento saludable para las democracias, en cuanto protege al individuo del poder público y busca evitar el despotismo y el abuso de poder presente en otras épocas (Rosanvallon, 2007). Una cierta dosis de desconfianza en las instituciones y actores políticos implica además que los ciudadanos han superado su ignorancia, ingenuidad y deferencia, manifestando en cambio un escepticismo crítico indicativo de una sociedad informada que ha alcanzado cierta madurez política, capaz de cuestionar, participar y tomar decisiones (Dogan, 2005a).

Para Bruno (2017) tanto la confianza como la desconfianza tienen valor político y un exceso o déficit de ellas pueden poner en peligro el interés público, por lo que se debe buscar un justo equilibrio y considerar que, más allá de sus contraposiciones, ambas posturas coinciden en la búsqueda de un buen gobierno. En el primer caso, la confianza debe estar bien fundamentada y tener un alcance limitado ya que en exceso nublaría el juicio de los ciudadanos y haría permisivo el abuso de poder. Para el caso de la desconfianza, ésta resulta saludable como mecanismo de vigilancia, pero puede ser dañina si genera apatía, resignación o provoca que la gente evite o deteste la política.

3.1.2 Objetos de la confianza política

En la vida democrática existen distintas instituciones y actores sobre los que se puede tener confianza o sobre los que pesa una falta de ella. Tenerlos presentes reviste vital importancia dado que son éstos quienes vinculan a los ciudadanos con la política en distintos niveles y cualquier fluctuación sobre el grado de confianza de los ciudadanos hacia el gobierno o las figuras y

organizaciones políticas puede trascender hacia el sistema político y el régimen democrático. En este apartado se describirá cada objeto de la confianza política.

Blind (2007) distingue una primera división de los objetos de confianza en dos categorías: El nivel macro u organizacional, que a su vez se subdivide en dos componentes que son la confianza difusa, basada en el sistema político y la confianza específica, centrada en las instituciones como el gobierno local, el Congreso o la Suprema Corte de Justicia. La segunda categoría es el nivel micro o individual, que incluye a los líderes o figuras políticas, tales como los congresistas en turno o los candidatos a un puesto político. En este caso, nivel de aprobación o desaprobación con que sean evaluados actores e instituciones políticas, puede influir sobre la confianza.

Partiendo del nivel macro encontramos un primer objeto de confianza: el sistema político. A pesar de que en las últimas décadas la democracia ha sido el sistema dominante en el mundo, a principios del siglo XIX el comunismo fue considerado como una alternativa ante las deficiencias políticas que ya comenzaba a mostrar la democracia. Buscando reconocer las condiciones necesarias para la estabilidad democrática fue que nació el interés académico en la confianza política (Zmerli & van der Meer, 2017). Los estudios posteriores encontraron que los sistemas democráticos son más fuertes y más efectivos en sociedades con altos grados de confianza política (Warren, 1999a) ya que sobre ella pueden construir su legitimidad y sostenibilidad (Blind, 2007) en la medida en que los ciudadanos confíen en que se está haciendo lo correcto y se toman decisiones justas.

El planteamiento de la necesidad de la confianza ciudadana para la supervivencia del sistema democrático trajo consigo una preocupación por los niveles decrecientes de este activo en

instituciones democráticas centrales. Sin embargo, con todo y las diversas afirmaciones de que el declive en la confianza política podría generar una crisis sistémica que alcanzara a la democracia, “los estudios empíricos que abarcan diferentes periodos de tiempo y diferentes regiones del mundo no han logrado dibujar un cuadro general igualmente perturbador (Zmerli & van der Meer, 2017, p. 2).

Esto significa que aun cuando los bajos niveles de confianza en los países democráticos son más pronunciados en los actores políticos, en algunas instituciones en específico y se han mantenido así por un largo periodo de tiempo, lo cierto es que pocas veces se cuestiona al sistema político en general (Dogan, 2005a). Tomando esto en consideración, es posible afirmar que a pesar de los problemas y desafíos que provocan desconfianza en el sistema político, la insatisfacción ciudadana no llega a afectar negativamente a los principios democráticos (Dalton, 2017, p. 382).

Además del sistema político, un segundo objeto de confianza en el nivel macro lo constituyen las instituciones. Éstas son mediadoras de la confianza porque representan ciertos valores que motivan, guían y limitan a sus miembros (Offe, 1999) Los gobiernos locales, la administración pública, el sistema legal, los partidos políticos, el parlamento, los cuerpos de seguridad del estado pueden considerarse instituciones políticas sobre las cuales la ciudadanía puede tener cierto nivel de confianza. Que dicho nivel sea bajo, preocupa en el sentido de que en tales instituciones está cimentada la democracia, por lo que la insatisfacción hacia ellas puede permear hacia el funcionamiento de la democracia en general (Dalton, 2017; Hakhverdian & Mayne, 2012).

De entre las distintas instituciones que se enlistan para medir sus niveles de confianza, aquellas correspondientes al gobierno reportan resultados mayormente negativos, en comparación con las

pertenecientes a las que garantizan el orden social, como las fuerzas armadas o aquellas que forman parte del sistema de justicia o el legislativo (Dalton, 2017).

Por otro lado, los niveles de confianza en los partidos políticos revisten especial interés, ya que al ser considerados como instituciones centrales de la democracia representativa, entes vinculantes entre los ciudadanos y la política, encargados de movilizar a la participación electoral y de dar voz en los asuntos del gobierno, una vez que han llegado a él a través de los representantes políticos elegidos democráticamente, requieren mantener altos niveles de confianza que hasta ahora tampoco se reflejan en las mediciones.

Los partidos políticos son los que “generan mayor desconfianza de entre todas las instituciones y organizaciones políticas de todos los continentes y tipos de regímenes” (Dogan, 2005a, p. 23); prueba de ello es la creciente investigación acerca del llamado desencanto con los partidos políticos, la disminución en su número de miembros, el bajo nivel de participación en las elecciones y el creciente interés que despierta la opción de las candidaturas sin respaldo partidista.

Finalmente, los líderes o figuras políticas constituyen un objeto de confianza a nivel micro o individual. La confianza en las instituciones políticas se extiende a los actores que desempeñan un papel dentro de ellas (Offe, 1999), aunque hasta ahora con no muy buenos resultados para esos rostros de la política. De acuerdo con Dogan, “en las encuestas internacionales de ética profesional relativas a la honestidad de unas veinticuatro profesiones, los políticos aparecen en muchos países como los menos dignos de confianza” (2005a, p. 26).

La popularidad y el capital político que en cierto momento ayuda a los candidatos a ocupar un espacio en las instituciones políticas se erosiona durante el ejercicio de su función, producto de sus acciones u omisiones que son evaluadas por los ciudadanos como un incumplimiento a sus promesas electorales.

Por otro lado, el que los políticos puedan inspirar altos niveles de confianza no es una construcción fácil ya que, en primer lugar, aunque en muchos casos son elegidos por la mayoría, ésta no es absoluta y, por lo tanto, tienen en su contra una brecha inicial de desconfianza, proveniente de quienes no los votaron.

En segundo lugar, están los problemas de comunicación sobre el quehacer de los actores políticos, ya que se enfrentan a la imposibilidad de hacer llegar señales de confiabilidad a la totalidad de los ciudadanos, además de que dependen de la mediación de instituciones como sus propios partidos políticos, el ente de gobierno al que pertenecen o los medios de comunicación masiva que, elementos que pueden contribuir a predisponer negativamente a los ciudadanos.

Los disminuidos niveles de confianza en muchas instituciones requieren una explicación de dónde nace la confianza política y las posibles fuentes de su declive, que se exponen en el siguiente apartado.

3.1.3 Fuentes de confianza política

La pregunta central es, pues, qué factores han originado este declive en la confianza política. La determinación de los mismos pasa necesariamente por una revisión de dos tradiciones teóricas: la

teoría institucionalista indica que la confianza es endógena y está asociada al desempeño de las instituciones (Coleman, 1986; Hetherington & Rudolph, 2008; Jackman & Miller, 1996). La confianza dependerá entonces de la utilidad reportada a los individuos a partir de la actuación satisfactoria de las instituciones. Si las instituciones son capaces de satisfacer las demandas ciudadanas, esto les reportará mayores niveles de confianza.

Por otro lado, para la teoría culturalista la confianza es exógena, lo que significa que se origina fuera de la esfera política, a partir de las normas transferidas hacia los individuos en un proceso de socialización temprana (Almond & Verba, 1963; S. González, 2003; Morales, 2008; Putnam, et al., 1994), a través del cual se aprenden valores, creencias y normas (Wong, Wan, & Hsiao, 2011). Se trata de una extensión de la confianza personal que, una vez influenciada por las normas arraigadas en la cultura, se proyecta hacia las instituciones.

Desde la perspectiva culturalista, se considera que la confianza se transmite de generación en generación y, por lo tanto, está arraigada profundamente en la sociedad. La base de la confianza en este caso se encuentra en los vínculos interpersonales que provienen en primer lugar de la familia y en segundo lugar de los grupos a los que pertenece un individuo. Un segundo nivel de confianza abarca a un círculo que no se conoce personalmente, pero hacia el cual se generaliza la confianza por algún vínculo en común. Finalmente, un tercer nivel de confianza está en las instituciones políticas bajo la creencia de que éstas responden a las necesidades y demandas ciudadanas (Mishler & Rose, 2005). Fukuyama (1995) considera que en este nivel el grado de confianza varía según la cultura.

El trabajo de Robert Putnam (1994), que también se inscribe en la perspectiva culturalista, colocó a la confianza en el centro de la discusión al argumentar que ésta forma parte de un concepto más amplio denominado capital social. De acuerdo con la explicación de Putnam, si una sociedad no cuenta con la confianza como una característica cultural persistente, los lazos entre individuos y comunidades se debilitaban, de este modo en aquellas sociedades donde existen mayores niveles de capital social se suele confiar más en el gobierno. Sin embargo, la movilidad social y geográfica presente en muchos países evita relaciones sociales estrechas que puedan concretarse en participación social y compromiso cívico, por lo que, si las personas no confían en su círculo más cercano, dicha desconfianza se extenderá a sus representantes en el gobierno (Blind, 2007).

Pierre Rosanvallon, por su parte, cataloga al capital social⁶ como un factor sociológico que, sumado a los factores científicos y macroeconómicos, explica el advenimiento de esta “sociedad de la desconfianza” (2006, p. 226). Sobre los factores científicos el autor destaca los avances tecnológicos y las nuevas capacidades industriales de las que podemos disfrutar en la época contemporánea, sin embargo menciona que también implican un riesgo: es difícil para la sociedad tener un cierto grado de confianza en los expertos científicos que poseen información inaccesible para el ciudadano promedio, por lo tanto la ciudadanía mantiene a los expertos en el poder, pero al mismo tiempo intensifica los medios de vigilancia y control sobre ellos.

⁶ Rosanvallon subraya que “Los individuos muestran una confianza recíproca decreciente debido a que la gente ya no se conoce entre sí suficientemente. La falta de confianza en los otros y la desconfianza hacia los gobernantes oficiales son correlativos” (2006, p. 226). Para ejemplificar lo anterior, menciona algunos estudios comparativos en los que se comprueba que, en países, como Brasil que poseen niveles bajos de confianza en sus instituciones políticas, los indicadores de su confianza interpersonal son más bajos, mientras que, en Dinamarca, una fuerte confianza en los otros viene de la mano con una actitud menos recelosa hacia el gobierno, por parte de los ciudadanos.

Aunque los teóricos culturalistas aceptan que el desempeño de las instituciones puede afectar tanto la confianza política como el apoyo al régimen, aseguran que las influencias culturales son más profundas y poderosas (Eckstein, Fleron, Hoffmann, & Reisinger, 1998), ya que desde que nacen, los individuos aprenden en quién confiar o desconfiar de acuerdo a la dinámica que experimentan en su cultura (Mishler & Rose, 2001) y este aprendizaje se mantiene con ligeros cambios una vez que se llega a la edad adulta (Schoon & Cheng, 2011). Aunque también esa confianza puede tener variaciones en relación con las diferencias de género y edad, entre otros.

Desde un nivel macro, en las teorías culturales se enfatiza la influencia homogeneizante de las tradiciones nacionales, mientras que a nivel micro, se hace hincapié en cómo las diferentes experiencias individuales de socialización provocan variaciones en la confianza política. Estas teorías ayudan a explicar, por ejemplo, la predisposición a la desconfianza en culturas políticas autoritarias como las de Rusia y la mayoría de las otras sociedades poscomunistas de Europa Oriental y Central desde el nivel macro cultural (Jowitt, 1992; Keenan, 1986) y las teorías microculturales refuerzan esta interpretación enfatizando que los valores autoritarios aprendidos a través de la socialización en un régimen antidemocrático probablemente persistan durante una generación o más después del colapso del antiguo régimen (Mishler & Rose, 2001).

Sin embargo, también existen algunas críticas a esta corriente ya que pareciera que considera a la cultura como algo monolítico e inflexible, capaz de guiar el comportamiento de una sociedad entera sin tener en cuenta las diferencias, limitaciones o resistencias de una ciudadanía que es diversa (de la Peña, 2014). “Un enfoque culturalista supone que las sociedades tienen sus propios sistemas de valores específicos y que estos patrones culturales son algo permanentes” (Sedláčková & Šafr, 2019, p. 107) y si se supone que éstos afectan a las instituciones entonces las distintas

sociedades en el mundo tendrían niveles de confianza indefectiblemente asociados a sus características culturales.

Además, está el hecho de que, si se considera como la teoría culturalista supone, existe una relación directa y de refuerzo mutuo entre las personas que manifiestan una alta confianza interpersonal y las instituciones fuertes y confiables esperaríamos encontrar mayores niveles de confianza en las instituciones, lo cual no ocurre en todos los casos. Además hay que tomar en consideración la crítica de que confianza a nivel micro, que se fortalece con los vínculos interpersonales, no puede extenderse hacia las instituciones ni ser parte de una cultura cívica (Fine, 2010).

En suma, esta perspectiva teórica pone énfasis en la interacción social y cómo a través de ella se crean normas o tradiciones de comportamiento aceptable que se traducen en confianza. Sin embargo, a partir de la duda de qué tanto esos juicios basados en los valores y actitudes compartidas en una cultura pueden proyectarse de forma más amplia en la confianza hacia las instituciones, surgen teorías en las que se argumenta que son las mismas instituciones del Estado, así como las políticas del gobierno quienes ayudan a crear o socavar la confianza (Newton, Stolle, & Zmerli, 2018).

En este sentido se desarrolla la teoría institucional, que sostiene que la confianza es endógena y está basada en las evaluaciones del desempeño político y económico hacia las instituciones. En el nivel macro, la teoría institucional se centra en el desempeño agregado de las instituciones sobre grandes temas como crecimiento económico, desarrollo social, corrupción, entre otros, y en el nivel

micro la atención reside en los resultados y respuestas de las instituciones hacia problemáticas individuales.

Entre los factores que explican las variaciones en los niveles de confianza desde la perspectiva institucional, se encuentra el tema de la globalización, ya que la necesidad de formar parte de una sociedad global ha restringido el poder de los gobiernos sobre sus condiciones sociales y económicas dando pie a que las políticas sean moldeadas por acuerdos e instituciones internacionales. Las restricciones impuestas a los gobiernos contribuyen a la erosión de la confianza de sus ciudadanos hacia ellos (Dalton, 2017). El manejo de los gobiernos respecto de los factores macroeconómicos es una muestra de ello, pues éstos ya no ofrecen proyecciones fiables a medio y largo plazo, dejando al ciudadano en un ambiente económicamente inestable y proyectando la impotencia de los poderes públicos para controlar la economía. Este aspecto también se vincula al ascenso de la tecnocracia en las democracias modernas, donde los expertos ejercen poder con conocimientos inaccesibles para el ciudadano promedio (Rosanvallon, 2006).

Los factores macroeconómicos son otra fuente de bajos niveles de confianza, pues de acuerdo con Rosanvallon (2006) las instituciones responsables en el campo ya no ofrecen proyecciones fiables a medio y largo plazo, dejando al ciudadano en un ambiente económicamente inestable y proyectando la impotencia de los poderes públicos para controlar la economía.

Para la perspectiva teórica institucionalista resulta central el aspecto racional de la evaluación del desempeño, pues habrá confianza en las instituciones siempre y cuando lleven a cabo sus funciones de manera satisfactoria en aspectos económicos como ingresos, niveles de desempleo e

inflación. Así, se espera que niveles altos de confianza estén positivamente relacionados con aquellos ámbitos donde el gobierno puede generar crecimiento económico (Blind, 2007).

De igual modo, para que los ciudadanos emitan un juicio sobre el trabajo de sus políticos y su gobierno respecto al cuidado de los intereses y el bienestar de la sociedad a la que representan (Hetherington & Rudolph, 2008), las evaluaciones del desempeño político también constituyen un indicador relevante en la confianza hacia las instituciones, sobre todo en aspectos como la protección de las libertades civiles, el respeto al Estado de derecho, la integridad política y el impacto de la corrupción (Mishler & Rose, 2005).

Ésta última constituye uno de los factores principales para la disminución en la confianza política, ya que se ha encontrado evidencia de un vínculo entre la ocurrencia de corrupción con las percepciones cada vez más negativas de los ciudadanos sobre sus políticos e instituciones políticas (Wroe, Allen, & Birch, 2013).

La principal crítica a la corriente institucionalista radica en el hecho de que la ciudadanía no podría confiar en las instituciones a partir de un ejercicio puramente racional sobre el desempeño de éstas, especialmente si recién comienza su interacción con ellas (Six, 2014), por lo que se considera que lejos de cualquier evaluación cognitiva hacia el desempeño de las instituciones que pudiera generar confianza en ellas, deberían revisarse las creencias en juego.

Es necesario reconocer que ambas perspectivas coexisten en la práctica. Sin embargo, para propósitos de esta investigación se ha encontrado pertinente adherirse a la perspectiva institucionalista, tomando en consideración el concepto enunciado en páginas anteriores que define

a la confianza política como la utilidad reportada a los individuos a partir de la actuación satisfactoria de las instituciones.

La teoría institucionalista es además útil para el abordaje de esta investigación si se considera que la realidad y los hechos pueden, en algunos casos, avalar una evaluación positiva del desempeño de las instituciones, pero que dicha realidad se encuentra en muchos casos mediatizada, por lo que los medios de comunicación se configuran como un elemento capaz de contribuir a la erosión de la confianza pública, ejerciendo a veces su influencia sobre la confianza de manera independiente y, en otras ocasiones, exacerbando el impacto de los acontecimientos (Moy & Pfau, 2000).

La teoría institucional identifica determinantes de la confianza política más racionales, al referirse a evaluaciones del desempeño, sin embargo, no pone atención al hecho de que dichas evaluaciones nacen de la percepción ciudadana, es decir que la satisfacción del público con las instituciones representativas está en función no solo del desempeño real de esas instituciones y de los criterios estandarizados para evaluar al gobierno y la política, sino también en función de la información a la que están expuestos los ciudadanos para hacerse de los insumos necesarios para emitir su evaluación (Pharr, Putnam, & Dalton, 2000).

De este modo, aunque no se declara en la perspectiva institucionalista, el papel de los medios de comunicación es central para explicar las variaciones de confianza: desde hace muchos años proveen información sobre el desempeño democrático de las instituciones y actúan como mediadores entre ellas, sus representantes y la ciudadanía transfiriendo mensajes y formando parte

del proceso hasta llegar al grado de que las personas dependan principalmente de los medios de comunicación para obtener información sobre temas políticos (Esser, 2013).

Sin embargo, también se relaciona a los medios de comunicación con la afectación en sentido negativo de los niveles de confianza en las instituciones políticas y la democracia, al grado de ser considerados sospechosos e incluso responsables del declive de la confianza hacia las instituciones y actores (Loveless, 2010), así como del cinismo y la separación de los ciudadanos respecto de la política (Botan, Corbu, & Sandu, 2016) en otras ocasiones positiva y en otras moderada por variables externas.

Dadas las explicaciones anteriores, este trabajo se adhiere a la teoría institucionalista en la que se establece que la confianza surge a partir de la evaluación del desempeño de las instituciones, e integra el elemento mediático como determinante para generar una percepción entre los ciudadanos respecto a dicho desempeño. Por lo tanto, una evaluación de las distintas instituciones y actores políticos se reflejará en el incremento o disminución de los niveles de confianza.

La siguiente sección se concentra en describir en primer lugar, las teorías que surgieron para explicar la influencia de los medios de comunicación en el campo más amplio de la política, así como la relación entre éstos y la confianza en las instituciones, de la cual se identifican dos grandes corrientes teóricas, el videomalestar, que acusa a los medios del declive de la confianza y la movilización, que asegura que el impacto de los medios sobre la confianza es positivo, ya que promueve una mayor participación democrática.

3.1.4 Confianza y medios de comunicación

Los medios de comunicación son de gran utilidad para mantener a los ciudadanos informados sobre el quehacer de las instituciones y, por ende, para generar percepciones que puedan abonar a cambios positivos o negativos en los niveles de confianza. La relación entre medios de comunicación y confianza política se explica en este apartado.

Cabe recordar que evaluar el conocimiento y la credibilidad de aquellos con quienes interactuamos, es relativamente fácil en las comunidades más pequeñas, ya que es posible mantener las relaciones necesarias para establecer juicios informados. Sin embargo, a medida que aumenta el tamaño de la comunidad, los problemas planteados por la calidad de la información se hacen más pronunciados y las comunidades más grandes tienen menos probabilidades de mantener las redes de relaciones continuas en las que se pueden hacer tales juicios (Knight, 1992).

Como Hardin indica (1999) en general los ciudadanos no pueden saber lo suficiente para poder confiar en el gobierno, no tienen contacto directo con las instituciones públicas y tanto su interés como su conocimiento sobre ellas son limitados, así que en la mayoría de los casos basan su evaluación en las piezas informativas que encuentran en los medios de comunicación (Moy & Pfau, 2000).

Esto nos lleva a considerar un elemento más para el análisis y explicación del tema: los medios de comunicación, que para fines de esta investigación se alinean a la perspectiva teórica institucionalista, tomando en consideración el supuesto de que las percepciones públicas del desempeño institucional inciden en la confianza. La decisión de investigar la incidencia de los medios de comunicación en la confianza institucional de ningún modo descarta al resto de los

aspectos de fondo que la afectan, pero sí contribuye a brindar una explicación más completa de la forma en que se llevan a cabo las evaluaciones al desempeño de las instituciones, a partir de las percepciones públicas.

Debido a que la mayoría de la gente depende de los medios para informarse sobre política, sobre las propuestas y acciones de los políticos, incluso la ciencia política que antes era más escéptica, “está cada vez más de acuerdo en que los medios de comunicación juegan un papel central en la gobernabilidad democrática, entre otras cosas, moldeando la opinión pública y las preferencias electorales” (Ladd, 2010) ⁸.

Al respecto, Kleinnijenhuis, Van Hoof y Oegema (2006) aseguran que tiene sentido considerar a los medios de comunicación como elemento fundamental para la confianza en las instituciones, ya que no sólo sirven como conductos de la información política, dando cuenta de los eventos clave del día, sino que también contribuyen a la mediatización del discurso público e inician una participación informada entre los ciudadanos.

La importancia de las instituciones mediáticas en el fenómeno de la confianza se basa en supuestos de tipo cognitivo y actitudinal respecto a la política. Por un lado, es un hecho que la mayoría de la gente depende de los medios para informarse sobre política, sobre las propuestas y acciones de los políticos, así como los hechos y las opiniones críticas hacia los mismos; funcionan, en efecto, como conductos de información política (Perloff, 2013). Pero, por otro lado, los medios dan forma a lo que los ciudadanos opinan y sienten sobre un tema, estimulan a los mismos “a

⁸ Moy y Scheufele (2000) indican que, por ejemplo, el incremento de la penetración de la televisión en los hogares de Norteamérica, ha sido asociado con la disminución de la participación electoral y con bajos niveles de conocimiento político.

evaluar la calidad de la gobernabilidad democrática [...] enmarcando si el desempeño del gobierno se percibe positiva o negativamente en contra de estos” (Norris, 2011).

Asimismo, un aspecto a destacar es que la información que se comparte en los medios de comunicación y que a su vez se ocupa para evaluar el desempeño de las instituciones tiene efectos diferenciados. Éstos dependen de los tipos de instituciones y actores políticos (Rothstein & Stolle, 2008). Por ejemplo, cuando se pregunta a las personas si aprueban o desaprueban al Congreso o al presidente, sus respuestas tienden a reflejar su valoración hacia los ocupantes de esas instituciones en lugar de evaluar a las instituciones mismas (Hibbing & Theiss-Morse, 1995).

Otra variación identificada por Blind es que “las obligaciones y los deberes de los representantes políticos son menos específicos y de carácter más conflictivo que los de los funcionarios públicos y el poder judicial (...) En otras palabras, dado que los representantes políticos tienen el deber de mantener la comunicación con sus electores específicos, las condiciones de confianza no pueden darse por sentadas” (2007, p. 12).

Asimismo, las funciones destacadas de los medios de comunicación incluyen transmitir los hechos y las opiniones críticas (Perloff, 2013), proveer a los ciudadanos de “incentivos para aprender, elegir, involucrarse, en lugar de sólo seguir el proceso político y charlar ociosamente sobre él” (Gurevitch & Blumler, 1990, p. 25) o bien su papel en el apoyo al sistema, “estimulando a los ciudadanos sobre los criterios más apropiados para evaluar la calidad de la gobernabilidad democrática, y enmarcando si el desempeño del gobierno se percibe positivamente o negativamente en contra de estos” (Norris, 2011, p. 169)

3.2 Medios de comunicación y confianza política

La importancia de los medios de comunicación en la vida política data de los comienzos del pensamiento democrático, ya que desde entonces se reconoció la importancia del libre discurso y del debate público de las ideas (Veltmer, 2004). Más adelante con la llegada de la prensa escrita y del resto de medios de comunicación utilizados por los distintos actores políticos para convencer y movilizar a grandes segmentos de la sociedad, la necesidad de estudiar los efectos que dichos medios tenían para la política y la democracia continuó vigente, a tal grado que incluso llegó a hablarse de una dependencia de los políticos hacia los medios.

De manera inicial, se pensó que los ciudadanos podían ser muy susceptibles a los mensajes de los medios. A esta perspectiva se le conoció como Teoría de la aguja hipodérmica, ya que se consideraba que el efecto de los medios era “inmediato, directo y poderoso, muy parecido a recibir una inyección en el consultorio del médico” (Farnsworth & Lichter, 2003b, p. 23). Sin embargo, más adelante cuando los investigadores buscaron si existía un cambio de opinión entre los votantes respecto a los candidatos, no se encontró evidencia suficiente.

Con base en lo anterior, investigadores como Joseph Klapper sugirieron la idea de los medios sólo provocaban “efectos mínimos” sobre las personas, es decir que su incidencia era prácticamente nula y que únicamente estarían reforzando actitudes y creencias previas (Perloff, 2013), por lo que los medios no eran la fuente principal de influencia, sino que sus sesgos preexistentes hacían que los individuos reaccionaran de una forma determinada.

Durante la década de los 70, se propuso una nueva perspectiva teórica conocida como “efectos más que mínimos”. Iniciado por Michael Robinson y Maxwell McCombs y Donald Shaw, este

enfoque aseguraba que “la influencia más poderosa de los medios en la sociedad estadounidense se relaciona con el establecimiento de la agenda, no diciéndonos qué pensar, sino diciéndonos en qué pensar” (Farnsworth & Lichter, 2003b, p. 25). Esto significa que los medios son capaces de generar efectos que pueden ejercer una influencia importante, en tanto cuentan con el poder de establecer los temas sobre los cuales recaerá la atención del público.

En esta misma etapa de desarrollos teóricos se inscriben el *priming* y el *framing*. El primer caso se refiere a que los medios de comunicación hacen que ciertos temas se encuentren presentes mientras que otros son pasados por alto, de este modo existe un alto nivel de exposición del público a los temas a los que los medios han decidido dar cobertura. El *framing*, por su parte se refiere al modo en que son presentadas las noticias, a través de distintos encuadres, lo cual influirá en la percepción (Farnsworth & Lichter, 2003b).

Entman asegura que el término encuadrar, aplicado a la disciplina de la comunicación, significa “seleccionar algunos aspectos de la realidad percibida y hacerlos más destacados en un texto comunicativo, de tal manera que promueva una definición de problema particular, interpretación causal, evaluación moral y/o recomendación de tratamiento para el ítem descrito” (Entman, 1993, p. 52). De este modo, los medios de comunicación adquieren un poder importante al tener la capacidad, a través de la forma en que encuadran la información, de ejercer influencia sobre cómo se percibe lo que a través de ellos se comunica.

Por otro lado, Blumler y Kavanagh (1999) explican en su ensayo que después de la Segunda Guerra Mundial, a pesar de que los políticos utilizaron a los medios de comunicación para hacer llegar sus mensajes, especialmente a los votantes, éstos tenían poco efecto porque aún existía

lealtad a los partidos. Sin embargo, a partir de los años sesenta, con la disminución de la lealtad partidista y el *boom* de la televisión, los medios de comunicación se volvieron más influyentes. Actualmente, la diversidad de medios, la producción de noticias las 24 horas del día, la profesionalización de los periodistas y las mayores presiones competitivas sobre los medios de comunicación (Maarek & Wolfsfeld, 2005) configuran un escenario en el cual el estudio de los efectos mediáticos se vuelve más complejo.

Los medios de comunicación no se dedican sólo a transmitir los mensajes de los políticos hacia los ciudadanos, sino que también juegan un papel activo en la creación de estos y tienen un impacto significativo sobre los temas que circulan o no en la esfera pública y que eventualmente llegan al debate (Voltmer, 2004). En este sentido, es relevante también cómo se presentan esos asuntos políticos en los medios, ya que el formato, las imágenes, el discurso o el encuadre utilizado se relacionan con los efectos que tienen los medios en la política.

Respecto a este último punto, el papel los medios de comunicación ha sido cuestionado críticamente ya que al querer incrementar su audiencia y distinguirse en medio de un panorama altamente competitivo, no han dudado en ofrecer cualquier tipo de información que resulte atractiva, al grado de que “a medida que los medios cambiaron, también lo hicieron los límites del buen gusto y las historias que antes se consideraban demasiado impropias para los periódicos familiares o para los altos estándares de los presentadores de noticias, se volvieron comunes y perfectamente aceptables para informar” (Dagnes, 2010, p. 3).

Algunas de las consecuencias negativas de este desarrollo que se han enunciado son: la provisión de información empobrecida; que el discurso político se ha estrechado; el incremento de las

percepciones subjetivas de la realidad política sobre las objetivas; mayor negatividad y campañas de ataque; cinismo penetrante y el aumento del conflicto político-periodista (Blumler & Kavanagh, 1999).

Sin embargo, el proceso de socialización constituye un límite al poder de los medios. Esto se refiere a que la charla con amigos, familiares y otros grupos también influye en cómo se recibe el mensaje (Dagnes, 2010). De igual modo, las condiciones económicas y sociales son factores que ayudan a los receptores a modelar sus opiniones respecto a la información recibida, de tal manera que el impacto y los efectos de la información mediática se ven moderados por estas características.

Además de reconocer el vínculo existente entre los medios de comunicación y la política, tener claros los efectos que éstos pueden tener y las bases teóricas para su estudio, permite una mejor comprensión de la relación y sus implicaciones para la vida democrática. Estos aspectos se discuten en el siguiente apartado.

3.2.1 Efectos de los medios de comunicación en la confianza política

La inquietud de la investigación académica por el fenómeno de los efectos mediáticos ha generado una importante cantidad de teorías que proveen explicaciones de alguna faceta del impacto de los medios sobre el comportamiento las creencias, los aspectos psicológicos, cognitivos, afectivos o las creencias de los individuos que se exponen a dichos medios (Potter, 2012a).

En el caso de los efectos de los medios de comunicación aplicables a la confianza política, la revisión de la literatura llevó a identificar dos grandes corrientes teóricas. Por un lado, se sitúan aquellos autores que acusan a los medios de comunicación y sobre todo a la presentación negativa

de la política de provocar desafección, cinismo y apatía entre los ciudadanos (García & Maurer, 2009). Sin embargo, otro importante número de estudios ha encontrado evidencias de efectos que ayudan a los ciudadanos a mantenerse informados y comprometidos, estimulando su participación y movilización en las actividades políticas. Con todo y lo anterior, las teorías mencionadas no han presentado resultados inequívocos, lo que significa que ambas son contingentes y sus supuestos resultan aplicables a distintas situaciones en contextos diversos.

3.2.2 Teorías sobre los efectos de los medios de comunicación

El presente apartado tiene como finalidad realizar una breve reseña sobre las teorías más importantes acerca de los efectos de los medios de comunicación sobre la confianza en las instituciones. Sin ser exhaustiva, esta revisión discutirá las implicaciones analíticas de dichas teorías, su evolución desde los inicios donde se establece que los medios tienen efectos unidireccionales, hasta los planteamientos contemporáneos que indican la participación de factores intervinientes. Se hace especial énfasis en la teoría de la espiral del cinismo, como un enfoque que en la investigación ha sido asociado con la disminución de niveles de confianza, especialmente en temas políticos.

3.2.3 Efectos de los medios de comunicación

De acuerdo con Potter un efecto de los medios de comunicación es “un cambio de resultado dentro de una persona o entidad social que se debe a la influencia de los medios masivos después de la exposición a un mensaje o una serie de mensajes en esos medios” (Potter, 2011, p. 903). Este mismo autor sugiere la existencia de cuatro tipos generales de efectos, de acuerdo con la dirección

y el grado de magnitud que pueden tener los medios: (a) alteración gradual de una línea de base, (b) refuerzo de la línea de base, (c) alteración repentina de la línea de base, y (d) fluctuación repentina de la línea de base con un retorno a la línea de base. El término línea de base es el punto de partida de cada persona o entidad social, desde la cual se calibran los grados de influencia de los medios.

Este autor también indica que existen ocho temas que les preocupan a quienes investigan sobre los efectos de los medios de comunicación: temporalidad (inmediata o a largo plazo), duración (temporal o permanente), valencia (positiva o negativa), cambio (diferencia o no diferencia), intención (o no intención), el nivel del efecto (micro o macro), directo (o indirecto), y su manifestación (observable o latente) (Potter, 2012a, pp. 36-37).

Los efectos de los medios además se han organizado de acuerdo con campos temáticos, tales como violencia, noticias, persuasión, sexo, nuevas tecnologías, grupos sociales, deportes, religión, etc. Dentro de estos campos temáticos, destaca la política, con una larga tradición en el estudio de la incidencia de los medios de comunicación sobre este ámbito.

3.2.3.1 Videomalestar

El término videomalestar fue acuñado por Robinson en los años 70 para describir el “fenómeno dual de la pérdida de confianza en las instituciones políticas y el incremento de la dependencia de los individuos en la televisión como un medio para obtener información política” (Holtz-Bacha, 1990, p. 73). En consonancia con esta idea, Moy y Scheufele (2000) indican que, por ejemplo, el

incremento de la penetración de la televisión en los hogares de Norteamérica, ha sido asociado con la disminución de la participación electoral y con bajos niveles de conocimiento político.

Robinson por su parte, argumentó que las transmisiones televisivas bombardeaban a sus audiencias con “noticias interpretativas, sensacionalistas, agresivas y antiinstitucionales” (Robinson, 1976, p. 426). Esta práctica fue considerada como la responsable del incremento de un malestar hacia la política, ya que al carecer de sofisticación y verse expuestas a noticias con alto grado de negatividad enmarcadas en el conflicto y envueltas de críticas desfavorables por parte de los periodistas, las audiencias se hacían más cínicas, frustradas, desesperadas y cada vez menos comprometidas con las instituciones.

A esta línea sobre los efectos perniciosos de los medios de comunicación y específicamente de la televisión se adhirieron diversos investigadores (Cappella & Jamieson, 1996; Hibbing & Theiss-Morse, 1995; Iyengar & Kinder, 2010; Patterson, 1993) los cuales desarrollaron trabajos centrados en la Teoría del *framing* o encuadre, en la cual se asume que “la forma de presentar ciertos asuntos puede influir, no solo en las percepciones sino, además, en las actitudes políticas” (Aruguete & Muñiz, 2012, p. 133).

Un encuadre resalta cierta información sobre determinado tema, lo cual provoca que dicha información resulte más notoria, significativa o memorable para el público. Esto se logra colocando algunos fragmentos de información en las piezas de comunicación, repitiéndolos o asociándolos con símbolos culturalmente familiares. Así, al seleccionar y destacar algunos aspectos de la realidad percibida, un encuadre define problemas, diagnostica causas, elabora juicios morales y sugiere remedios (Entman, 1993).

Las investigaciones recientes apuntan en su conjunto a la posición de que el impacto de los encuadres utilizados para presentar información política en la disminución de la confianza es provocado por el énfasis que hacen algunos medios en los desacuerdos entre los partidos políticos y, de manera más amplia, en la ineficiencia percibida de las instituciones políticas. Esto tiene un poderoso efecto negativo en las instituciones políticas que en lugar de ser concebidas como eficientes, se ven socavadas no sólo en la percepción de su quehacer, sino también en la imagen de sus líderes (Newton, 2006).

En esa línea, Valentino, Buhr, y Beckmann (2001) encontraron que el uso de encuadres estratégicos provocaban reacciones negativas hacia los políticos y hacían que la retención de información fuese menor; Chen y Shi (2001) demostraron que en China los medios de comunicación tienen efectos negativos sobre las actitudes de la gente hacia las instituciones políticas en general y provocan desconfianza en el gobierno; los hallazgos de Mutz & Reeves (2005) sugieren que aunque la incivilidad en el discurso público provoca el interés de los espectadores, afecta negativamente la confianza que éstos tienen en el gobierno. Kleinnijenhuis, Van Hoof y Oegema (2006), por su parte, también encontraron que las noticias negativas tenían un efecto significativo en la confianza en los líderes de los partidos políticos; Boğan (2013) reporta que los conflictos políticos encuadrados de forma incivil contribuyen significativamente a la disminución de la confianza política.

Posteriormente se encontró evidencia de que esta cobertura negativa contribuía a lo que Capella y Jamieson llamaron la “Espiral de cinismo” (1997) que alimentaba el descontento político, erosionando la confianza tanto en la política como en el gobierno. A través de datos experimentales Capella y Jamieson mostraron cómo los encuadres estratégicos producían una interpretación más

cínica de la política y llegaron a la conclusión de que los medios estaban creando una espiral en la cual las representaciones de la política llevaban al público a verla efectivamente, de una manera más cínica.

El cinismo conlleva una falta de confianza en las autoridades y una falta de fe en su sinceridad (Brants, 2013). De acuerdo con Capella y Jamieson, “el cínico tiende a sostener que el sistema político es corrupto; sus jugadores son partidarios maquiavélicos desinteresados en el bien público, su proceso impulsado por una preocupación por ganar, no gobernar” (1997, p. 17), por tanto para el cínico incluso acciones desinteresadas pueden parecer intentos calculados que provienen de motivaciones exclusivamente personales.

El cinismo "implica que el interés propio de los actores políticos es su objetivo principal y que el interés común es secundario en el mejor de los casos o se juega solo por su ventaja política" (Cappella & Jamieson, 1997, p. 142) y constituye un problema en cuanto que aliena a las personas de la política, lo que resulta en niveles más bajos de participación política y compromiso (Lichter, 2017).

Por su parte, Lilleker asegura que el cinismo se relaciona con la incredulidad, la desconfianza y el escepticismo. Cuando se trata de comunicación política, el cinismo implica que el público que recibe mensajes políticos los vea con incredulidad, lo que significa que el público es escéptico de todo lo que dicen los políticos (2006, p. 203). En este sentido, también es necesario reconocer que el cinismo puede dirigirse a los medios de comunicación cuando los ciudadanos dudan de su credibilidad, por lo que esta percepción juega un papel especialmente importante en la determinación de su influencia y sus efectos (Bryant & Oliver, 2009).

Debido a que resulta imposible determinar si son en primer término los actores políticos quienes fallan con el cumplimiento de sus promesas y su desempeño o son los medios quienes prefieren realizar una cobertura saturada de conflictos y orientada a la estrategia es que se crea una “espiral del cinismo” donde resulta imposible establecer un límite claro entre las fallas de los actores políticos y la exhibición de estos yerros en los medios.

Como lo explican Cappella y Jamieson (1997) en la política contemporánea puede distinguirse una primera espiral de cinismo en la que periodistas y políticos utilizan un discurso cínico y lo justifican asegurando que éste es requerido por el otro. Es decir que si para los medios un discurso político no es sustantivo lo abordan a través de un filtro alternativo, reportándolo como una noticia centrada en ganar/perder o utilizando un lenguaje de guerra, entre otros. Por su parte, los políticos producen un discurso de conflicto, de estrategia o de afirmación porque consideran que la prensa responde a ese estilo y sólo reporta noticias encuadradas de ese modo.

Al ser testigos de la “retórica conflictiva hiperbólica y despectiva” (Cappella & Jamieson, 1997, p. 237) de los políticos y del enfoque utilizado por la prensa para informar, el público también se vuelve cínico, no sólo respecto a los asuntos y actores de la política, sino hacia la prensa misma, lo que describe a la segunda espiral del cinismo.

La tercera espiral del cinismo nace de la percepción de los periodistas sobre lo que “el público quiere y recompensará” (Cappella & Jamieson, 1997). De acuerdo con la perspectiva periodística, quienes consumen noticias quieren una cobertura de “carreras de caballos” sobre los temas políticos: interesa saber quién está perdiendo y quién está ganando, la intención de voto puede ser modificada mediante anuncios negativos, los lemas mejor recordados son los más simples.

Bajo esta idea, tanto los reporteros como los líderes políticos terminan ofreciendo al público información poco sustanciosa y formas deliberativas empobrecidas. De este modo, la espiral se repite, pues el cinismo de quienes permanecen atentos a este tipo de cobertura periodística se continúa alimentando con la creencia de que se está brindando a su audiencia lo que quiere.

Sobre esta tercera etapa del cinismo, es necesario destacar que además de la oferta mediática y las razones que otorgan los políticos para hablar de cinismo, existe también otro factor a atender: la demanda del público. De acuerdo con Trussler y Soroka, (2014) existen investigaciones que describen la propensión del ser humano por la información negativa, por lo que su implicación en la espiral de cinismo también resulta importante y establece la necesidad de reconocer las variables que moldean ese comportamiento.

Varios estudiosos afirman que el problema más importante al que se enfrenta el mundo democrático hoy es el cinismo (Cappella & Jamieson, 1997; Chaloupka, 1999; Dogan, 2005b; Putnam, et al., 1994). Sin embargo, también es cierto que "el conflicto, la competencia, la organización, el liderazgo y la responsabilidad son ingredientes de la democracia" (De Vreese, 2006, p. 11) que se reportan en los medios de comunicación. De este modo, la ciudadanía se entera de que existe una variedad de opiniones o ideas entre las cuales elegir y puede llegar a la conclusión de que la democracia en su país es saludable ⁹.

⁹ Sin embargo, más allá de las noticias emitidas, otra línea de investigación vincula efectos de desconfianza con el consumo de contenidos de entretenimiento: advierte que la cobertura centrada en el entretenimiento puede debilitar la confianza política y que el creciente uso de fuentes de noticias no tradicionales (Guggenheim, Kwak, & Campbell, 2011) o bien la exposición a programas de comedia política (Tsfati, Tukachinsky, & Peri, 2009) pueden disminuir los niveles de confianza o fomentar actitudes de desconfianza.

Al enmarcar la política en términos estratégicos, centrarse en la lógica táctica o describir como egoístas los motivos detrás de las acciones y las palabras de los políticos, los medios de comunicación han sido responsabilizados de cultivar actitudes cínicas que alimentan el descontento público y la desvinculación con la política (De Vreese & Elenbaas, 2008).

Otros estudios buscan explicaciones sobre la desconfianza en función de condiciones antecedentes de emisión mediática, tales como las fuerzas económicas y políticas que rigen la producción noticiosa. Tal es el caso del estudio de Ariely (2015), que analiza el papel de la creciente comercialización de los medios sobre la influencia negativa hacia la cultura política. Su análisis, que abarca a 33 países europeos, destaca que “independientemente de las diferencias entre los modelos de medios de comunicación europeos, la comercialización de su entorno [...] está relacionada con niveles más bajos de confianza política”, confirmando que los efectos negativos de la comercialización en los medios trascienden a Estados Unidos y también ocurren en Europa (Ariely, 2015, p. 439).

Los estudios empíricos que apoyan la hipótesis del videomalestar son abundantes. Inicialmente aquellos que dieron fuerza teórica a las posiciones de malestar mediático en el contexto norteamericano se centraron más en el contenido mediático negativo en general (García & Ruiz, 2007). Patterson (1993) habla de la cobertura persistentemente negativa de la prensa hacia la política, especialmente en los asuntos electorales. Dahlgreen (1995) aseguraba que los medios trivializaban la información al incluir elementos frívolos; Fallows (1996) expresaba su preocupación por que el periodismo sobre temas políticos era más de espectáculo y diversión en lugar de centrarse en incrementar la capacidad de los ciudadanos para tomar decisiones sensatas frente a problemas públicos. Newton (1999a) explicaba que la difícil competencia y la búsqueda

de mayores audiencias lleva a los medios de comunicación a dar cobertura a las noticias dramáticas, el desastre, la incompetencia política, la corrupción, el escándalo y el conflicto.

Respecto a la literatura latinoamericana, Pereira introduce al debate la incidencia de los medios de comunicación en la crisis de confianza en la política y sus instituciones para el caso brasileño. El autor analiza los fenómenos referentes a la ofensiva del periodismo, la "antipolítica" de los medios de comunicación y el carácter sesgado de la cobertura periodística de las instituciones políticas. Concluye que existe evidencia suficiente de que la cobertura mediática genera serios obstáculos a la legitimidad democrática, especialmente para el poder legislativo (Pereira, 2000).

La preocupación que despiertan las representaciones negativas en los medios sobre las figuras políticas es particularmente relevante en periodos de campaña, ya que "se suele culpar a los medios de comunicación, y las noticias de televisión en particular, por su cobertura de campaña basada en *sound-bites*, que frustra a los votantes que buscan contenido sustantivo" (Pinkleton, Austin, & Fortman, 1998, p. 34). Asimismo, se critica el predominio de ataques personales y la cobertura basada en estrategias, a los que se atribuye la apatía de los votantes que, a largo plazo puede constituirse como una amenaza a los procesos electorales.

En este sentido, resulta importante destacar las investigaciones que indican que la forma en que los acontecimientos y las cuestiones se encuadran en los medios de comunicación puede "afectar fundamentalmente la manera en que los lectores y los espectadores comprenden esos acontecimientos y cuestiones" (Floss, 2008, p. 2). Esta idea de la importancia de los encuadres en los medios se inscribe en una línea de investigación que concibe la influencia de los medios no

necesariamente como persuasiva, sino poderosa en su capacidad para establecer la agenda, la primacía y el encuadre de un tema.

El impacto de los encuadres utilizados para presentar información política en la disminución de la confianza es provocado por el énfasis que hacen algunos medios en los desacuerdos entre los partidos políticos y, de manera más amplia, en la ineficiencia percibida de las instituciones políticas. Esto tiene un poderoso efecto negativo en las instituciones políticas que en lugar de ser concebidas como eficientes, se ven socavadas no sólo en la percepción de su quehacer, sino también en la imagen de sus líderes (Newton, 2006).

Si bien los estudios sobre malestar mediático obtuvieron resultados significativos que comprobaban sus supuestos, también surgieron investigaciones en otra dirección que arrojaban fuertes dudas sobre la aplicación de esa perspectiva teórica a todos los casos de exposición mediática y sus efectos.

3.2.3.2 Teorías de la movilización

Las teorías de la movilización política nacieron como contraste a las hipótesis del malestar mediático y sugerían que los consumidores de noticias televisivas y lectores habituales de prensa política estarían más inclinados a querer informarse, interesarse y comprometerse con la vida política, independientemente del tono de la cobertura mediática (García & Ruiz, 2007). En contraparte a la teoría del malestar mediático, esta nueva interpretación sugiere que el impacto de los medios tiene más bien una dirección positiva al promover la participación democrática. Aunque el concepto no incluye entre sus dimensiones el fenómeno de la confianza, pues la participación es

más bien un patrón de conducta, dicho constructo está implicado en su modelo de manera indirecta; con todo, lo relevante es la manera en que desautoriza la hipótesis del videomalestar como la causación dominante dentro de estas problemáticas.

Así, Holtz-Bacha realizó uno de los primeros trabajos en los que se plantea que existe un efecto positivo de los medios de comunicación. En su investigación concluye que “la relación de la exposición a la información política en la televisión y en los medios impresos se relaciona tanto con una visión menos alienada de la política como con niveles más altos de participación política” (Holtz-Bacha, 1990, p. 83), descartando así la teoría del videomalestar, por lo menos para el caso de Alemania. En este mismo sentido, Newton (1999b, p. 592) encontró que en Gran Bretaña los lectores de periódicos de gran formato mostraban un mayor conocimiento, interés y confianza política y eran menos cínicos, mientras que ver mucha televisión no estaba asociado con la desconfianza política o falta de respeto por la democracia británica.

Siguiendo esta línea de los efectos positivos, Norris en su libro *“A virtuous circle: Political communications in postindustrial societies”* (2000) analiza datos provenientes de 28 democracias occidentales y, dados sus hallazgos, propone la existencia de un círculo virtuoso entre consumo mediático y el compromiso político, asegurando que “el uso de los medios de comunicación se asocia positivamente con una amplia gama de indicadores de conocimiento político, confianza y movilización” (Norris, 2000, p. 17).

El planteamiento central de la Teoría del círculo virtuoso se basa en la idea de que los ciudadanos más expuestos a los medios de comunicación desarrollan mayor compromiso y confianza política. Una vez que se confía en la política, el interés en las noticias incrementa surgiendo así una relación

recíproca entre el uso de medios y la confianza política que se incrementa a través de tiempo. En palabras de Norris: “Los más políticamente informados, confiados y participativos son más propensos a sintonizar la cobertura de asuntos públicos. Y los más atentos a la cobertura de los asuntos públicos se involucran más en la vida cívica” (2000, p. 17). En el otro extremo, los no comprometidos difícilmente se expondrán a contenidos políticos ni les prestarán atención debido a que desconfían de los contenidos ofrecidos por los medios, por lo que éstos no tendrán ningún impacto en este segundo grupo.

Esta teoría también ha presentado importante evidencia en el campo empírico que sugiere que los usuarios regulares de noticias de televisión normalmente muestran actitudes más positivas hacia la política y el gobierno y que el interés político previo y el conocimiento estimulan la exposición, la atención a las noticias y este proceso, a su vez, refuerza gradualmente el conocimiento práctico, la confianza política y el activismo cívico.

En su análisis, que incluye distintas fuentes noticiosas y utiliza sondeos de opinión, Moy y Pfau (2000) encontraron que los medios impresos eran mejores que las noticias televisivas o radiofónicas para aumentar los niveles de confianza. Otra investigación que apoya la idea de que la cobertura de noticias tiene efectos positivos para la confianza es la de Aarts y Semetko (2003, p. 12) quienes confirmaron que la exposición a los programas noticiosos de televisión pública parecía tener un impacto positivo en la evaluación de los principales partidos políticos y que el uso de los medios puede estar claramente relacionado con la participación política.

Ulbig y Dunaway (2008) realizan una distinción interesante sobre cómo los medios afectan de forma diferente las actitudes hacia los actores políticos nacionales y subnacionales, demostrando

que el consumo de noticias parece no tener un efecto apreciable sobre la confianza en el gobierno nacional, pero afecta la confianza en el gobierno estatal; en este mismo sentido, Yang, Tang, Zhou y Huhe (2014) encuentran que el consumo de medios incrementa la confianza en instituciones de alto perfil como el gobierno central y el Partido Comunista y hace que disminuya la confianza en instituciones de bajo perfil, tales como los gobiernos locales, la administración pública, los tribunales y la policía.

En un trabajo posterior que incluía a Reino Unido, Estados Unidos y 4 países más de Europa continental, al medir el impacto de la exposición a las noticias sobre la confianza, Aarts, Fladmoe y Strömbäck (2012) encontraron principalmente efectos positivos en los países corporativos democráticos, es decir aquellos ubicados en Europa del Norte y Central, así como algunos países del mediterráneo, cuyo sistema de medios comparte un alto paralelismo político, un alto nivel de profesionalización periodística y límites al poder estatal que permiten una mayor libertad de prensa (Hallin & Mancini, 2004).

Por su parte Shen y Guo (2013), así como Luengo y Coimbra (2013) encontraron que el consumo de noticias televisivas se asoció positivamente con la confianza política en China y Brasil, respectivamente. Camaj (2014) explica que los medios de comunicación resultan benéficos para el proceso de democratización, ya que contribuyen a la formación de actitudes de los ciudadanos que no son necesariamente negativas respecto a las instituciones políticas. Por su parte, Strömbäck, Djerf-Pierre, & Shehata (2016) realizan una investigación longitudinal donde analizan la relación entre el uso de los medios de comunicación y la confianza política. Sus resultados muestran un vínculo positivo entre estas dos variables.

En el ámbito latinoamericano una buena parte de los trabajos apoyan también una visión virtuosa de la exposición a medios. García y Ruiz (2007) comparan la conexión entre el activismo político, como una de las dimensiones de la desconfianza política, y los medios en España y México, encontrando evidencia de que los medios provocan movilización. Sus hallazgos también señalan las marcadas diferencias en los grupos que se exponen en menor medida a los medios, y los que dicen no acercarse nunca a los medios para obtener información política.

Al hacer una recapitulación de los hallazgos de los distintos autores que participan en el libro coordinado por Moreno (2010), se explica que de entre las variables que resultaron estadísticamente significativas en relación a la confianza, la de mayor importancia es el grado de exposición a medios de comunicación. Esta variable explica la confianza en 15 de las 17 instituciones estudiadas, arrojando coeficientes con signo positivo, y confirmando “que a mayor exposición a medios mayor confianza en las instituciones” (2010, p. 46).

Por su parte, Corduneanu & Muñiz (2011) exploran la influencia que la exposición a los medios de comunicación genera sobre las actitudes de la población como la confianza política, el interés en la política, la eficacia política y la valoración de la democracia en México, cuyos resultados apoyan la teoría de la movilización, ya que de acuerdo con ellos, la televisión generó en mayor nivel de confianza hacia los actores políticos. Asimismo, Guerrero, Rodríguez y Machuca (2012) encuentran que el consumo de información por televisión tiene un efecto significativo y positivo en casi en todas las variables de cultura cívica, incluida la confianza política, pero también una relación negativa entre el uso de Internet y la confianza que en el caso específico de las elecciones de 2006.

Finalmente, Díaz (2017) introduce a la confianza política como uno de los componentes del compromiso político, al cual analiza en el contexto de la elección presidencial de 2012. Sus resultados apoyan la teoría de la movilización al encontrar que la exposición a la información de la campaña en medios de comunicación no tuvo un impacto negativo.

Al encontrar evidencia empírica tanto para la teoría del videomalestar, como para la de movilización y confirmar que los resultados no pueden considerarse concluyentes sólo para una de ellas, se plantea la necesidad de enriquecer las explicaciones sobre la influencia de los medios, bajo la premisa de que la exposición a éstos desalienta la confianza política bajo ciertas condiciones, pero también la promueve bajo otras (Newton, 1999a). Por esta razón, otro cúmulo de trabajos exploran aquellos otros factores intervinientes en esta relación.

3.2.3.3 Efectos moderados y factores intervinientes

En muchos casos analizados se encontró que los resultados que apoyaban la influencia positiva o negativa de los medios sobre la confianza política estaban mediados por factores personales como el interés político, las redes sociales y los valores personales, entre otros (Newton, 2006), así como por las características de las fuentes de noticias (Avery, 2009), lo que constituyó un refinamiento para el debate teórico y los estudios empíricos que ya no se reducían a concluir si los medios incidían positiva o negativamente, sino que analizaban cómo la influencia de distintas variables podían moderar los efectos mediáticos.

Respecto a los factores personales como moderadores, los resultados de la investigación de Wilkins (2000) indican que la televisión por sí sola no explica que aparezca desconfianza política,

pero la lectura de periódicos y el consumo de noticias televisivas por parte de quienes tiene un nivel de educación alto, tienden a asociarse con mayor participación; Floss (2008) argumenta que el impacto de los medios masivos en las actitudes políticas, como la confianza, es moderado por las preferencias políticas de los ciudadanos; Ceron y Memoli (2015) aseguran que los medios de comunicación sólo refuerzan las actitudes preexistentes y que incluso si la información en ellos es contraria a las actitudes de quienes los ven, esto apenas altera la confianza en el gobierno, lo que coincide con la idea de que cuando las personas tienen una tendencia inicial hacia el cinismo, los medios tendrán efectos negativos en ellas (Degirmenci, 2016).

En esta línea de investigación también cobra importancia la necesidad de explicar que los efectos de los medios se matizan de acuerdo a los formatos y características de éstos (Lee, 2005), tomando en consideración que las fuentes de información se han diversificado considerablemente en las últimas dos décadas. Avery (2009) sostiene que la influencia de los medios de comunicación en la confianza política varía si la fuente de noticias es la prensa escrita o la televisión. Schmitt-Beck (2015) confirman para el caso alemán que la exposición a periódicos de gran formato estimula la participación, no así tratándose de la televisión; Strömbäck, Djerf-Pierre y Shehata (2016) encuentran que la relación entre el uso de medios informativos y la confianza es positiva cuando se trata de periódicos matutinos y noticias de televisión de servicio público y no es significativa tratándose de noticias de televisión comerciales.

Para el caso mexicano, Arugete y Muñiz (2012) encuentran una relación significativa entre conversación política, el consumo de ciertos medios de comunicación y las actitudes políticas por parte de la población. Aseguran que en el proceso democratizador mexicano los medios de comunicación han jugado un papel crucial, como sucedió en la elección de 2006. Entre sus

hallazgos destaca la relación significativa entre las variables conversación política, consumo de ciertos medios de comunicación y las actitudes políticas.

Con estos esfuerzos el debate sobre la relación entre los medios de comunicación y la confianza política continúa vigente y en constante evolución, con miras a continuar aportando evidencias que vayan más allá de una dicotomía entre videomalestar o movilización y se enriquezcan nuevas líneas investigación que consideren aspectos adecuados a la evolución tanto de las sociedades democráticas, como de los medios de comunicación que en ellas se desarrollan.

Finalmente, es necesario apuntar que, aunque existe una rica tradición de estudios sobre la confianza política y ésta ha sido continuamente abordada desde diversas disciplinas, este trabajo busca brindar una revisión sobre el vínculo de este objeto con la comunicación política, en vista de que se trata de una relación pertinente para una exploración más extensa, especialmente en las democracias latinoamericanas.

Desde esta perspectiva se asume que el tratamiento que los medios de comunicación brindan a los temas políticos afecta positiva o negativamente la confianza de la ciudadanía tanto hacia los actores como hacia las instituciones políticas. Con ello no se demerita la influencia del resto de las variables que también han sido importantes y ampliamente tratadas en la literatura, sino que se ha elegido un área de conocimiento con una tradición teórica y empírica que también ha demostrado incidencia sobre la variable de confianza política.

Con todo, existen determinadas lagunas de conocimiento o procedimiento metodológico que constituyen áreas de oportunidad o expansión para esta línea. Una de ellas consiste en realizar una categorización de los objetos de confianza para precisar su medición. Si bien se citan diversos

actores e instituciones en los reactivos, distinguirlos a través de su agrupación en niveles de gobierno o tipos de instituciones podría brindar una forma de medición más específica de cómo cada nivel se ve afectado y una explicación más profunda de los aspectos que inciden en sus variaciones. Observamos también la necesidad de abundar en estudios que den cuenta de cómo la confianza política ha variado a lo largo del tiempo en esta región del mundo y hasta qué grado los medios de comunicación están relacionados con esos cambios, descartando de paso varios factores exógenos.

Por otro lado, aunque la función de los medios dentro de la esfera política es fundamental, la literatura reporta que la labor informativa muchas veces se centra en aspectos negativos y en juicios constantes hacia los actores e instituciones políticas, situación que contribuye a la disminución de la confianza. La inclinación de los medios a presentar información sobre la actividad de actores e instituciones políticas en términos negativos ha sido documentada en diversos estudios (Elmelund-Præstekær & Mølgaard-Svensson, 2014; Galpin & Trenz, 2018; García, 2006; Moreno, 2002; Prior, 2007; Soroka, 2014), por lo que conocer sus antecedentes, conceptualizar el término negatividad en las noticias y su operacionalización, así como sus manifestaciones e implicaciones es una tarea que se desarrolla a continuación.

3.3 Información política negativa

El propósito de este apartado es llevar a cabo una revisión sobre el conocimiento existente respecto a la información política negativa. Para ello se realiza una distinción sobre las características de este tipo de contenido en los medios de comunicación, se pasa revista a las

explicaciones brindadas en la literatura para la aparición y generalización de esta forma de cobertura mediática y se describen algunas investigaciones recientes encontradas.

3.3.1 La información política y su contenido negativo

En los sistemas democráticos se reconoce la importancia de la cobertura que realizan los medios de comunicación a las actividades políticas, para que los ciudadanos conozcan el quehacer de los actores y las instituciones, especialmente durante los procesos electorales. Sin embargo, que existe “evidencia sólida de que la cobertura de las cadenas de televisión ha sido en gran parte negativa en las últimas elecciones” (Farnsworth & Lichter, 2003b, p. 21), sobre todo, tratándose del caso norteamericano.

En consistencia con dicha idea, recientemente Patterson (2017) analiza la cobertura mediática de los primeros 100 días de la presidencia de Donald Trump y concluye que los informes negativos superaron a los positivos en un 80% sobre un 20%. A pesar de que se reconoce una tendencia de los medios por lo negativo, al revisar estudios sobre cobertura mediática hacia los anteriores presidentes, Patterson no encuentra nada comparable con el nivel de cobertura desfavorable otorgado a Trump, lo que indica un incremento considerable de cobertura mediática negativa hacia la figura presidencial, en este caso.

Al respecto, algunos investigadores coinciden en que la cobertura mediática en nuestros días dista mucho de lo que se hacía décadas atrás (Vliegenthart, Boomgaarden, & Boumans, 2011), al grado de que la transformación de los medios de comunicación ha afectado incluso la manera de hacer política (Dader, 1998). De acuerdo con Sullivan (2014) dicha transformación, sobre todo en

lo que respecta a las prácticas de los medios para cubrir noticias políticas se llevó a cabo entre los años sesenta y ochenta. Este cambio en la cobertura mediática se vio influenciado por los avances tecnológicos que hicieron más accesibles los televisores a finales de la década de 1960, lo cual incrementó la demanda de contenidos y tuvo como consecuencia la creación de canales comerciales.

Por un lado, el nacimiento de múltiples opciones en la televisión generó una intensa competencia en el mercado donde también participaban los canales de noticias. “Como resultado de estas presiones comerciales, la televisión se alejó de las *noticias duras* orientadas al tema y el análisis y se favorecieron los formatos *infotainment* y *soft news* que tenían un mayor atractivo masivo” (Sullivan, 2014, p. 3). Por su parte, los medios impresos comenzaron a imitar estas prácticas, debido a su necesidad de ser competitivos ante la televisión (Mutz & Reeves, 2005).

Asimismo, las protestas por la Guerra de Vietnam y el escándalo de Watergate en aquellas épocas fueron cubiertas por los medios que se asumieron como vigilantes de dichos acontecimientos, marcando una nueva era para el periodismo que se distinguía por el predominio de encuadres de conflicto y estratégicos al reportar temas políticos, especialmente si se trataba de elecciones.

Teniendo en consideración estos antecedentes, la negatividad en las noticias ha sido definida como "información sobre sucesos, objetos u otros referentes que, en general, se consideran desagradables o perjudiciales" (Bohle, 1986, p. 789) y ocupa un lugar destacado dentro de las transformaciones sufridas por la cobertura mediática de asuntos políticos debido a la atención que

han puesto los medios a los aspectos negativos de un hecho a la hora de reportarlo, “haciendo que la negatividad misma se convierta en noticia” (Sullivan, 2014).

El encuadre estratégico de las campañas políticas destaca por ser el tipo de contenido negativo más investigado en relación con la desconfianza (Guggenheim, et al., 2011). En este tipo de encuadre, la política se representa en una línea argumental donde predomina el aspecto de la confrontación y se involucra a un acusador y a un destinatario. Por lo tanto, este encuadre “abarca desde críticas unilaterales, ataques y supuestos escándalos que conceptualizamos como incapacidad y mala conducta, hasta manifestaciones bilaterales de estas dimensiones como conflicto” (Lengauer, Esser, & Berganza, 2011, p. 189).

Otro tipo de contenido negativo reportado es la incivilidad, entendida como una interacción entre los actores políticos que carece de civismo y se caracteriza por un discurso hostil, grosero y emocional. La incivilidad viola las normas que deberían prevalecer en las relaciones sociales, lo que puede provocar reacciones negativas, como desconfianza hacia los actores políticos quienes al involucrarse en interacciones de este tipo “reafirman la sensación de los espectadores de que no se puede contar con que los políticos obedezcan las mismas normas de comportamiento social que los ciudadanos comunes” (Mutz & Reeves, 2005, p. 2).

Finalmente, la excesiva atención que la cobertura noticiosa brinda a los rasgos de personalidad de los actores como candidatos o autoridades gobernantes en lugar de centrarse en plataformas, propuestas o temas políticos, se considera también un contenido negativo, en tanto que banaliza la política y reduce la complejidad a un asunto de percepción de características personales o apariencia (Mutz & Reeves, 2005), aunque existe un debate sobre esta idea bajo el argumento de

que enfocarse en la imagen de las figuras políticas es necesario en vista de que los gobiernos están formados por personas, además de que la dinámica de la vida contemporánea no permite a los ciudadanos darse el lujo de atender de manera detallada *issues* o asuntos de la política pública (Warner & Banwart, 2016).

Para el análisis de contenido negativo en las noticias, Lengauer, Esser y Berganza (2011) proponen la existencia de varios componentes de la negatividad, que se describen a continuación:

1) Un tono general negativo hacia la política que se distingue porque, independientemente de los temas o actores de los que se habla, el tono general resume los detalles relacionados con la historia de manera negativa.

2) La perspectiva pesimista de la historia que se expresa como la posibilidad de enfrentar un escenario negativo, crítico o amenazador o las bajas probabilidades de que un problema sea resuelto.

3) El componente centrarse en el conflicto se entiende como el énfasis sobre disputas o desacuerdos que se dan entre los individuos, grupos, instituciones u opiniones políticas y que tienen como fin despertar el interés de las audiencias.

4) La alegación de mala conducta es entendida como un énfasis en las acusaciones unidireccionales de incompetencia, ilegitimidad o fracaso que van desde una crítica, hasta ataques directos. Su variante más negativa es la denuncia de escándalos.

5) El componente negatividad relacionada con los actores políticos y sus organizaciones, se refiere a las representaciones desfavorables ya sea sobre individuos en específico o sobre actores políticos colectivos, como los candidatos, partidos o instituciones.

Todos estos elementos constituyen una propuesta de qué indicadores pueden ser utilizados para catalogar a una noticia como negativa si en ella se encuentra indicios de estos componentes.

Por otro lado, en vista de que muchos investigadores coinciden en la existencia de la negatividad en la cobertura noticiosa y el daño que ésta provoca en la confianza hacia actores e instituciones políticas, determinar por qué existe este tipo de información en los medios de comunicación es un primer paso para entender el fenómeno y sus consecuencias en la vida democrática.

La proliferación de noticias negativas cuenta en primer lugar con una explicación biológica. Soroka y McAdams (2015) reportan que existe una buena cantidad de literatura en la que se demuestra que los seres humanos regularmente prestan más atención a la información negativa que a la información positiva, lo cual responde a un proceso evolutivo, ya que la gente está genéticamente predispuesta a prestar mayor atención, reaccionar y dar seguimiento a las noticias negativas (Lengauer, et al., 2011), por lo que su presencia en la cobertura periodística es en parte “una consecuencia de este sesgo de asimetría observado en el comportamiento humano” (Soroka & McAdams, 2015, p. 3)

Otra explicación surge desde el ámbito comunicacional y hace énfasis en el valor noticioso de la información negativa: atrae más atención que la información positiva y por ende es más fácil que sea seleccionada por la audiencia (Meffert, Chung, Joiner, Waks, & Garst, 2006). Al respecto,

Galton y Ruge (1965, pp. 69-70), enlistan los siguientes puntos que detallan el valor de la información política negativa:

1. Las noticias negativas entran más fácilmente en el canal de noticias porque satisfacen mejor el criterio de frecuencia. Hay una asimetría básica en la vida entre lo positivo, que es difícil y toma tiempo, y lo negativo, que es mucho más fácil y toma menos tiempo - comparar la cantidad de tiempo que se necesita para educar y socializar a una persona adulta y la cantidad de tiempo que se necesita para matarlo en un accidente: la cantidad de tiempo que se necesita para construir una casa y destruirla en un incendio, para hacer un avión y estrellarlo, y así sucesivamente.

2. Las noticias negativas serán más fácilmente consensuales e inequívocas en el sentido de que habrá acuerdo sobre la interpretación del evento como negativo. Un acontecimiento "positivo" puede ser positivo para algunas personas y no para otras y, por lo tanto, no satisfacer el criterio de inequívoco. Su significado será desdibujado por otros tonos y trasfondos.

3. Se dice que las noticias negativas son más consonantes con al menos algunas imágenes previas dominantes de nuestro tiempo. La idea es que las noticias negativas satisfacen algunas necesidades latentes o manifiestas que muchas personas tienen.

4. Las noticias negativas son más inesperadas que las positivas, tanto en el sentido de que los acontecimientos mencionados son más raros, como en el sentido de que son menos predecibles. Esto presupone una cultura en la que los cambios a lo positivo, es decir, el

"progreso", se consideren de alguna manera como algo normal y trivial que puede pasar desapercibido porque no representa nada nuevo.

Sin embargo, el valor noticioso de los acontecimientos negativos no explica suficientemente la intensidad y persistencia de este tipo de noticias a largo plazo y de forma generalizada, por lo que “explicaciones adicionales apuntan a 1) cambios en las normas culturales y profesionales de los periodistas, 2) cambios en la relación entre periodistas y expertos en relaciones públicas políticas, y 3) cambios en la competencia y comercialización del negocio noticioso” (Lengauer, et al., 2011, p. 181).

En relación con el primer punto es necesario destacar el incremento en los niveles educativos de los periodistas y la revaloración del papel de su profesión como un servicio a la sociedad, lo cual los lleva a realizar un trabajo con mayor análisis crítico y un seguimiento a los problemas de la sociedad de forma más reflexiva, manteniendo además una vigilancia constante al comportamiento de quienes están en el poder. Bajo esta lógica, el trabajo periodístico busca una contradecación para toda declaración política, creando con ello un clima de confrontación que se traslada a la escena mediática.

El segundo punto hace referencia a la relación de los periodistas con los actores políticos y específicamente sus representantes. En este afán de mantener su autonomía y escepticismo ante la información proporcionada por sus fuentes políticas, algunos periodistas intentan evitar la dependencia de los mensajes emitidos de manera oficial y a menudo sus versiones terminan siendo noticias negativas.

El impacto de la competencia y la comercialización también inciden en la negatividad de la cobertura noticiosa. Como se mencionó anteriormente, las noticias negativas son más atractivas para la audiencia, lo que les imprime un valor económico mayor. Los conflictos son más comercializables ya que generan mayor interés por su alto contenido dramático. Cohen (2008) lo confirma al encontrar en su investigación que cuando las organizaciones de noticias tienen mayores presiones económicas recurren a las noticias negativas para incrementar el tamaño de su audiencia.

Esto nos lleva a distinguir que la negatividad puede ser endógena, es decir iniciada por los medios de comunicación cuando los periodistas, ya sea por iniciativa personal o por exigencias de la lógica mediática le imprimen ese tratamiento a las noticias, o bien exógena, propiciada por el carácter de la noticia o la intención de los actores políticos de encuadrar sus actividades o declaraciones de forma negativa, lo que simplemente es retomado y difundido por los medios de comunicación (Lengauer, et al., 2011).

La presencia de negatividad en las noticias cuenta con ciertas explicaciones que aluden a una necesidad de los medios de comunicación por compartir ese contenido en primer lugar por su valor noticioso, pero también por cuestiones culturales o comerciales. Una vez explicadas las causas de la presencia de negatividad en la cobertura noticiosa, en el siguiente apartado se discuten las consecuencias de este tratamiento mediático, entre ellas el declive de la confianza en los actores e instituciones políticas.

3.3.2 Consecuencias de la negatividad sobre la confianza política

Los estudios sobre la negatividad mediática se han centrado en evidenciar las consecuencias, también negativas, sobre la confianza política. Guggenheim, Kwak, & Campbell (2011), argumentan que este tipo de noticias pueden generar una profunda desconfianza, especialmente hacia los políticos y muestran su preocupación por que esto conduzca a una disminución en la participación político electoral y, a la larga, un debilitamiento de la democracia.

Sin embargo, hay autores que aseguran que las noticias negativas persisten porque en algunos casos tienen consecuencias positivas: son útiles para que los políticos aumenten su visibilidad (Kepplinger, 2000; Kleinnijenhuis, et al., 2006); a los ciudadanos les permiten poner atención en temas que podían haber pasado por alto, pero de los cuales se hacen conscientes al notar su repetición constante en los titulares (Norris, 2000); mientras que para la democracia es saludable que se genere un debate de ideas que aumente la información disponible para una mejor toma de decisiones de salida a los conflictos (Geer, 2008).

Los estudios empíricos muestran resultados divergentes. Por un lado están aquellos que arrojan evidencias de que las noticias con características negativas cuentan con un lado positivo basado en su importante valor informativo, ya que atraen la atención hacia temas políticos, pueden movilizar a la ciudadanía, fortalecen la evaluación positiva hacia los candidatos que son blanco de la negatividad entre cierto tipo de votantes como aquellos con mayor sofisticación política o que están fuertemente comprometidos con un candidato, e incluso incentivan la participación electoral y contribuyen a un sano escepticismo (De Vreese & Tobiasen, 2007; Meffert, et al., 2006; Norris, 2000; Schuck, Boomgaarden, & De Vreese, 2013).

En contraparte también existe evidencia de que la negatividad noticiosa tiene efectos adversos sobre la confianza en los líderes de los partidos, (Kleinnijenhuis, et al., 2006; Mutz & Reeves, 2005), en las instituciones políticas (Moy & Pfau, 2000), genera un declive en cuanto al apoyo ciudadano al sistema político y un efecto perjudicial inmediato sobre la confianza ciudadana (Van Aelst, 2017). En el caso de los periódicos, la cobertura negativa adopta una forma tal que las apelaciones son más personales y se centran en rasgos de carácter, por lo que la afectación para los actores es mayor (Walter & Vliegenthart, 2010).

La negatividad en las noticias sobre temas políticos tiene una estrecha relación con la teoría de videomalaise si se toman en cuenta los efectos que tiene este tipo de cobertura. Patterson (1993) culpa a las noticias negativas de los distintos medios de comunicación por las actitudes desfavorables hacia los políticos. Este autor explica que los comentarios negativos de los periodistas y sus narrativas donde enfatizan motivos no explícitos e interesados de los actores políticos provocan que los miembros del público piensen mal de los políticos o incluso del sistema.

A su vez, Brosius, van Elsas, & de Vreese, (2019) confirman que recibir más información sobre las instituciones políticas puede contribuir a incrementar la transparencia percibida, el conocimiento político y, en consecuencia, la confianza, no obstante el uso de medios de comunicación que contienen información negativa sobre política puede aumentar el cinismo y la desconfianza.

3.4 Síntesis teórica

Dada la centralidad de los medios en la vida política actual, el estudio de la cobertura noticiosa requiere extenderse para reconocer sus alcances en distintos medios de comunicación y en países más allá del contexto norteamericano o europeo. Si bien el quehacer noticioso respeta ciertos principios normativos, dentro de los cuales se encuentra la neutralidad informativa en cuanto a tono, las evidencias teóricas y empíricas llevan a dirigir la atención a la negatividad y su relación con la confianza política.

Como ya se ha indicado, en este apartado se pasa revista a las corrientes teóricas que explican a la confianza política y se justifica la elección de la teoría institucionalista como el abordaje teórico que puede dar sustento a la relación entre la confianza y los medios de comunicación.

La confianza es un activo de gran valor en los sistemas democráticos, lo cual explica la preocupación por su declive y las consecuencias que ello pueda tener para actores e instituciones políticas, así como para la democracia en general. Como ya se ha explicado en líneas anteriores, desde la perspectiva de este trabajo, la confianza política es un reflejo de la evaluación ciudadana hacia dichos actores e instituciones, que se construye comparando el desempeño de éstos versus las expectativas ciudadanas.

Distinguir entre los distintos objetos de confianza política, contribuye a una mejor comprensión de ésta. Blind (2007) divide dichos objetos en aquellos que se integran a una categoría macro u organizacional, subdividida en la confianza difusa que se dirige al sistema político, y la confianza específica centrada en las instituciones. Este autor también distingue una segunda categoría a nivel

micro o individual donde se incluye a las figuras políticas, tales como presidentes, líderes de partido, congresistas y candidatos.

Esta división de los objetos de confianza desde la perspectiva de la teoría política *también puede trasladarse a una interpretación mediática si consideramos que la confianza de los ciudadanos a nivel macro (sistema político e instituciones) se diferencia de la confianza a nivel micro (figuras políticas) con base en el nivel de mediatización de cada objeto: las instituciones son objetos de carácter abstracto, mientras que las figuras políticas tienen un rostro y en los medios de comunicación se reportan sus opiniones, debates, conflictos, escándalos e intereses.

Por otra parte, para explicar de dónde nace la confianza hacia actores e instituciones, el campo de la ciencia política ofrece dos abordajes teóricos: la teoría culturalista para la cual la confianza es exógena y está influenciada por normas arraigadas en la cultura que se transmiten de generación en generación y está mediada por valores, creencias y experiencias vividas por el individuo a través de la socialización, y se trata, pues, de una extensión de la confianza personal.

En la teoría institucionalista, por el contrario se establece que la confianza es endógena y está asociada al desempeño de las instituciones, que proviene de la evaluación ciudadana. Desde esta perspectiva, la confianza política fluctúa de acuerdo con el grado de cumplimiento de las expectativas y demandas de los ciudadanos a través del funcionamiento de las instituciones y actores políticos.

La teoría institucionalista identifica diversos determinantes de la confianza política a partir de las evaluaciones de desempeño respecto a temas como el crecimiento económico, el desarrollo

social, la corrupción, la globalización, sin embargo, no alcanza a explicar cómo los ciudadanos llegan a establecer dichas evaluaciones que provienen de la percepción.

Aunque a lo largo del tiempo la percepción del mundo se ve influida por experiencias personales, en un mundo mediatizado como el de la sociedad actual el papel de los medios de comunicación y especialmente el de las noticias como una versión autorizada de la realidad (Barker-Plummer, 1995) se configura como fundamental para el establecimiento y fluctuación de la confianza política, dado que resulta difícil que los ciudadanos puedan tener una experiencia directa con instituciones y actores de la esfera democrática. Sin embargo, durante este proceso de mediatización del discurso público, algunos factores han provocado que los medios sean señalados por su influencia sobre las personas y su capacidad para generar en ellas ciertas reacciones que pueden tener efectos adversos para la democracia.

Una preocupación constante es la generación de información política con contenido negativo, ya que puede minar la confianza de los ciudadanos en sus representantes políticos, en las instituciones y en el sistema democrático. Este contenido negativo se presenta a través de críticas, ataques, escándalos, representaciones de un conflicto o confrontación, así como también la incivilidad en el discurso y la cobertura que brinda especial atención a los rasgos de personalidad, banalizando con ello a las figuras políticas y su quehacer en la sociedad.

A pesar de que el contenido negativo puede poseer un valor noticioso, la presencia de negatividad en las noticias resulta alarmante por las consecuencias que puede tener sobre la confianza de los ciudadanos en instituciones y actores políticos. En este capítulo se han mencionado algunos desarrollos teóricos e hipótesis que explican los efectos de los medios de

comunicación, tales como la aguja hipodérmica, los efectos mínimos, los efectos más que mínimos, el *framing*, además del videomalestar y el círculo virtuoso, éstas dos últimas estrechamente relacionadas con la confianza en las instituciones.

En suma, aunque la teoría institucionalista establece que distintos factores endógenos se relacionan con el desempeño de las instituciones y la satisfacción ciudadana, la variable mediática no se reporta como uno de ellos, por lo que su estudio es necesario para aportar en las explicaciones sobre cómo incide en las variaciones de confianza. Esta situación buscará explicarse utilizando los insumos empíricos que se describen en el siguiente capítulo.

De este modo, los medios de comunicación se introducen como factor determinante para generar percepción y, por ende, para la elaboración de las evaluaciones de desempeño sobre las que se funda la confianza política, desde la perspectiva institucionalista. La variable mediática, sin embargo, no había considerada hasta ahora en esta perspectiva teórica, pero explicado su papel central, constituye la aportación principal de esta investigación.

CAPÍTULO IV. ENFOQUE Y ALCANCE METODOLÓGICO

Esta investigación formó parte del proyecto “Infoentretenimiento político, encuadres periodísticos y desconfianza ciudadana”, dirigido por el Doctor Martín Echeverría Victoria y financiado por el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT) y la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla (BUAP). Algunos de los datos recabados en dicho proyecto constituyeron el insumo para la realización de este trabajo de tesis, razón por la cual los aspectos metodológicos aquí descritos, se alinean al diseño general de una investigación más amplia.

El objetivo del presente estudio fue encontrar evidencia que permitiera saber si la información política negativa que se comparte en los medios de comunicación tiene efectos positivos, o bien negativos, sobre la confianza que los ciudadanos depositan en instituciones y actores políticos durante un proceso electoral. Para ello se llevó a cabo un diseño metodológico explicativo, que incluyó la realización de un análisis de contenido de medios con presencia nacional, y la aplicación de una encuesta tipo panel.

La investigación explicativa intenta identificar las causas reales de un problema. Su interés por lo tanto no está sólo en informar, sino en saber a detalle por qué ocurren los hechos y, en caso de que se encuentren varias explicaciones a un fenómeno, determinar cuál de ellas nos ayuda a comprenderlo mejor (Bunge, 2004). Por esta razón, la investigación de tipo explicativo contribuye a la construcción y elaboración de teorías, al poner a prueba la exactitud de sus principios, adicionarlos o enriquecerlos.

Aunque es usual que en el campo de la comunicación sólo se utilice un método de investigación, De Vreese, Boukes, Schuck, Vliegenthart, Bos y Lelkes (2017) explican que existe una rica tradición de estudios que combinan datos de encuestas con datos de análisis de contenido, denominados *linkage studies*. De acuerdo con estos autores dicha combinación es complementaria ya que, si bien los análisis de contenido revelan los patrones de lo que se comparte desde los medios, esta información resulta insuficiente si se quieren explicar las implicaciones o incluso los efectos. Por su parte, los resultados de una encuesta dicen mucho sobre el uso de los medios o sobre las actitudes, pero si no se conoce el contenido de los medios difícilmente se puede establecer una relación.

Muñiz, Echeverría y Saldierna (2018) también recomiendan un nuevo acercamiento metodológico, a través de la realización estudios que vinculen contenidos mediáticos con mediciones de opinión, lo que se denomina realismo experimental. Llevar a cabo este tipo de estudios proviene de la necesidad de aumentar la validez externa y la generalización de los hallazgos, objetivo que se logra al generar indicadores de consumos sobre cierto tipo de contenidos. Con base en las perspectivas citadas, para esta investigación se consideró que realizar un análisis de contenido de medios con presencia nacional de la mano con la aplicación de una encuesta al mismo nivel, eran necesarios para obtener inferencias más robustas al vincular datos de contenido y medidas de exposición a medios.

4.1 Análisis de contenido

El análisis de la presente investigación se centra en la cobertura que los noticiarios televisivos y en la prensa escrita otorgaron a instituciones y actores políticos en durante el periodo electoral 2018 en México. Los insumos periodísticos durante el proceso de elecciones han sido elegidos para diversas investigaciones en el campo de la comunicación política, bajo la premisa de que el contenido de las notas es vital para comprender los procesos y efectos de los medios de comunicación (Riffe, Lacy, & Fico, 2014b) y que las evaluaciones ciudadanas se ven influenciadas por las noticias a las que se exponen (Schulz & Zeh, 2005).

4.1.1 Muestra

Como ya se expuso, el diseño metodológico para este proyecto comprendió, en primer lugar, un análisis de contenido de la cobertura periodística sobre las elecciones presidenciales. Los medios de comunicación elegidos específicamente para este estudio fueron la prensa y la televisión, ya que de acuerdo con una encuesta realizada por el Gabinete de Comunicación Estratégica (GCE, 2016) se trata de los medios preferidos por los encuestados para enterarse de lo acontecido en el país con menciones del 49.1% tan solo en el caso de la televisión y 9.8% en el caso de los periódicos, lo que significa que más de la mitad de la población en México se entera de las noticias por estas vías

Respecto a la televisión, la Encuesta Nacional de Consumo de Contenidos Audiovisuales (IFT, 2016) indicaba que el 74% del total de personas con televisor, acostumbran ver contenidos de canales de TV Abierta, siendo El Canal de las Estrellas el que mayor número de menciones obtuvo (57%) mientras que en segundo lugar se encuentra Azteca 13 de Televisión Azteca (52%). Estos mismos canales son los más vistos incluso por la gente que cuenta con servicio de televisión de

paga. En la encuesta además destacan las noticias como uno de los géneros que los entrevistados declararon ver con mayor frecuencia (49%).

Con base en esta información se tomaron en cuenta las notas periodísticas que aparecieron en los noticiarios matutinos *Despierta con Loret de Mola*, del Canal de Las Estrellas de Televisa; *Hechos AM* con Jorge Zarza, de TV Azteca 13 e *Imagen Noticias* con Francisco Zea, de Imagen TV; también se analizaron las notas de los noticiarios nocturnos de estos canales: *En Punto* con Denise Maerker, del Canal de Las Estrellas de Televisa; *Hechos Noche* con Javier Alatorre, de TV Azteca 13 e *Imagen Noticias* con Ciro Gómez Leyva, de Imagen TV. Éste último canal se incluyó por ser un canal abierto de reciente creación que está ganando terreno en las mediciones de audiencia.

Para el caso de la prensa, los rotativos fueron elegidos en virtud del alcance geográfico de su cobertura, su tiraje y tomando en consideración que su contenido incluyese información política. De acuerdo al Padrón Nacional de Medios Impresos de la Secretaría de Gobernación (SEGOB, 2017), entre la llamada prensa seria o generalista, el periódico con mayor tiraje en el país es El Universal que edita 176,112 ejemplares domingos y lunes; en segundo lugar se encuentra Reforma, con 133,446 ejemplares; en tercer lugar se ubica La Jornada que tiene una edición pagada de 107.659 ejemplares; en cuarto lugar Milenio con 81,345 ejemplares diarios en promedio de circulación pagada y 8,409 ejemplares promedio de circulación gratuita y en quinto lugar se considerará al periódico Excélsior que si bien tiene un promedio de circulación pagada de sólo 25,357 ejemplares de lunes a sábado y 27,490 ejemplares los domingos, es un referente en la prensa mexicana y ha sido objeto de análisis previos, lo cual permite su comparabilidad. Con la inclusión

de estos cinco periódicos se contempla además al espectro ideológico amplio de derecha a izquierda.

Las noticias analizadas se eligieron a partir de un muestreo aleatorio sistemático¹⁰, tomando en consideración que este tipo de muestreo suele ser más preciso que el aleatorio simple, debido a que recorre la población de forma más uniforme. El muestreo se realizó en dos fases, durante los tres meses de campaña electoral. La primera fase abarcó los meses de marzo, abril y mayo; durante este periodo se seleccionaron todas las noticias publicadas cada cuatro días de campaña, comenzando el 30 de marzo y terminando el 31 de mayo. En la segunda fase, que dio inicio el 1 de junio y terminó el día 28 de ese mes, se decidió levantar una muestra a partir de seleccionar todas las noticias emitidas en las televisoras cada dos días. Es importante destacar que sólo se revisó la información emitida de lunes a viernes, considerando el hecho de que los fines de semana no se transmiten noticiarios en televisión y que la información en la prensa es menos abundante. En total se detectaron 1779 notas informativas o unidades de análisis, 1128 en prensa (63.41%), 365 en noticieros televisivos de la mañana (20.52%) y 284 en el informativo de la noche (15.96%).

4.1.2 Unidad de análisis

Para la codificación de encuadres y elementos de contenido, en el caso de la televisión, fueron codificadas unidades temáticas, definidas como “un solo relato que se enfoca en un particular tema

¹⁰ Este tipo de muestreo implica seleccionar cada enésima unidad de un sistema de muestreo y determinando el punto de partida aleatoriamente, para que así cada unidad tenga las mismas posibilidades de ser seleccionada (Riffe, Lacy, & Fico, 2014a). Las muestras sistemáticas son las más recomendables cuando se realizan análisis de análisis de contenido de textos provenientes de publicaciones, periódicos, series de televisión, secuencias de interacción interpersonal u otros eventos repetitivos y continuos que aparecen regularmente (Krippendorff, 2018).

o evento;” (De Vreese, et al., 2017; Strömbäck & Dimitrova, 2006, p. 39), se excluyeron los *teasers* o los *ítems* pequeños y en el caso de las unidades temáticas que constituyen una nota completa, se le dio peso especial a la manera en que se presenta y las entradas a la misma (Nord & Strömbäck, 2014). En ambos casos el análisis se centró en los registros verbales o textuales de las noticias, y no en sus aspectos visuales.

4.1.3 Libro de códigos

El análisis de la cobertura periodística contempla secciones relativas a aspectos generales de cobertura, aspectos específicos de formato relativos al soporte físico del medio, así como tratamientos particulares expresados en encuadres. Entre los datos generales se incluyó el medio de comunicación, fecha y registro del actor principal de la nota, de tipo institucional o personal. Respecto a los aspectos de formato, en la televisión, se midió la longitud de las intervenciones de los candidatos (*soundbyte*).

En el proyecto general se propuso que los tratamientos se codificaran a través de macro encuadres temático y de juego estratégico (Aalberg, Strömbäck, & de Vreese, 2011): encuadre episódicos y temáticos (Dimitrova & Hu, 2016), encuadres de personificación y personalización institucional (Strömbäck & Dimitrova, 2006; Strömbäck & Luengo, 2008; Strömbäck & Van Aelst, 2010), periodismo interpretativo (la situación es analizada, evaluada o explicada a la vez que descrita) o descriptivo (reporte directo de los hechos) (Strömbäck & Dimitrova, 2006; Strömbäck & Luengo, 2008); la simplificación, se codificaba sólo si se mencionaban planes concretos

objetivos políticos generales, o frases vagas (Haßler, Maurer, & Oschatz, 2014) y finalmente, la codificación útil para los objetivos de esta investigación enfocada al tema de negatividad.

La negatividad se determinó en función de tres indicadores que se describen en la siguiente Tabla, cada uno codificado en tres valores (positivo, neutral, negativo): la tonalidad (negativa si la noticia se encuadra como fracaso político, crisis, frustración o decepción, y positiva si se trata de un éxito, logro, mejora, esperanza o ganancia); la competencia (incompetencia si se trata de ataques y críticas a partir de incompetencia o conducta inapropiada, o competencia si se trata de descripciones de capacidad, competencia o aclamación); la conflictividad (si los hechos, citas e interpretaciones se reportan como conflicto entre las partes o como consenso) (Esser, Engesser, Matthes, & Berganza, 2017).

Tabla 1. Encuadres de la Negatividad

| Encuadre | Indicador |
|-----------------|--|
| Negatividad | <p><i>Tonalidad:</i></p> <p>Negativo: la noticia se encuadra como fracaso político, crisis, frustración o decepción</p> <p>Neutro</p> <p>Positivo: se trata de un éxito, logro, mejora, esperanza o ganancia</p> <p><i>Competencia:</i></p> <p>Negativo: ataques y críticas a partir de incompetencia o conducta inapropiada</p> <p>Neutro</p> <p>Positivo: descripciones de capacidad, competencia o aclamación</p> |

| | |
|--|--|
| | <p><i>Conflicto:</i></p> <p>Conflicto: los hechos, citas e interpretaciones se comunican en términos de conflicto entre las partes</p> <p>No aplica</p> <p>Consenso: los hechos, citas e interpretaciones se comunican en términos de consenso entre las partes.</p> |
|--|--|

4.1.4 Procedimiento de fiabilidad

La codificación fue realizada por 4 codificadoras, todas estudiantes de la Maestría en Opinión Pública y Marketing Político, del Instituto de Ciencias de Gobierno y Desarrollo Estratégico, perteneciente a la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla que recibieron entrenamiento previo y fueron supervisadas con frecuencia durante la realización del análisis de contenido.

La prueba de fiabilidad entre codificadoras se realizó sobre una muestra del 10% del material codificado (65 notas), que fue seleccionado de manera aleatoria para realizar una prueba *alpha* de Alfa de Krippendorff, que mostró niveles aceptables de confiabilidad ($\alpha = 0.89$) (Boğan, 2013; Camaj, 2014; Jebril, Albæk, & De Vreese, 2013; Opdycke, Segura, & Vasquez, 2013; Schuck, et al., 2013; Shehata, 2014).

4.2 Encuesta

Para la investigación en comunicación, internet es un ámbito especialmente rico porque cientos de miles de personas participan regularmente en discusiones sobre diversos temas; permite ahorrar tiempo y dinero ya que es posible llegar a miles de personas con características comunes a pesar

de que estén separadas por grandes distancias geográficas, sin costos de impresión o viáticos; además de que brinda la posibilidad de recabar información prácticamente de manera inmediata y ésta puede ser exportada a paquetes estadísticos, lo que facilita la creación de las bases de datos para el posterior análisis (Wright, 2005).

Tomando en cuenta las razones descritas, la segunda fase dentro de este diseño metodológico consistió en un cuestionario en línea, aplicado en tres olas. Como ya se explicó al inicio del capítulo, esta investigación forma parte de un proyecto más amplio, por lo que, si bien se participó en la elaboración del instrumento sugiriendo algunos *ítems* relevantes para fines de esta investigación, la aplicación estuvo a cargo de la empresa demoscópica Survey Sampling International (SSI).

El objetivo era contar con una muestra lo suficientemente amplia, pero también representativa de la población mexicana, cuya participación pudiera asegurarse en las diferentes olas, es decir que los mismos ciudadanos contestaran los tres cuestionarios que componían el estudio panel.

La primera ola se realizó una semana antes del inicio de la campaña electoral: comenzó el 23 de marzo y finalizó el 30 de marzo de 2018. La segunda aplicación de cuestionarios se realizó pasados los dos primeros meses de campaña (del 11 al 25 de junio de 2018). La última ola se hizo una vez pasada la elección, comenzando el 9 de julio y llegando a su término el día 19 de ese mismo mes.

4.2.1 Muestra

El cuestionario fue aplicado a personas en edad de votar (de 18 años en adelante) con credencial de elector vigente en cualquier estado de la República Mexicana. Del total de la muestra (N=1000),

el 55.7% fueron hombres, el 44.3% fueron mujeres y su edad oscilaba entre los 18 y los 80 años ($M = 43.94$, $DE = 14.22$).

Aunque la muestra estuvo constituida por personas de diferentes niveles educativos, la mayoría contaba con estudios profesionales ($n = 598$, 60.2%) o de educación media superior ($n=194$, 19.5%). Respecto al nivel de ingresos, el 41.4% de participantes reportaron ganar mensualmente entre 10,001.00 y 30,000.00 pesos mexicanos ($n=380$), un 32.3% ingresos menores a 10,001.00 pesos mexicanos ($n= 296$) y un 26.3% ingresos superiores a 30,001.00 pesos mexicanos ($n=241$).

4.2.2 Método de estimación

Siguiendo a Muñiz y otros (2015), se utilizó un análisis de regresión lineal múltiple jerárquica de pasos sucesivos para cada una de las variables dependientes contempladas, verificando mediante la prueba Durbin-Watson el supuesto de independencia con respecto a la variable dependiente.

El análisis de regresión proporciona una manera simple de considerar los problemas asociados a la generalización de las relaciones entre variables, más allá del ámbito de los valores observados (nos indica los niveles de relación entre dos variables). No se limita a tratar la información obtenida por un muestreo estadístico y es igualmente aplicable a series temporales o datos censales.

El modelo, en su forma más simple, supone que la variable a ser explicada, habitualmente simbolizada por Y , se genera por la operación de un mecanismo constituido por un conjunto de variables explicativas X y por un componente de azar ϵ , de modo que la variación de Y se puede descomponer en una parte sistemática y otra aleatoria.

Con el fin de responder a los objetivos de esta investigación, se determinó el peso que cada uno de los indicadores de la variable negatividad tuvieron sobre el nivel de confianza institucional. Para ello, se realizaron regresiones lineales múltiples jerárquicas, una técnica que permite introducir las variables independientes en la ecuación en diferentes momentos, para observar el peso específico de cada una de ellas en la variable dependiente, en este caso, la de confianza institucional. Dentro de un primer bloque de variables se incorporaron aquellas que servían de control, constituidas por los diferentes aspectos sociodemográficos medidos (modelo 1); en el siguiente se incorporó la variable compuesta “negatividad” (modelos 2, 3 y 4).

4.2.3 Variables

4.2.3.1 Variable independiente

El análisis de la literatura ubica como variable independiente la *exposición a noticias*. Para medirla, se pregunta a los encuestados cuántos días por semana vieron un programa de noticias o leyeron un periódico, por lo que la respuesta se mide en una escala del 0 al 7 (Shehata, 2014; Shen & Guo, 2013; Strömbäck, et al., 2016). Del cuestionario se utilizó la pregunta *¿cuántos días a la semana utiliza los siguientes medios para informarse acerca de los asuntos que afectan al país?* Las opciones de respuesta fueron Televisión, Periódicos en papel, Periódicos en línea y Radio, pudiéndose indicar desde 0 hasta 7 días de la semana.

Con base en la literatura, también se determinó la necesidad de preguntar específicamente el nombre del noticiario (Aarts, et al., 2012) o periódico, para así poder establecer relaciones con la información obtenida en el análisis de contenido, así como valorar las diferencias entre quienes

consumen cierto tipo de prensa escrita, televisión (Newton, 1999a) o noticias vía web, para este fin, se enlistaron en las preguntas de la encuesta los programas de noticias y periódicos que fueron incluidos en el análisis de contenido de medios para que los encuestados indicaran cuántos días por semana se expusieron a noticias en ellos (Schuck, et al., 2013).

Debido a lo anterior, el segundo reactivo utilizado fue: *¿cuántos días a la semana lee...?*, brindando las opciones: La Jornada, Reforma, Excélsior, Milenio y El Universal, con respuestas que iban de los 0 a los 7 días. En lo relativo a la Televisión, se preguntó: *En una semana típica, ¿cuántos días ve los siguientes noticieros matutinos de televisoras para informarse de las actuales elecciones presidenciales?* teniendo como opciones los noticieros Despierta con Loret de Mola, del Canal de Las Estrellas de Televisa; Hechos AM con Jorge Zarza, de TV Azteca 13 e Imagen Noticias con Francisco Zea, de Imagen TV. De igual modo se pidió a los encuestados determinar cuántos días a la semana veía noticieros nocturnos, siendo las opciones: En Punto con Denise Maerker, del Canal de Las Estrellas de Televisa; Hechos Noche con Javier Alatorre, de TV Azteca 13 e Imagen Noticias con Ciro Gómez Leyva, de Imagen TV.

Para realizar el análisis sobre negatividad, se tomaron en cuenta 2 de 7 afirmaciones en el reactivo *¿qué tan de acuerdo está con las siguientes afirmaciones en relación con los medios nacionales?* Las opciones de respuesta elegidas por su relación con los indicadores de negatividad fueron: Hay mucha cobertura sensacionalista o amarillista en los medios (para el indicador de tonalidad) y los medios ponen énfasis en los conflictos entre los partidos políticos (para el indicador de competencia). Las posibles respuestas para estas afirmaciones fueron: 1) Totalmente en desacuerdo, 2) Muy en desacuerdo, 3) En desacuerdo, 4) De acuerdo, 5) Muy de acuerdo, 6) Totalmente de acuerdo.

4.2.3.2 Variable dependiente

En el caso de la variable confianza política, pidió evaluar la confianza que tienen los encuestados en organizaciones y actores políticos (Aarts, et al., 2012; Ariely, 2015; Camaj, 2014; Díaz Jiménez & Muñoz Muriel; Newton, 1999a; Shehata, 2014; Shen & Guo, 2013; Strömbäck, et al., 2016; Tsfati, et al., 2009; Tworzecki & Semetko, 2012). Para medir dicha variable se utilizó el reactivo en el que se solicitaba se indicara qué tanta confianza se tenía en el presidente de la República, el Gobierno federal, el Congreso de la Unión, los Partidos políticos, los Políticos en general, el Instituto Nacional Electoral, el sistema democrático de nuestro país y el proceso electoral de nuestro país. Los encuestados podían decidir, para cada caso, entre 1) Total desconfianza, 2) Mucha desconfianza, 3) Algo de desconfianza, 4) Algo de confianza, 5) Mucha confianza y 6) Total confianza.

Las instituciones mencionadas se incluyeron en el cuestionario tomando en consideración que “lo que hace que la confianza política sea política es exactamente su referencia a aquellas instituciones y autoridades que se preocupan y son responsables del desarrollo y la implementación de políticas públicas, leyes y regulaciones” (Schnaudt, 2018, p. 31), por esta razón otras instituciones como la iglesia, el ejército, las universidades, los medios de comunicación o los sindicatos no se tomaron en cuenta al no calificar como como objetos de confianza política en sentido estricto.

Asimismo, la distinción entre instituciones y figuras políticas es importante en vista de que la confianza de los ciudadanos funciona de manera diferente de acuerdo con el tipo de institución o autoridad política de la que se trate. En algunos casos, los ciudadanos pueden mostrar descontento y desconfianza hacia los titulares o autoridades más visibles, sin que ello signifique desconfiar del

régimen o del sistema político en general (Easton, 1975), por ende se realizó una distinción que permitiera valorar en su justa dimensión el nivel de confianza para cada caso.

4.2.3.3 Variables de control

Las variables de control reportadas en otros estudios consideran aspectos sociodemográficos como la edad, el género, la escolaridad, el nivel de ingresos y la posición política, aunque en otros casos se busca controlar también variables como la conversación política, es decir si se discute la campaña con familia y amigos, (Díaz Jiménez & Muñiz Muriel; Jebril, et al., 2013; Saldierna & Muñiz, 2015; Schuck, et al., 2013).

También se contempla el *interés político*, preguntando directamente a los encuestados qué tan interesados están en política con alternativas de respuesta que varían de no interesado a muy interesado (Newton, 1999a; Shehata, 2014; Strömbäck & Shehata, 2010; Tworzecki & Semetko, 2012), así como el interés en la campaña, con la misma escala.

El *conocimiento político*, de acuerdo con otros estudios (Aarts, et al., 2012; Díaz Jiménez & Muñiz Muriel; Moy, Torres, Tanaka, & McCluskey, 2005; Newton, 1999a) se mide con preguntas sobre la vida política nacional, que incluyen identificar líderes políticos, políticas partidarias, cargos por los que se competía en el periodo electoral estudiado y conocimiento sobre organizaciones políticas y sus funciones. De igual modo, se incluyen como variables de control el contacto directo con la campaña y el contacto mediado con la campaña, ya que de acuerdo con Shuck et al (2013) se cree que el contacto cara a cara contribuye a percibir a los candidatos como más sinceros y honestos. En este análisis sólo se utilizaron los reactivos que hacen referencia a la

información sociodemográfica respecto al género, edad, ingreso mensual en el hogar, nivel de estudios y cercanía partidista.

4.3 Vinculación entre análisis de contenido y encuestas

Para lograr combinar los datos de la encuesta con los datos sobre el entorno de información o la cobertura mediática, se utilizó la fórmula sugerida por Muñoz, Echeverría y Saldierna (2019), calculando la exposición a información política negativa a partir de la suma de las multiplicaciones del nivel de consumo de cada contenido informativo reportado por los participantes, por el nivel de presencia de, en este caso, contenido negativo, dividiendo el total obtenido entre el número de contenidos informativos utilizados.

$$\text{Exposición a información política negativa} = \frac{\sum \text{Noticias negativas}_{medio} \times \text{Exposición mediática}_{medio}}{\sum \text{Medios}}$$

El uso de esta medida, además de resultar relativamente novedoso en los estudios respecto a los efectos de la información política sobre la confianza en el contexto mexicano, está en línea con la perspectiva de que el efecto de la información política no sólo está en función de la cantidad de noticias, sino que las características de las noticias también resultan relevantes (Kleinnijenhuis, et al., 2006).

Una vez explicados los aspectos metodológicos, en el siguiente capítulo se realiza el reporte proveniente del análisis de datos de la encuesta, del análisis de contenido y de la vinculación entre ambos.

CAPÍTULO V. ANÁLISIS DE DATOS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Este capítulo tiene como propósito central exponer los resultados obtenidos a partir de los datos arrojados por la encuesta, así como aquellos provenientes del análisis de contenido. En primer lugar, se realiza la exposición de los datos descriptivos para la variable dependiente, que en este caso es la confianza en las instituciones. Para ello se da cuenta de las frecuencias, porcentajes y medias reportados en cada una de las olas. En segundo lugar, se exponen los resultados en un análisis explicativo tomando en consideración la variable independiente negatividad, constituida por el índice de cobertura sensacionalista o amarillista y el énfasis en conflicto, además de tener en cuenta los factores sociodemográficos tales como edad, género, ingreso, nivel de estudios y cercanía partidista.

Para realizar las pruebas de hipótesis se utilizó un análisis de regresión lineal simple. De acuerdo con Montgomery, Peck, y Vining (2012) esta técnica permite evaluar la relación lineal entre dos variables continuas para determinar en qué medida la variación en la variable dependiente se explica por la variable independiente. De este modo, se buscó reconocer hasta qué grado la negatividad en las noticias influye en la confianza en las instituciones, utilizando los datos reportados en la encuesta.

Respecto a los datos obtenidos a través del análisis de contenido, se reportan los resultados sobre prensa y televisión. En primer lugar, se expone la información descriptiva acerca de la proporción de notas negativas, positivas y neutras, para después identificar rasgos positivos o negativos

respecto a la tonalidad, competencia, y conflictividad en ambos medios. En un segundo momento, se modela la relación entre los contenidos negativos hallados en el análisis de contenido, el grado de exposición por parte de los encuestados a los medios analizados y los niveles de confianza reportados por éstos. Dichos modelos se llevan a cabo para la ola 2 y la ola 3.

5.1 Resultados de la encuesta

Para responder a la pregunta de investigación relacionada con los niveles de confianza en las Instituciones, se pidió a los encuestados que indicaran qué tanta confianza tenían en distintos actores e Instituciones: el Presidente de la República, el Gobierno federal, el Congreso de la Unión, los Partidos políticos, los Políticos en general, el Instituto Nacional Electoral, el sistema democrático y el proceso electoral de nuestro país, las posibles respuestas iban en una escala del 1 al 6, de Total Desconfianza a Total Confianza.

Respecto a la hipótesis de que la confianza en las Instituciones disminuye durante el proceso electoral, se encontró que los ciudadanos encuestados respondieron que se sienten más inclinados a la total desconfianza, mucha desconfianza y algo de desconfianza hacia las instituciones en la primera ola de encuestas aplicada en fechas previas a la elección: 46.4%, 19.4% y 12.1% respectivamente al tratarse del Presidente de la República; 45.9%, 23.4% y 16.4% al referirse a los Partidos políticos; 45.1%, 24.1% y 17.8% hacia los Políticos en general; 36.8%, 19.5% y 21.0% en el caso del sistema democrático en México; hacia el Gobierno Federal el 34.5% reporta total desconfianza, 22.0% mucha desconfianza y 18.4% algo de desconfianza y hacia el proceso electoral, 34.8%, 20.0%, 19.1% respectivamente.

Aunque dichos porcentajes de respuesta sufren modificaciones en cada ola, reportándose disminución en la desconfianza e incremento en la confianza en cifras moderadas a leves, la mayoría de las respuestas se ubica en el área de desconfianza, lo cual se alinea con la literatura internacional y pone en evidencia, para el caso mexicano, que la poca confianza en las instituciones y actores políticos también está presente en cifras alarmantes, pues en todos los casos se reporta por lo menos un 70% de respuestas que en el rango de total a algo de desconfianza.

Asimismo, es importante destacar que los políticos en general son aquellos en quienes se tiene más desconfianza, reportando los encuestados un 87.0% en la primera ola, que disminuyó a 85.4% en la segunda y a 81.5% en la tercera; los objetos de desconfianza en segundo lugar son los Partidos Políticos, con un 85.7% en la primera ola, que también disminuye a 84.31% en la segunda y a 80.6% en la tercera; en tercer lugar se encuentra el Presidente de la República con porcentajes de 77.9% en la primera ola, 77.2% en la segunda y 70.2%.

Estos resultados a su vez confirman los hallazgos en la literatura que indican que son las figuras políticas por encima de las instituciones sobre quienes se tiene mayor desconfianza, como se muestra en la tabla 2, debido a que los actores políticos están más expuestos ante la ciudadanía, dado que son quienes representan la parte visible y sus acciones son más fáciles de evaluar.

Tabla 2. Confianza y Desconfianza en las Instituciones

| | | Total desconfianza | Mucha desconfianza | Algo de desconfianza | Algo de confianza | Mucha confianza | Total confianza | % TOTAL |
|---|-------|-----------------------|-----------------------|-------------------------|----------------------|--------------------|--------------------|------------|
| Presidente de la República | OLA 1 | 46.4% | 19.4% | 12.1% | 13.4% | 5.7% | 3.0% | 100% |
| | OLA 2 | 44.8% | 15.6% | 16.8% | 13.7% | 6.0% | 3.1% | 100% |
| | OLA 3 | 39.7% | 14.7% | 15.8% | 18.0% | 7.4% | 4.4% | 100% |
| Partidos políticos | OLA 1 | 45.9% | 23.4% | 16.4% | 9.1% | 3.7% | 1.4% | 100% |
| | OLA 2 | 44.8% | 22.0% | 17.6% | 11.0% | 2.7% | 2.0% | 100% |
| | OLA 3 | 38.2% | 19.8% | 22.5% | 12.1% | 4.0% | 3.3% | 100% |
| Políticos en general | OLA 1 | 45.1% | 24.1% | 17.8% | 8.8% | 2.9% | 1.3% | 100% |
| | OLA 2 | 43.1% | 24.4% | 18.0% | 9.6% | 2.9% | 2.1% | 100% |
| | OLA 3 | 37.1% | 23.1% | 21.3% | 11.8% | 3.9% | 2.9% | 100% |
| Sistema Democráti co en México | OLA 1 | 36.8% | 19.5% | 21.0% | 14.6% | 6.1% | 2.0% | 100% |
| | OLA 2 | 34.1% | 21.3% | 19.1% | 15.7% | 6.1% | 3.7% | 100% |
| | OLA 3 | 21.0% | 17.8% | 23.4% | 23.7% | 8.4% | 5.7% | 100% |
| Gobierno federal | OLA 1 | 34.5% | 22.0% | 18.4% | 17.7% | 5.1% | 2.3% | 100% |
| | OLA 2 | 33.1% | 19.7% | 18.5% | 19.1% | 6.6% | 3.0% | 100% |
| | OLA 3 | 32.4% | 20.1% | 18.8% | 17.7% | 7.3% | 3.7% | 100% |
| El proceso electoral en México | OLA 1 | 34.8% | 20.0% | 19.1% | 16.8% | 5.3% | 4.0% | 100% |
| | OLA 2 | 32.8% | 18.5% | 19.3% | 17.8% | 7.4% | 4.1% | 100% |
| | OLA 3 | 16.8% | 12.6% | 22.3% | 27.5% | 11.6% | 9.3% | 100% |
| Congreso de la Unión | OLA 1 | 32.2% | 20.0% | 19.0% | 21.4% | 4.9% | 2.6% | 100% |
| | OLA 2 | 28.5% | 22.4% | 22.7% | 18.4% | 4.9% | 3.1% | 100% |
| | OLA 3 | 26.1% | 21.1% | 23.3% | 20.0% | 5.4% | 4.1% | 100% |
| Instituto Nacional Electoral | OLA 1 | 27.4% | 19.3% | 18.8% | 22.5% | 8.0% | 4.0% | 100% |
| | OLA 2 | 28.3% | 17.3% | 20.0% | 20.8% | 9.6% | 4.1% | 100% |
| | OLA 3 | 18.0% | 14.3% | 21.8% | 26.7% | 12.8% | 6.4% | 100% |

La hipótesis nula de que la confianza en las instituciones no sufre variación durante el proceso electoral se descarta, ya que dichas variaciones están presentes, sin embargo, contrario a lo esperado, dicha confianza se fue incrementando modestamente en la medición de cada ola, lo que significa que una vez pasadas las elecciones las personas encuestadas reportaron más confianza que antes de que las elecciones se llevaran a cabo.

Asimismo, se realizó un análisis de varianza ANOVA de un factor para comparar la confianza hacia las instituciones en las tres distintas olas en las cuales fueron levantados los datos y detectar diferencias estadísticamente significativas, que se pueden distinguir en la tabla 3.

En la cuarta columna de dicha tabla se observa la media para cada ola: el valor de la media se incrementa de la primera medición, previa a la elección, a la segunda, que se realizó durante el proceso electoral. Dicho incremento también es visible de la segunda a la tercera ola, que fue posterior a las elecciones. Las instituciones y figuras políticas bajo esta condición fueron Presidente de la República (M1=2.2, M2=2.3 y M3=2.5), Congreso de la Unión (M1=2.5, M2=2.6 y M3=2.7), políticos en general (M1=2.0, M2=2.1 y M3=2.3), Sistema democrático (M1=2.4, M2=2.5 y M3=3.0), y Proceso electoral (M1=2.5, M2=2.6 y M3=3.3).

En este caso, quienes tuvieron mayor incremento en sus niveles de confianza fueron el Sistema Democrático y el Proceso electoral, mientras que las medias más bajas fueron de los Políticos en general, lo que reafirma que la gente puede tener bajos niveles de confianza en ciertos actores o instituciones, sin embargo, aún considera que el sistema democrático y en este caso, el proceso electoral como parte de dicho sistema, son aspectos en los que aún se confía.

Por su parte, la media de confianza en el gobierno Federal fue de 2.4 en la primera ola, pasó a 2.6 en la segunda y mantuvo ese valor en la tercera; los Partidos políticos mantuvieron una media de 2.1 en la primer y segunda ola e incrementaron el valor de su media a 2.3 en la tercera y el Instituto Nacional Electoral tuvo una media de confianza de 2.8 en la primer y segunda olas, que se incrementó a 3.2 para la ola posterior a las elecciones.

La significancia e F fue de 0.0 para el Presidente de la República, Partidos políticos, Políticos en general, Instituto Nacional Electoral, Sistema Democrático y Proceso electoral. Al ser dicho valor menor a 0,05 esto significa que existe una diferencia estadística entre las medias de las variables. Se exceptúan de dicha condición el Gobierno Federal con una significancia de 0.1, al igual que el Congreso de la Unión.

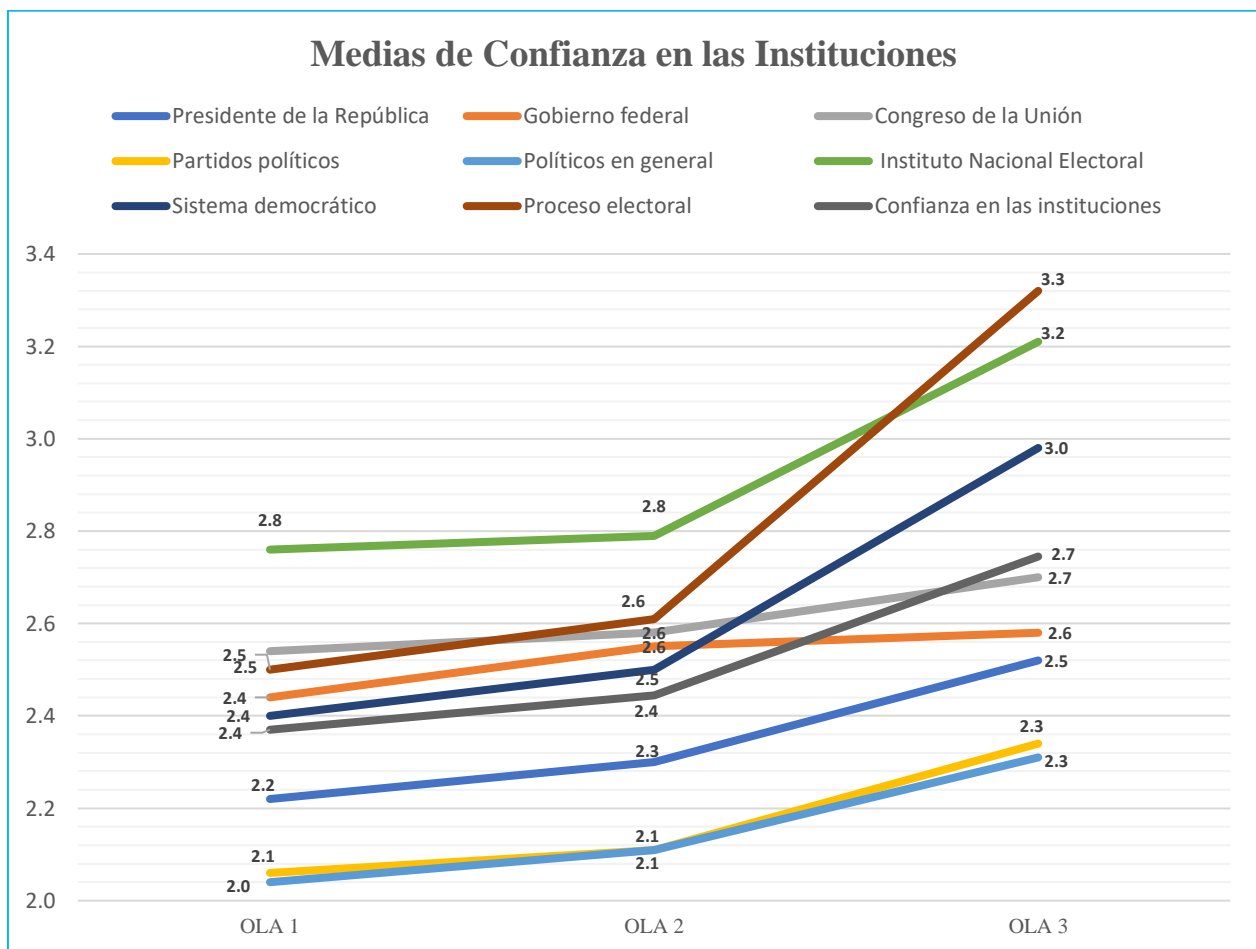
Tabla 3. Medias de Confianza por olas

| | | N | Media | Desv. Desviación | Desv. Error | 95% del intervalo de confianza para la media | | F | Sig. |
|-------------------------------------|--------------|-------------|------------|---------------------|----------------|---|--------------------|------|------|
| | | | | | | Límite inferior | Límite superior | | |
| Presidente de la República | Ola 1 | 701 | 2.2 | 1.4 | 0.1 | 2.1 | 2.3 | 7.9 | 0.0 |
| | Ola 2 | 701 | 2.3 | 1.5 | 0.1 | 2.2 | 2.4 | | |
| | Ola 3 | 701 | 2.5 | 1.5 | 0.1 | 2.4 | 2.6 | | |
| | Total | 2103 | 2.3 | 1.5 | 0.0 | 2.3 | 2.4 | | |
| Gobierno federal | Ola 1 | 701 | 2.4 | 1.4 | 0.1 | 2.3 | 2.5 | 2.1 | 0.1 |
| | Ola 2 | 701 | 2.6 | 1.4 | 0.1 | 2.4 | 2.7 | | |
| | Ola 3 | 701 | 2.6 | 1.5 | 0.1 | 2.5 | 2.7 | | |
| | Total | 2103 | 2.5 | 1.4 | 0.0 | 2.5 | 2.6 | | |
| Congreso de la Unión | Ola 1 | 701 | 2.5 | 1.4 | 0.1 | 2.4 | 2.6 | 2.4 | 0.1 |
| | Ola 2 | 701 | 2.6 | 1.4 | 0.1 | 2.5 | 2.7 | | |
| | Ola 3 | 701 | 2.7 | 1.4 | 0.1 | 2.6 | 2.8 | | |
| | Total | 2103 | 2.6 | 1.4 | 0.0 | 2.5 | 2.7 | | |
| Partidos políticos | Ola 1 | 701 | 2.1 | 1.2 | 0.0 | 2.0 | 2.1 | 9.3 | 0.0 |
| | Ola 2 | 701 | 2.1 | 1.3 | 0.0 | 2.0 | 2.2 | | |
| | Ola 3 | 701 | 2.3 | 1.4 | 0.1 | 2.2 | 2.4 | | |
| | Total | 2103 | 2.2 | 1.3 | 0.0 | 2.1 | 2.2 | | |
| Políticos en general | Ola 1 | 701 | 2.0 | 1.2 | 0.0 | 2.0 | 2.1 | 8.4 | 0.0 |
| | Ola 2 | 701 | 2.1 | 1.3 | 0.0 | 2.0 | 2.2 | | |
| | Ola 3 | 701 | 2.3 | 1.3 | 0.1 | 2.2 | 2.4 | | |
| | Total | 2103 | 2.2 | 1.3 | 0.0 | 2.1 | 2.2 | | |
| Instituto Nacional Electoral | Ola 1 | 701 | 2.8 | 1.5 | 0.1 | 2.7 | 2.9 | 20.7 | 0.0 |
| | Ola 2 | 701 | 2.8 | 1.5 | 0.1 | 2.7 | 2.9 | | |
| | Ola 3 | 701 | 3.2 | 1.5 | 0.1 | 3.1 | 3.3 | | |
| | Total | 2103 | 2.9 | 1.5 | 0.0 | 2.9 | 3.0 | | |
| Sistema Democrático en México | Ola 1 | 701 | 2.4 | 1.4 | 0.1 | 2.3 | 2.5 | 33.7 | 0.0 |
| | Ola 2 | 701 | 2.5 | 1.4 | 0.1 | 2.4 | 2.6 | | |
| | Ola 3 | 701 | 3.0 | 1.5 | 0.1 | 2.9 | 3.1 | | |
| | Total | 2103 | 2.6 | 1.4 | 0.0 | 2.6 | 2.7 | | |
| Proceso electoral | Ola 1 | 701 | 2.5 | 1.4 | 0.1 | 2.4 | 2.6 | 64.3 | 0.0 |
| | Ola 2 | 701 | 2.6 | 1.5 | 0.1 | 2.5 | 2.7 | | |
| | Ola 3 | 701 | 3.3 | 1.5 | 0.1 | 3.2 | 3.4 | | |
| | Total | 2103 | 2.8 | 1.5 | 0.0 | 2.7 | 2.9 | | |

Es importante destacar que el proceso electoral en cuestión constituyó un catalizador en favor de la confianza, aunque en cifras moderadas, como se evidencia en la Gráfica 1. Las variaciones en las medias representan un incremento en la confianza que resulta más evidente en la ola 3.

En vista de que, como se explicó en el marco teórico, la confianza política se refiere a la evaluación ciudadana sobre actores e instituciones, una explicación plausible sobre su incremento después de la jornada electoral podría relacionarse con la valoración positiva de los ciudadanos encuestados hacia los resultados de las elecciones o bien por el tratamiento de las notas una vez pasadas las elecciones.

Gráfica 1. Medias de Confianza por instituciones



Otra variable medida fue el consumo mediático, tanto en prensa como en televisión. Para el primer medio se utilizó el reactivo en el cual se pregunta a los encuestados por la frecuencia de utilización de periódicos en papel, pudiendo elegir las opciones de 0 a 7 días de la semana. El porcentaje de entrevistados que no lee periódicos en papel se redujo del 31.2% en la primera ola del levantamiento de datos, al 29.8% tanto en la segunda como en la tercera ola. Aquellos que leen periódicos de 1 a 4 veces a la semana representan al 15% de la muestra en la ola 1, el 13.4% en la ola 2 y 14.3% en la tercera ola. Quienes leen periódicos de 5 a 7 veces por semana son el 11.1% de la población encuestada, correspondiente a la primera ola; en la segunda ola representan el 10.8% y en la tercera, el 9.1%, como se describe en la Tabla 3.

Tabla 4. Utilización de periódicos en papel

| Días a la semana | OLA 1 | | OLA 2 | | OLA 3 | |
|------------------|-------|------|-------|------|-------|------|
| | N | % | N | % | N | % |
| 0 | 219 | 31.2 | 209.0 | 29.8 | 209.0 | 29.8 |
| 1 | 105 | 15.0 | 94.0 | 13.4 | 100.0 | 14.3 |
| 2 | 74 | 10.6 | 90.0 | 12.8 | 89.0 | 12.7 |
| 3 | 79 | 11.3 | 86.0 | 12.3 | 77.0 | 11.0 |
| 4 | 43 | 6.1 | 48.0 | 6.9 | 58.0 | 8.3 |
| 5 | 78 | 11.1 | 76.0 | 10.8 | 64.0 | 9.1 |
| 6 | 28 | 4.0 | 27.0 | 3.9 | 34.0 | 4.9 |
| 7 | 75 | 10.7 | 71.0 | 10.1 | 70.0 | 10.0 |
| Total | 701 | 100 | 701 | 100 | 701 | 100 |

Se realizó también un análisis sobre los niveles de confianza que reportan los encuestados en relación con la frecuencia en que utilizan periódicos, tomando en consideración que “los estudios indican que la dependencia de un medio particular impacta las actitudes políticas”, (Moy, Pfau, & Kahlor, 1999, p. 139), por lo que se consideró necesario reportar la confianza expresada

diferenciando a aquellos más dependientes a cada medio de quienes incluso indican que no consumen noticias a través de los medios elegidos en esta investigación.

Para este reporte de resultados, los encuestados fueron divididos en: No lectores, haciendo referencia a aquellos que reportaron no leer periódicos; *Light Users*, aquellos encuestados que leen periódicos de 1 a 4 veces por semana y *Heavy Users*, quienes leen periódicos desde 5 hasta 7 días a la semana (Enoch & Johnson, 2010; Urban, 1980).

Como puede revisarse en las Tablas 4, 5 y 6, se encontró que, si bien la media de confianza entre los tipos de lectores de prensa no varía considerablemente, los No lectores confían menos en las Instituciones y la media de confianza para este caso se incrementó levemente del primer al último levantamiento de datos (fue de 2.09 en la primera ola a 2.16 en la segunda y 2.32 en la tercera).

En el caso de los *Light Users*, es decir aquellos que leen periódicos de 1 a 4 veces a la semana, la media de confianza disminuyó de 2.46 a 2.44 de la primer a la segunda ola, para incrementarse en la tercera hasta el 2.80.

Finalmente, los *Heavy Users* reportaron una media de confianza superior a los otros dos tipos de lectores, la cual además sufrió cambios considerables al disminuir del 2.56 al 2.48 de la primera a la segunda ola y al aumentar hasta el 3.18 en el levantamiento de datos posterior a las elecciones.

Al analizar las diferencias entre medias de la confianza política entre los grupos (Tablas 4, 5 y 6), se observó que los extremos son siempre consistentes: el grupo de “no lectores” y el grupo de “*heavy users*” respectivamente. Estos datos nos indican que cuando existe una mayor exposición a la prensa, la media de confianza en las Instituciones también es mayor, es decir que quienes están más informados, confían más.

Esto es indicativo de que efectivamente los ciudadanos consumidores de noticias a través de la prensa son susceptibles a los mensajes de los medios, aunque en este caso su utilización se asocia positivamente con la confianza, lo cual brinda elementos en favor de la teoría del círculo virtuoso.

Por su parte, una prueba ANOVA reveló que en cada ola el nivel de significancia es menor de 0,05 ($p=0.0$) y es constante a lo largo de las observaciones, lo cual cumple con el principio de homocedasticidad de los modelos de regresión lineales. Además, tener una varianza constante y con un valor bajo significa que el modelo cuenta con un nivel de predicción más fiable.

Tabla 5. Confianza en las Instituciones por tipo de lector ola 1

| | N | Media | Desv. Desv. | Desv. Error | 95% del intervalo de confianza para la media | | F | Sig. |
|-------------------|-----|-------|-------------|-------------|--|-----------------|------|------|
| | | | | | Límite inferior | Límite superior | | |
| No lectores | 219 | 2.1 | 0.9 | 0.1 | 2.0 | 2.2 | 10.2 | 0.0 |
| Soft Users (1a4) | 301 | 2.5 | 1.2 | 0.1 | 2.3 | 2.6 | | |
| Heavy Users (5a7) | 181 | 2.6 | 1.3 | 0.1 | 2.4 | 2.8 | | |
| Total | 701 | 2.4 | 1.2 | 0.0 | 2.3 | 2.5 | | |

Tabla 6. Confianza en las Instituciones por tipo de lector ola 2

| | N | Media | Desv. Desv. | Desv. Error | 95% del intervalo de confianza para la media | | F | Sig. |
|-------------------|-----|-------|-------------|-------------|--|-----------------|------|------|
| | | | | | Límite inferior | Límite superior | | |
| No lectores | 209 | 2.2 | 1.0 | 0.1 | 2.0 | 2.3 | 13.3 | 0.0 |
| Soft Users (1a4) | 318 | 2.4 | 1.1 | 0.1 | 2.3 | 2.6 | | |
| Heavy Users (5a7) | 174 | 2.8 | 1.4 | 0.1 | 2.6 | 3.0 | | |
| Total | 701 | 2.4 | 1.2 | 0.0 | 2.4 | 2.5 | | |

Tabla 7. Confianza en las Instituciones por tipo de lector ola 3

| | N | Media | Desv. Desv. | Desv. Error | 95% del intervalo de confianza para la media | | F | Sig. |
|----------------------|------------|------------|----------------|----------------|---|--------------------|------|------|
| | | | | | Límite inferior | Límite superior | | |
| No lectores | 209 | 2.3 | 1.0 | 0.1 | 2.2 | 2.5 | | |
| Soft Users (1a4) | 324 | 2.8 | 1.1 | 0.1 | 2.7 | 2.9 | | |
| Heavy Users (5a7) | 168 | 3.2 | 1.4 | 0.1 | 3.0 | 3.4 | 26.2 | 0.0 |
| Total | 701 | 2.7 | 1.2 | 0.0 | 2.7 | 2.8 | | |

Para poner a prueba la Hipótesis 1 en la que se establece que una mayor exposición a información política negativa durante los procesos electorales, produce un menor nivel de confianza de los ciudadanos en las instituciones políticas, se revisaron las diferencias entre las condiciones de los distintos grupos de lectores y no lectores de noticias.

Con el fin de probar si existían diferencias significativas entre las medias de los grupos también se utilizó una prueba ANOVA de un factor (Tablas 7, 8 y 9) a través de la cual no se revelaron diferencias estadísticamente significativas, exceptuando el caso del Instituto Nacional Electoral ($p > 0.1$) en la primera ola, por lo cual se puede concluir que no todas las medias de grupo son iguales en la población (es decir, al menos una media de grupo es diferente a la media de otro grupo).

Tabla 8. ANOVA Ola 1

| | | Suma de cuadrados | gl | Media cuadrática | F | Sig. |
|--|------------------|----------------------|-----|---------------------|------|------|
| Presidente de la República | Entre grupos | 29.8 | 2 | 14.9 | 7.3 | 0.0 |
| | Dentro de grupos | 1419.2 | 698 | 2.0 | | |
| | Total | 1449.0 | 700 | | | |
| Gobierno federal | Entre grupos | 24.6 | 2 | 12.3 | 6.7 | 0.0 |
| | Dentro de grupos | 1288.0 | 698 | 1.8 | | |
| | Total | 1312.6 | 700 | | | |
| Congreso de la Unión | Entre grupos | 24.7 | 2 | 12.3 | 6.5 | 0.0 |
| | Dentro de grupos | 1321.3 | 698 | 1.9 | | |
| | Total | 1345.9 | 700 | | | |
| Partidos políticos | Entre grupos | 34.1 | 2 | 17.0 | 11.3 | 0.0 |
| | Dentro de grupos | 1050.8 | 698 | 1.5 | | |
| | Total | 1084.8 | 700 | | | |
| Políticos en general | Entre grupos | 32.1 | 2 | 16.0 | 11.4 | 0.0 |
| | Dentro de grupos | 979.7 | 698 | 1.4 | | |
| | Total | 1011.8 | 700 | | | |
| Instituto Nacional Electoral | Entre grupos | 10.4 | 2 | 5.2 | 2.4 | 0.1 |
| | Dentro de grupos | 1487.7 | 698 | 2.1 | | |
| | Total | 1498.2 | 700 | | | |
| Sistema democrático en México | Entre grupos | 50.0 | 2 | 25.0 | 13.8 | 0.0 |
| | Dentro de grupos | 1263.7 | 698 | 1.8 | | |
| | Total | 1313.8 | 700 | | | |
| Proceso electoral | Entre grupos | 24.8 | 2 | 12.4 | 6.0 | 0.0 |
| | Dentro de grupos | 1432.4 | 698 | 2.1 | | |
| | Total | 1457.2 | 700 | | | |

Tabla 9 ANOVA Ola 2

| | | Suma de cuadrados | gl | Media cuadrática | F | Sig. |
|--|------------------|----------------------|-----|---------------------|-------|------|
| Presidente de la República | Entre grupos | 39.5 | 2 | 19.7 | 9.54 | 0.0 |
| | Dentro de grupos | 1443.6 | 698 | 2.1 | | |
| | Total | 1483.1 | 700 | | | |
| Gobierno federal | Entre grupos | 28.4 | 2 | 14.2 | 7.06 | 0.0 |
| | Dentro de grupos | 1404.8 | 698 | 2.0 | | |
| | Total | 1433.2 | 700 | | | |
| Congreso de la Unión | Entre grupos | 30.9 | 2 | 15.5 | 8.53 | 0.0 |
| | Dentro de grupos | 1265.8 | 698 | 1.8 | | |
| | Total | 1296.7 | 700 | | | |
| Partidos políticos | Entre grupos | 54.4 | 2 | 27.2 | 17.63 | 0.0 |
| | Dentro de grupos | 1077.3 | 698 | 1.5 | | |
| | Total | 1131.8 | 700 | | | |
| Políticos en general | Entre grupos | 42.9 | 2 | 21.5 | 14.07 | 0.0 |
| | Dentro de grupos | 1064.4 | 698 | 1.5 | | |
| | Total | 1107.3 | 700 | | | |
| Instituto Nacional Electoral | Entre grupos | 32.9 | 2 | 16.5 | 7.55 | 0.0 |
| | Dentro de grupos | 1523.0 | 698 | 2.2 | | |
| | Total | 1555.9 | 700 | | | |
| Sistema democrático en México | Entre grupos | 42.7 | 2 | 21.4 | 10.64 | 0.0 |
| | Dentro de grupos | 1400.5 | 698 | 2.0 | | |
| | Total | 1443.2 | 700 | | | |
| Proceso electoral | Entre grupos | 28.3 | 2 | 14.1 | 6.54 | 0.0 |
| | Dentro de grupos | 1508.6 | 698 | 2.2 | | |
| | Total | 1536.9 | 700 | | | |

Tabla 10 ANOVA Ola 3

| | | Suma de cuadrados | gl | Media cuadrática | F | Sig. |
|--|------------------|----------------------|-----|---------------------|-------|------|
| Presidente de la República | Entre grupos | 64.8 | 2 | 32.4 | 14.11 | 0.0 |
| | Dentro de grupos | 1602.2 | 698 | 2.3 | | |
| | Total | 1667.0 | 700 | | | |
| Gobierno federal | Entre grupos | 61.1 | 2 | 30.6 | 14.92 | 0.0 |
| | Dentro de grupos | 1429.1 | 698 | 2.0 | | |
| | Total | 1490.2 | 700 | | | |
| Congreso de la Unión | Entre grupos | 63.0 | 2 | 31.5 | 16.84 | 0.0 |
| | Dentro de grupos | 1306.5 | 698 | 1.9 | | |
| | Total | 1369.5 | 700 | | | |
| Partidos políticos | Entre grupos | 110.3 | 2 | 55.2 | 32.19 | 0.0 |
| | Dentro de grupos | 1196.2 | 698 | 1.7 | | |
| | Total | 1306.5 | 700 | | | |
| Políticos en general | Entre grupos | 101.5 | 2 | 50.7 | 31.17 | 0.0 |
| | Dentro de grupos | 1136.0 | 698 | 1.6 | | |
| | Total | 1237.4 | 700 | | | |
| Instituto Nacional Electoral | Entre grupos | 69.3 | 2 | 34.7 | 16.63 | 0.0 |
| | Dentro de grupos | 1454.6 | 698 | 2.1 | | |
| | Total | 1523.9 | 700 | | | |
| Sistema democrático en México | Entre grupos | 55.7 | 2 | 27.8 | 13.70 | 0.0 |
| | Dentro de grupos | 1419.0 | 698 | 2.0 | | |
| | Total | 1474.7 | 700 | | | |
| Proceso electoral | Entre grupos | 50.1 | 2 | 25.0 | 11.35 | 0.0 |
| | Dentro de grupos | 1539.1 | 698 | 2.2 | | |
| | Total | 1589.1 | 700 | | | |

Para probar la hipótesis de que a mayor exposición a información política negativa durante los procesos electorales existe un menor nivel de confianza de los ciudadanos en las instituciones políticas, se construyeron modelos con dos reactivos de la encuesta: a través del primero se le preguntó al encuestado si consideraba que existía mucha cobertura sensacionalista o amarillista en los medios y con el segundo reactivo utilizado, se preguntó si los medios de comunicación ponían demasiado énfasis en los conflictos entre los partidos políticos. En ambos casos, se tuvo la

posibilidad de contestar a través de una escala del 1 al 6 donde 1 significaba Totalmente en desacuerdo y 6 Totalmente de acuerdo. Asimismo, se incluyeron variables como edad, género, ingresos, nivel de estudios y cercanía partidista.

En el primer modelo de la Tabla 10 sólo la edad de los encuestados está asociada negativamente a la confianza ($\beta=-0.13$), además de la cercanía partidista ($\beta=-0.21$), lo que significa que a mayor edad y entre mayor sea la cercanía partidista del encuestado, se incrementa la desconfianza. El segundo modelo agrega a las variables demográficas la variable “Cobertura sensacionalista o amarillista”. Los datos reportan una relación significativa en sentido negativo entre ésta y la Confianza ($\beta=-0.13$), esto quiere decir que cuando los medios realizan una cobertura negativa de la información durante las campañas electorales, dicha cobertura provoca el incremento de la desconfianza.

Al integrar en el tercer modelo (Tabla 10) la variable “énfasis en los conflictos entre partidos políticos”, continúa presente una relación significativa en sentido negativo con la variable “Cobertura sensacionalista o amarillista” ($\beta= -0.17$). Sin embargo, la variable “énfasis en los conflictos entre partidos políticos”, además de reportar una relación significativa en sentido positivo, ésta no resulta de gran peso para esta primera ola ($\beta= -0.09$), lo cual significa que la variable que más explica el decremento de confianza es la cobertura mediática sensacionalista o amarillista, mientras que el reportar el énfasis en conflictos entre los partidos políticos resulta incluso positivo para la confianza entre las instituciones.

Tabla 11 Variables explicativas de la confianza institucional OLA 1

| VARIABLE | Modelo 1 | | | Modelo 2 | | | Modelo 3 | | |
|--|----------|-------------|----------|----------|-------------|----------|----------|-------------|----------|
| | <i>B</i> | <i>SE B</i> | β | <i>B</i> | <i>SE B</i> | β | <i>B</i> | <i>SE B</i> | β |
| Edad | -0.01 | 0.00 | -0.13** | -0.01 | 0.00 | -0.13** | -0.01 | 0.00 | -0.13** |
| Género | 0.00 | 0.09 | 0.00 | -0.01 | 0.09 | 0.00 | -0.02 | 0.09 | -0.01 |
| Ingreso | 0.09 | 0.06 | 0.07 | 0.08 | 0.05 | 0.07 | 0.08 | 0.05 | 0.06 |
| Nivel de estudios | -0.10 | 0.07 | -0.06 | -0.10 | 0.07 | -0.06 | -0.10 | 0.07 | -0.06 |
| Cercanía partidista | -0.06 | 0.01 | -0.21*** | -0.06 | 0.01 | -0.19*** | -0.06 | 0.01 | -0.19*** |
| Negatividad | | | | | | | | | |
| Cobertura sensacionalista o amarillista | | | | -0.14 | 0.04 | -0.13** | -0.18 | 0.05 | -0.17** |
| Énfasis en los conflictos entre los partidos políticos | | | | | | | 0.09 | 0.04 | 0.09 |
| R² | | 0.06 | | | 0.08 | | | 0.08 | |
| ΔR^2 | | 0.05 | | | 0.07 | | | 0.07 | |

Nota: *p<.05, **p<.01, ***p<.001

En la segunda ola, reportada en la Tabla 11, las variables demográficas que presentan resultados significativos siguen siendo edad ($\beta=-0.15$) y cercanía partidista ($\beta=-0.23$), en sentido negativo.

La variable “Cobertura sensacionalista o amarillista” en este segundo levantamiento de datos también tiene significancia en sentido negativo ($\beta= -0.21$), lo que indica que la confianza institucional disminuye en relación con este tipo de cobertura mediática, su valor varía de $\beta= -0.13$ en el segundo modelo de la primera ola, a $\beta= -0.21$ en la segunda ola, cuando ya las campañas habían comenzado. En el tercer modelo, al que se agrega la variable “énfasis en los conflictos entre partidos políticos”, la cobertura sensacionalista o amarillista incrementa un poco su significancia negativa, que alcanza el valor de $\beta= -0.23$, en tanto “la cobertura con énfasis en conflictos partidistas” no alcanza una significancia considerable ($\beta= 0.04$), aunque su signo sigue siendo positivo como en la primera ola.

Tabla 12. Variables explicativas de la confianza institucional OLA 2

| VARIABLE | Modelo 1 | | | Modelo 2 | | | Modelo 3 | | |
|--|----------|-------------|----------|----------|-------------|----------|----------|-------------|----------|
| | <i>B</i> | <i>SE B</i> | β | <i>B</i> | <i>SE B</i> | β | <i>B</i> | <i>SE B</i> | β |
| Edad | -0.01 | 0.00 | -0.15** | -0.01 | 0.00 | -0.14** | -0.01 | 0.00 | -0.14** |
| Género | -0.07 | 0.10 | -0.03 | -0.06 | 0.09 | -0.02 | -0.05 | 0.09 | -0.02 |
| Ingreso | 0.01 | 0.06 | 0.01 | 0.02 | 0.06 | 0.01 | 0.01 | 0.06 | 0.01 |
| Nivel de estudios | -0.03 | 0.07 | -0.02 | -0.01 | 0.07 | -0.01 | -0.01 | 0.07 | -0.01 |
| Cercanía partidista | -0.07 | 0.01 | -0.23*** | -0.07 | 0.01 | -0.22*** | -0.07 | 0.01 | -0.22*** |
| Negatividad | | | | | | | | | |
| Cobertura sensacionalista o amarillista | | | | -0.24 | 0.04 | -0.21*** | -0.26 | 0.05 | -0.23*** |
| Énfasis en los conflictos entre los partidos políticos | | | | | | | 0.05 | 0.05 | 0.04 |
| R² | | 0.07 | | | 0.11 | | | 0.12 | |
| ΔR^2 | | 0.06 | | | 0.11 | | | 0.11 | |

Nota: *p<.05, **p<.01, ***p<.001

Para la tercera ola, explicada en la Tabla 12, la edad ($\beta = -0.2$) y la cercanía partidista ($\beta = -0.2$) se mantienen como las variables demográficas con mayor nivel de significancia, con una relación negativa respecto a la variable Confianza Institucional en el primer modelo. De igual forma, la cobertura sensacionalista o amarillista se mantiene como significativa y relevante tanto en el segundo modelo ($\beta = -0.13$) como en el tercero ($\beta = -0.11$), aunque cabe destacar que el valor de esta variable disminuye de la segunda ola (durante la campaña) a la medición en la tercera ola (una vez pasadas las elecciones). Estos primeros resultados serán complementados con la información del análisis de contenido y que buscará establecer si existe una tendencia negativa en los reportes de noticias.

Tabla 13. Variables explicativas de la confianza institucional OLA 3

| VARIABLE | Modelo 1 | | | Modelo 2 | | | Modelo 3 | | |
|--|----------|-------------|----------|----------|-------------|----------|----------|-------------|----------|
| | <i>B</i> | <i>SE B</i> | β | <i>B</i> | <i>SE B</i> | β | <i>B</i> | <i>SE B</i> | β |
| Edad | -0.02 | 0.00 | -0.18** | -0.02 | 0.00 | -0.17** | -0.02 | 0.00 | -0.17** |
| Género | 0.04 | 0.09 | 0.02 | 0.07 | 0.09 | 0.03 | 0.07 | 0.09 | 0.03 |
| Ingreso | 0.02 | 0.06 | 0.01 | 0.03 | 0.06 | 0.02 | 0.03 | 0.06 | 0.02 |
| Nivel de estudios | 0.01 | 0.07 | 0.01 | 0.02 | 0.07 | 0.01 | 0.02 | 0.07 | 0.01 |
| Cercanía partidista | -0.06 | 0.01 | -0.20*** | -0.06 | 0.01 | -0.20*** | -0.06 | 0.01 | -0.20*** |
| Negatividad | | | | | | | | | |
| Cobertura sensacionalista o amarillista | | | | -0.14 | 0.04 | -0.13** | -0.12 | 0.05 | -0.11** |
| Énfasis en los conflictos entre los partidos políticos | | | | | | | -0.03 | 0.05 | -0.02 |
| R^2 | | 0.07 | | | 0.09 | | | 0.09 | |
| ΔR^2 | | 0.06 | | | 0.08 | | | 0.08 | |

Nota: * $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

Los datos obtenidos en la encuesta permiten confirmar la existencia de una desconfianza generalizada de los mexicanos hacia casi todas las instituciones políticas, excepto por aquellas encargadas con los asuntos electorales y que organizan parte de la vida democrática del país. Sin embargo, al analizar las variaciones en los niveles de confianza de un levantamiento de datos al otro, los cambios resultan ligeramente positivos.

Al realizar un análisis entre la influencia de otras variables sobre la confianza en las instituciones, se encontró que la disminución de confianza está explicada mayormente por la edad y la cercanía

partidista. El nivel explicativo de las variables mediáticas en estos modelos no es muy alto y sólo la cobertura sensacionalista o amarillista hace disminuir la confianza.

5.2 Análisis de contenido

En la búsqueda por brindar una explicación más robusta respecto a la influencia de la cobertura mediática en la confianza sobre las instituciones, se llevó a cabo un análisis de contenido de las noticias emitidas tanto en prensa como en televisión durante la campaña electoral a la presidencia de México de 2018. Para ello, se llevó a cabo una recolección de forma manual, recuperando las piezas informativas de las fechas consideradas para la muestra. En cada caso, se identificaba que las noticias tuvieran información sobre un proceso electoral, ya sea de los candidatos o los acontecimientos, tales como mítines, declaraciones, etc.

En el caso del análisis de contenido de la prensa, que se describe a continuación, se tomaron en cuenta las noticias emitidas en los periódicos El Universal (N=183, 16.3%), Excélsior (N=138, 12.3%), La Jornada (N=248, 22.1%), Reforma (N=183, 16.3%), Milenio (N=169, 15.1%) y en el caso de la televisión fueron 649 notas provenientes de Televisa (N=227, 35.0%), TV Azteca (N=181, 27.9%) e Imagen TV (N=241, 37.1%).

5.2.1 Análisis de contenido, Prensa

El análisis de contenido de la prensa reveló que en una buena parte de las notas no se encuentran rasgos ya sea positivos o negativos respecto a la tonalidad, competencia, o conflictividad. En el

81.35% de las notas analizadas no es posible encontrar elementos que inclinen la balanza hacia un tratamiento negativo o positivo. Esto indica en primer lugar que en los periódicos analizados no existe un predominio de contenido negativo.

Sin embargo, de aquellas notas en las que el análisis de contenido permitió reconocer una orientación positiva o negativa, el 8.7% tuvo una tonalidad positiva, es decir que la noticia se encuadraba como un éxito, logro, mejora, esperanza o ganancia y el 14.2% tuvo una tonalidad negativa lo que significa que la noticia se encuadraba como fracaso político, crisis, frustración o decepción (Tabla 13).

En cuanto al indicador de competencia, las notas en las que había ataques y críticas a partir de incompetencia o conducta inapropiada de los actores políticos constituyeron el 22.6% de la muestra y aquellas en las que se hablaba de su capacidad, competencia o se aclamaba al actor político sumaron un total del 2.1% (Tabla 16). Respecto a la conflictividad, el 5.9% de las notas reportó los hechos como conflictos entre actores políticos y sólo el 2.3% los describió como consensos entre las partes.

Tabla 14. Proporción de notas positivas vs negativas

| | | N | % |
|----------------|-----------|----------|----------|
| Tonalidad | Negativo | 131 | 14.2% |
| | Positivo | 80 | 8.7% |
| | No aplica | 710 | 77.1% |
| Competencia | Negativo | 208 | 22.6% |
| | Positivo | 19 | 2.1% |
| | No aplica | 694 | 75.4% |
| Conflictividad | Conflicto | 5.9% | 6.0 |
| | Consenso | 2.3% | 2.3 |
| | No aplica | 91.9% | 91.6 |

Al analizar cada una de las variables con las que se midió la negatividad en los contenidos de prensa, el periódico La Jornada presentó un mayor porcentaje de notas en tono negativo (28.2%), seguido por el periódico Reforma (25.7%), aunque también los porcentajes más altos de noticias en tono positivo fueron obtenidos por La Jornada 14.5%, Reforma 12.0% y Milenio 10.7% (Tabla 14). Esto indica que, a pesar de que el tratamiento de las noticias en su mayoría no tiene tonalidad positiva o negativa, dos rotativos (La Jornada y Reforma) reinciden en no presentar sus notas de una manera neutral.

Tabla 15. Tonalidad en Prensa

| Rotativo | Tonalidad | | | | | | Total | |
|--------------|-----------|-------|----------|-------|-----------|-------|-------|------|
| | Negativo | % | Positivo | % | No aplica | % | | |
| El Universal | 6 | 3.3% | 2 | 1.1% | 175 | 95.6% | 183 | 100% |
| Excelsior | 1 | 0.7% | 2 | 1.4% | 135 | 97.8% | 138 | 100% |
| La Jornada | 70 | 28.2% | 36 | 14.5% | 142 | 57.3% | 248 | 100% |
| Reforma | 47 | 25.7% | 22 | 12.0% | 114 | 62.3% | 183 | 100% |
| Milenio | 7 | 4.1% | 18 | 10.7% | 144 | 85.2% | 169 | 100% |
| Total | 131 | 14.2% | 80 | 8.7% | 710 | 77.1% | 921 | 100% |

En cuanto al indicador de Conflictividad, los porcentajes de conflicto y consenso son menores en relación con el resultado obtenido respecto a la Tonalidad de las notas. Sin embargo, como se observa en la Tabla 15, sigue siendo La Jornada el periódico con el porcentaje más alto de notas presentadas en términos de conflicto (8.9% para cada caso), mientras que Milenio alcanza ese mismo porcentaje (8.9%) y también destaca al presentar el 5.3% de su contenido en términos de consenso.

Tabla 16. Conflictividad en Prensa

| Rotativo | Conflictividad | | | | | | Total | |
|--------------|----------------|------|----------|------|-----------|-------|-------|------|
| | Conflicto | % | Consenso | % | No aplica | % | | |
| El Universal | 10 | 5.5% | 1 | 0.5% | 172 | 94.0% | 183 | 100% |
| Excelsior | 0 | 0.0% | 1 | 0.7% | 137 | 99.3% | 138 | 100% |
| La Jornada | 22 | 8.9% | 8 | 3.2% | 218 | 87.9% | 248 | 100% |
| Reforma | 7 | 3.8% | 2 | 1.1% | 174 | 95.1% | 183 | 100% |
| Milenio | 15 | 8.9% | 9 | 5.3% | 145 | 85.2% | 169 | 100% |
| Total | 54 | 5.9% | 21 | 8.7% | 846 | 91.9% | 921 | 100% |

La Tabla 16 muestra que los resultados en el caso del indicador de Competencia son mayores, en comparación con los anteriores indicadores analizados. El universal presenta al 28.4% de sus notas en sentido negativo, mientras que La Jornada y Periódico Reforma tienen porcentajes de 26.6% y 25.1% respectivamente.

Tabla 17. Competencia en Prensa

| Rotativo | Competencia | | | | | | Total | |
|--------------|-------------|-------|----------|------|-----------|-------|-------|------|
| | Negativo | % | Positivo | % | No aplica | % | | |
| El Universal | 52 | 28.4% | 3 | 1.6% | 128 | 69.9% | 183 | 100% |
| Excelsior | 13 | 9.4% | 5 | 3.6% | 120 | 87.0% | 138 | 100% |
| La Jornada | 66 | 26.6% | 3 | 1.2% | 179 | 72.2% | 248 | 100% |
| Reforma | 46 | 25.1% | 4 | 2.2% | 133 | 72.7% | 183 | 100% |
| Milenio | 31 | 18.3% | 4 | 2.4% | 134 | 79.3% | 169 | 100% |
| Total | 208 | 22.6% | 19 | 2.1% | 694 | 75.4% | 921 | 100% |

Respecto a estos 3 indicadores, sólo la tonalidad y la competencia muestran porcentajes por encima del 20% y son los periódicos La Jornada, Reforma y Milenio quienes presentan los porcentajes más altos en contenido asociado a la variable negatividad.

5.2.2 Análisis de contenido Televisión

Como ya se explicó en la sección metodológica, los datos de este análisis provienen de 365 notas periodísticas presentadas durante los noticiarios matutinos que constituían el 56% de la muestra y 284 provenientes de los noticiarios nocturnos, que representaban al 44% del total. Del total de notas periodísticas analizadas, 227 se transmitieron en Televisa, 181 en TV Azteca y 241 en Imagen TV.

Tabla 18. Origen de las notas periodísticas en Televisión

| | | Televisa | | TV Azteca | | Imagen TV | | Total |
|---------------------|-------|----------|-----|-----------|-----|-----------|-----|-------|
| | | | % | | % | | % | |
| Turno del noticiero | Día | 128 | 35% | 103 | 28% | 134 | 37% | 365 |
| | Noche | 99 | 35% | 78 | 27% | 107 | 38% | 284 |
| Total | | 227 | 35% | 181 | 28% | 241 | 37% | 649 |

Es importante recordar que, para fines de esta investigación, que se centra en los contenidos negativos de la cobertura mediática, únicamente se tomaron en cuenta las variables de tonalidad, competencia y conflictividad. En el primer caso, se pidió a los codificadores que se determinara si la tonalidad de la nota periodística era positiva o negativa, aunque en caso de que no se detectara dicha tonalidad se podía elegir la opción no aplica. Respecto a la competencia, también se identificó si su presencia en las notas era positiva, negativa o si para el codificador esa categoría no aplicaba,

finalmente para codificar la variable conflictividad, se tenía que revisar si en la nota aparecía el conflicto o el consenso y de igual modo estaba disponible la opción “no aplica”.

Respecto a la variable Tonalidad, como se observa en la Tabla 19, en el 86.6% de las notas analizadas no fue posible determinar que hubiese un tono negativo o positivo, lo cual representa un porcentaje considerable. La ausencia de una tonalidad que pudiera identificarse como positiva o negativa fue del 91.6% para las notas de Televisa, 81.8% para las notas de TV Azteca y 85.5% para las de Imagen TV.

Una tonalidad positiva fue identificada en el 13.8% de las notas de TV Azteca, en el 9.1% de las de Imagen TV y en el 5.3% de las notas de Televisa, mientras que la tonalidad negativa solo estuvo presente en el 5.4% de las notas de Imagen TV, el 4.4% de las notas de TV Azteca y el 3.1% de las notas de Televisa.

Tabla 19. Tonalidad por Televisora

| Televisora | Tonalidad | | | | | | Total |
|------------|-----------|------|----------|-------|-----------|-------|-------|
| | Negativo | | Positivo | | No aplica | | |
| | N | % | N | % | N | % | |
| Televisa | 7 | 3.1% | 12 | 5.3% | 208 | 91.6% | 227 |
| TV Azteca | 8 | 4.4% | 25 | 13.8% | 148 | 81.8% | 181 |
| Imagen TV | 13 | 5.4% | 22 | 9.1% | 206 | 85.5% | 241 |
| Total | 28 | 4.3% | 59 | 9.1% | 562 | 86.6% | 649 |

En el caso de la variable competencia, la Tabla 20 muestra que existe también una buena cantidad de notas en las que no se puede determinar que exista un tratamiento positivo, aclamando a una figura política, describiendo su capacidad o competencia, y tampoco puede decirse que hay un alto porcentaje de contenido negativo, es decir notas en las que prevalezcan ataques o críticas a

partir de la incompetencia o conducta inapropiada de un actor político. Al igual que en la Tonalidad, la variable Competencia no aplica para un buen porcentaje de las notas analizadas (86.3%). Es positiva en el 5.7% y negativa en el 8% de las notas analizadas.

TV Azteca es la televisora cuyas notas hacen más énfasis en la Competencia con presencia de ésta en el 6.6% de sus notas; le sigue Imagen TV con el 5.4% y finalmente Televisa con el 5.3% de las notas analizadas. En contraparte, el 15.8% de las notas de imagen TV hablan de la incompetencia de un actor o institución política, siendo éste el porcentaje más alto de entre todos los obtenidos por los periódicos analizados. Para el 4.8% de las notas en Televisa y para el 1.7% de las notas en TV Azteca también existe un tratamiento negativo de la competencia de las figuras e instituciones políticas.

Tabla 20. Competencia por televisora

| Televisora | Competencia | | | | | | Total |
|------------|-------------|-------|----------|------|-----------|-------|-------|
| | Negativo | | Positivo | | No aplica | | |
| | N | % | N | % | N | % | |
| Televisa | 11 | 4.8% | 12 | 5.3% | 204 | 89.9% | 227 |
| TV Azteca | 3 | 1.7% | 12 | 6.6% | 166 | 91.7% | 181 |
| Imagen TV | 38 | 15.8% | 13 | 5.4% | 190 | 78.8% | 241 |
| Total | 52 | 8.0% | 37 | 5.7% | 560 | 86.3% | 649 |

En el caso de la Conflictividad, el porcentaje de notas para las cuales no aplica esta clasificación es un poco menor en relación con las variables anteriores asociadas a contenido negativo: en total un 61.3%. El 33.6% de las notas analizadas hacen referencia al conflicto entre dos o más actores políticos, mientras que sólo el 5.1% de las notas reporta el consenso. Los noticiarios de Televisa son los que cuentan con mayor porcentaje de notas reportando conflicto (39.6%), le sigue TV Azteca con 35.4% y finalmente Imagen TV con el 26.6%.

Tabla 21. Conflictividad por televisora

| Televisora | Conflictividad | | | | | | Total |
|------------|----------------|-------|----------|------|-----------|-------|-------|
| | Conflicto | | Consenso | | No aplica | | |
| | N | % | N | % | N | % | |
| Televisa | 90 | 39.6% | 21 | 9.3% | 116 | 51.1% | 227 |
| TV Azteca | 64 | 35.4% | 5 | 2.8% | 112 | 61.9% | 181 |
| Imagen TV | 64 | 26.6% | 7 | 2.9% | 170 | 70.5% | 241 |
| Total | 218 | 33.6% | 33 | 5.1% | 398 | 61.3% | 649 |

Después de realizar el análisis de la prevalencia de negatividad en prensa y televisión, se procedió a crear la variable de exposición a contenidos negativos, la cual es un constructo que se obtiene a partir de cuatro indicadores: Tonalidad, Competencia y Conflictividad para cada medio por persona. Para crear cada indicador, se sumaron las multiplicaciones del nivel de consumo de cada contenido informativo manifestado por los participantes por el nivel de presencia que tiene cada tratamiento en sentido negativo (Tonalidad, Competencia y Conflictividad) en el contenido informativo correspondiente, dividiendo el total obtenido entre el número de contenidos informativos utilizados.

Para responder a la pregunta de investigación sobre la influencia de la información política negativa en la confianza institucional, se llevó a cabo una regresión lineal múltiple. Para el primer modelo se utilizaron los datos sociodemográficos sobre sexo, edad, nivel de estudios del participante y nivel de ingresos mensual del hogar. En segundo lugar, se introdujo la variable construida respecto a la exposición a negatividad en la prensa, que contiene datos de exposición a tonalidad, competencia y conflictividad, finalmente se agregó la variable exposición a negatividad en Televisión. La Tabla 21 contiene los datos relativos a la ola 2 y la Tabla 22 los relacionados con la ola 3.

En el primer caso (Tabla 22), los resultados mostraron que, de todos los datos sociodemográficos, la edad es significativa en sentido negativo y esto es constante en cada una de las olas ($\beta = -0.154$, $\beta = -0.109$, $\beta = -0.110$). De igual modo, la cercanía partidista es una variable significativa para que la confianza en las instituciones disminuya ($\beta = -0.232$, $\beta = -0.216$, $\beta = -0.221$).

Al integrar en el segundo modelo la variable de exposición a información política negativa proveniente de la prensa, los resultados mostraron un impacto positivo ($\beta = 0.229$). Para el tercer modelo, se agregó la variable de exposición a información política negativa proveniente de la televisión que también tuvo un impacto positivo en la confianza institucional, aunque un poco menor el impacto de la exposición a noticias negativas leídas en periódicos ($\beta = 0.121$). Esto significa que en la segunda ola la exposición a información política negativa ya sea en prensa o en televisión, impacta generando mayor confianza en las instituciones, aunque la prensa tiene un mayor nivel de impacto positivo que la televisión.

Tabla 22. Exposición a contenidos negativos y Confianza Ola 2

| | Modelo 1 | | | Modelo 2 | | | Modelo 3 | | |
|---|----------|-------------|-----------|----------|-------------|-----------|----------|-------------|-----------|
| | <i>B</i> | <i>SE B</i> | β | <i>B</i> | <i>SE B</i> | β | <i>B</i> | <i>SE B</i> | β |
| Sociodemográficos | | | | | | | | | |
| Edad | -0.014 | 0.004 | -0.154** | -0.010 | 0.004 | -0.109** | -0.010 | 0.004 | -0.110** |
| Género | -0.065 | 0.095 | -0.027 | -0.050 | 0.093 | -0.021 | -0.054 | 0.092 | -0.022 |
| Ingreso mensual | 0.008 | 0.057 | 0.007 | -0.019 | 0.056 | -0.015 | -0.015 | 0.056 | -0.011 |
| Nivel de estudios | -0.031 | 0.073 | -0.018 | -0.050 | 0.071 | -0.029 | -0.053 | 0.071 | -0.031 |
| Cercanía partidista | -0.070 | 0.012 | -0.232*** | -0.066 | 0.011 | -0.216*** | -0.067 | 0.011 | -0.221*** |
| Exposición a Negatividad en Prensa | | | | 18.321 | 3.038 | 0.229*** | 12.238 | 3.842 | 0.153** |
| Exposición a Negatividad en TV | | | | | | | 4.947 | 1.926 | 0.121** |
| R ² | | 0.07 | | | 0.12 | | | 0.13 | |
| R ² Ajustado | | 0.06 | | | 0.11 | | | 0.12 | |

Nota: N = 701. Las relaciones son estadísticamente significativas a nivel *p < .05; **p < .01; ***p < .001

En la ola 3 (Tabla 22) la edad ($\beta = -0.154$, $\beta = -0.109$, $\beta = -0.110$) y la cercanía partidista ($\beta = -0.232$, $\beta = -0.216$, $\beta = -0.221$) se mantienen como variables significativas en sentido negativo, con un ligero incremento en la significancia de la segunda variable mencionada, en relación a los resultados obtenidos en la ola 2, que provoca que la desconfianza hacia las instituciones de las personas que mencionan tener cercanía partidista sea un poco mayor conforme se acerca la fecha de las elecciones.

La variable de exposición a información política negativa proveniente de la prensa, que se integra en el segundo modelo, también sigue mostrando resultados con un impacto positivo ($\beta = 0.230$) que incrementa un poco al integrar la variable de exposición a información política negativa proveniente de la televisión ($\beta = 0.204$) y que presenta un incremento en relación con la medición de la ola 2. Por su parte, aunque la variable de exposición a información política negativa proveniente de la televisión también tuvo un impacto positivo en la confianza institucional, este no resulta significativo como en la ola 2 ($\beta = 0.041$), por lo que la exposición a información política negativa en prensa sigue siendo la variable con mayor nivel de impacto positivo.

Tabla 23. Exposición a contenidos negativos y Confianza Ola 3

| | Modelo 1 | | | Modelo 2 | | | Modelo 3 | | |
|---|----------|-------------|-----------|----------|-------------|-----------|----------|-------------|-----------|
| | <i>B</i> | <i>SE B</i> | β | <i>B</i> | <i>SE B</i> | β | <i>B</i> | <i>SE B</i> | β |
| Sociodemográficos | | | | | | | | | |
| Edad | -0.014 | 0.004 | -0.154** | -0.011 | 0.004 | -0.124** | -0.011 | 0.004 | -0.124** |
| Género | -0.065 | 0.095 | -0.027 | -0.061 | 0.093 | -0.025 | -0.063 | 0.093 | -0.026 |
| Ingreso mensual | 0.008 | 0.057 | 0.007 | 0.011 | 0.055 | 0.008 | 0.011 | 0.055 | 0.009 |
| Nivel de estudios | -0.031 | 0.073 | -0.018 | -0.045 | 0.071 | -0.027 | -0.045 | 0.071 | -0.026 |
| Cercanía partidista | -0.070 | 0.012 | -0.232*** | -0.065 | 0.011 | -0.215*** | -0.065 | 0.011 | -0.214*** |
| Exposición a Negatividad en Prensa | | | | 17.140 | 2.773 | 0.230*** | 15.195 | 3.618 | 0.204*** |
| Exposición a Negatividad en TV | | | | | | | 1.631 | 1.948 | 0.041 |
| R ² | | 0.071 | | | 0.123 | | | 0.124 | |
| R ² Ajustado | | 0.064 | | | 0.115 | | | 0.114 | |

Nota: N = 701. Las relaciones son estadísticamente significativas a nivel *p < .05; **p < .01; ***p < .001

En resumen, aunque los encuestados se sienten más inclinados a la total y mucha desconfianza, existe un ligero incremento de la confianza conforme transcurrió el proceso electoral, siendo los más afectados por la desconfianza los actores más visibles como el Presidente, los políticos y los partidos, mientras que las instituciones, especialmente aquellas que se encargan de gestionar la vida democrática como el INE, obtienen resultados positivos en relación con el resto. Los incrementos en la media de confianza son constantes en prácticamente todos los actores e instituciones.

Respecto al consumo mediático, el análisis de datos revela que la televisión es el medio preferido para informarse sobre asuntos políticos, mientras que los lectores de prensa representan un número más modesto. Al respecto también se encontró que los no lectores confían menos en las instituciones y aquellos usuarios más frecuentes de este medio reportan más confianza y ésta se

incrementa de la primera a la tercera ola, lo que nos da un primer indicio de que quienes están más informados, confían más en las instituciones.

En cuanto a la información política negativa, se encontraron bajos niveles de su presencia en los análisis de contenido efectuados tanto para televisión como para prensa, sin embargo, es la televisión la que tiene mayor contenido negativo en relación con la prensa, especialmente al reportar conflictos.

Sobre la medición del impacto de la información política negativa sobre la confianza institucional, se realizó un primer cruce de datos con la información obtenida en las 3 olas, donde los propios encuestados respondieron que a su parecer, los medios reportaban información negativa. En este sentido, la edad, cercanía partidista y cobertura sensacionalista o amarillista mostraron ser variables significativas en sentido negativo y la otra variable mediática denominada énfasis en los conflictos entre los partidos políticos tuvo una significancia marginal en sentido positivo.

Estos resultados son consistentes al analizar los datos obtenidos en la encuesta sobre la exposición a prensa y televisión, en relación con los datos obtenidos a través del análisis de contenido respecto la cobertura periodísticas en ambos medios. En este sentido, se confirma que entre mayor edad y cercanía partidista tienen los encuestados, menor es su confianza en las instituciones. Por su parte, las variables relacionadas con el contenido negativo en los medios como la exposición a información política en prensa y televisión (que incluye tonalidad y sensacionalismo o amarillismo) influye de manera positiva en la confianza institucional a mitad de

la campaña y sólo la exposición a información política en televisión es significativa en sentido positivo en la opiniones de los encuestados posteriores a la elección.

Esta información brinda los elementos suficientes para el desarrollo del siguiente apartado donde se exponen las conclusiones de este proyecto de investigación a la luz de los hallazgos.

CAPÍTULO VI. CONCLUSIONES

Esta investigación se ha centrado en explicar la incidencia de la información política negativa en los niveles de confianza sobre los actores e instituciones políticas, específicamente en las figuras del Presidente de la República, los Políticos en general, los Partidos políticos, el Gobierno federal, el Congreso de la Unión, el Instituto Nacional Electoral, el Sistema democrático y el Proceso electoral en México. Una vez desarrolladas las perspectivas teóricas y después de realizar el análisis de trabajos empíricos previos, así como el estudio de los datos provenientes de la elección federal en México del año 2018, surgen las conclusiones que se desarrollan a continuación.

En primer lugar, es necesario apuntar que, de acuerdo con la revisión de literatura, hasta ahora buena parte de la investigación sobre la negatividad en las noticias se ha centrado en el contexto norteamericano, con estudios fragmentados y menos uniformes en sus conclusiones para Europa y, en menor proporción, Iberoamérica. En este sentido, esta investigación situada en el contexto mexicano ha buscado aportar información para reconocer el alcance de la tendencia de la negatividad en medios como la prensa y la televisión para determinar sus implicaciones en la confianza.

El tema de la confianza en las instituciones ha sido objeto de análisis y disertación principalmente desde el campo de la ciencia política, dadas las implicaciones que tiene para la legitimidad del régimen democrático. La literatura analizada se ancla recurrentemente en dos teorías, la Institucionalista y la Culturalista, que han encontrado respaldo en trabajos empíricos desarrollados desde diversas partes del mundo, con resultados no concluyentes y que difieren de acuerdo con el país en el que se desarrollan, los niveles de gobierno y los tipos de instituciones o actores sobre los que se investiga.

Como resultado de la revisión teórica de este trabajo de investigación, se pudo detectar que, a pesar de que en la literatura se considera que la confianza nace de la evaluación ciudadana hacia el desempeño de los actores e instituciones (Blind, 2007; Hakhverdian & Mayne, 2012; Hetherington & Husser, 2012; Knorn, 2016; Levi & Stoker, 2000), desde la ciencia política las principales teorías usadas para explicar la confianza y los trabajos empíricos en este campo de conocimiento, no reconocen la variable mediática.

Al ser los medios de comunicación factores importantes en las evaluaciones del desempeño, este trabajo se ha inscrito en la corriente teórica institucionalista, bajo la premisa de que la percepción y evaluación de actores e instituciones políticas, viene mediada por la información a la que los ciudadanos se exponen cuando consumen medios de comunicación. Esto constituye a su vez una puesta al día de los factores determinantes para la teoría institucionalista, al medir una variable que desde la ciencia política no ha sido del todo dimensionada.

No obstante, los resultados de esta investigación han indicado que si bien la variable mediática demostró tener influencia en las variaciones de la confianza institucional, tampoco representa importantes diferencias y para reconocer su verdadero grado de injerencia sería necesario medirla en relación con el resto de las variables consideradas en la teoría institucionalista, lo que brindaría mayor robustez a una explicación sobre las variables influyentes en la confianza institucional y el peso real de los medios de comunicación.

En relación con el campo de la comunicación, los resultados de este trabajo abonan a la Teoría de la movilización. En primer lugar se echa abajo la idea comúnmente aceptada de la presencia de contenido político negativo en los medios, por lo menos en lo correspondiente a la televisión y la

prensa aquí analizados, por lo que si bien la negatividad es una preocupación latente, se demuestra con este trabajo que en el contexto mexicano dicho sesgo informativo aún no es predominante como sucede, por ejemplo, en Estados Unidos (Patterson, 2017).

Esto también remite a la necesidad de reconocer los cambios histórico-contextuales en el desarrollo de los medios de comunicación en México, especialmente en lo que concierne a los procesos político-electorales, que van desde el análisis de las coberturas mediáticas surgido como una iniciativa académica y ciudadana a principios de los años noventa, hasta la normatividad impuesta por las propias autoridades electorales tanto a nivel nacional como estatal respecto a la equidad en cuanto a la obtención de espacios en medios de comunicación, así como la vigilancia de gastos e inversiones de campaña producto de la exigencia de los partidos políticos por obtener condiciones justas en la distribución de los espacios mediáticos. Todos estos cambios han propiciado sin duda, modificaciones en el comportamiento de los actores políticos, pero también de los propios medios de comunicación cuya cobertura pareciera haber sido “sanitizada” bajo la presión de los monitoreos.

Para responder a la pregunta de investigación sobre cuál es el impacto de la exposición a información política negativa en los niveles de confianza en las Instituciones durante el proceso electoral 2018 en México, se realizó un análisis a datos obtenidos de una encuesta tipo panel, aplicada antes, durante y después de la elección. Los datos de la encuesta se complementaron con un análisis de contenido que tuvo la finalidad de verificar la existencia de información política negativa en prensa y televisión.

Como diversos estudios lo indican (Kleinnijenhuis, et al., 2006; Moy & Scheufele, 2000; Potter, 2012a; Voltmer, 2004), esta pregunta de investigación encuentra que efectivamente existe un impacto en los ciudadanos al exponerse a información política negativa. Sin embargo, dicho impacto no mina la confianza de la ciudadanía en las instituciones, sino al contrario, los datos encontrados en esta investigación indican, en consonancia con estudios como el de Newton (1999a), Norris (2000), Aarts, Fladmoe y Strömbäck (2012), Luengo y Coimbra (2013), Strömbäck, Djerf-Pierre, & Shehata (2016) que el consumo de noticias televisivas se asocia positivamente con la confianza política ya que en este caso la confianza se incrementó ligeramente entre las encuestas realizadas durante la elección y después de ésta. Esto apoya la teoría del círculo virtuoso la cual indica que el impacto de los medios tiene más bien una dirección positiva.

Los resultados de este trabajo también se suman a lo concluido por las investigaciones latinoamericanas de García y Ruiz (2007), al encontrar diferencias entre quienes se exponen más a los medios y quienes no lo hacen, ya que en este caso los no usuarios de medios de comunicación para informarse sobre asuntos políticos reportaron menos confianza en las instituciones, mientras que aquellos con altos niveles de uso de medios reportaron confiar más y su porcentaje de confianza se incrementó en la medición de una ola a otra.

Asimismo, se apoyan los hallazgos de Moreno (2010) quien afirma que la exposición a medios de comunicación es una variable estadísticamente significativa en dirección positiva, lo que significa que entre mayor sea dicha exposición, mayor resulta la confianza en las instituciones.

En las investigaciones de Corduneanu & Muñiz (2011), Díaz (2017), Guerrero, Rodríguez y Machuca (2012), la televisión juega un papel importante al generar mayor nivel de confianza hacia

los actores políticos, precisamente durante los procesos electorales, lo que se comprueba también en este trabajo. En primer lugar, porque la televisión demuestra ser el medio de mayor preponderancia para los encuestados a la hora de informarse sobre asuntos políticos y, en segundo lugar, porque en comparación con la prensa genera mayor nivel de confianza. Un medio no analizado en este caso y citado por las investigaciones mencionadas, es el internet, por lo que su revisión y comparación constituye una veta para investigaciones futuras que permitirían una mejor comprensión de los alcances de otras vías de información para analizar sus alcances en relación a la confianza en las instituciones.

Respecto a la variable independiente de esta investigación, que es la información política negativa, si bien una parte de la literatura hace referencia al incremento de la negatividad en la prensa, es necesario resaltar que, en el caso mexicano el análisis de contenido realizado para fines de esta investigación en el contexto de las elecciones de 2018, indica que la presencia de la negatividad en las noticias de los periódicos de carácter nacional y en los noticiarios televisivos no es tan alta, por lo cual la Hipótesis acerca de que existe una presencia importante de información política negativa en la cobertura mediática de las elecciones, no se valida.

Queda demostrado que, si bien los periódicos y noticiarios televisivos analizados reportan noticias con tendencia negativa, su porcentaje no es tan alto como pudiera esperarse en el marco de un proceso electoral, en ninguno de los indicadores utilizados. Los diarios y televisoras tampoco les confieren una visibilidad importante a las noticias negativas, en ninguna de sus dimensiones, salvo en el caso de la competencia. Con todo, es necesario subrayar que se trata de una visión panorámica del fenómeno, dentro del cual hay importantes excepciones como La Jornada y

Reforma, que se comportan de una manera un poco más negativa en comparación a los otros diarios analizados.

La explicación de que esto ocurra puede subyacer en el hecho de que es posible ubicar a la prensa mexicana de referencia, es decir la que se produce desde la capital del país, en un periodo de madurez y respeto a ciertos principios normativos, dentro de los cuales está la neutralidad informativa en cuanto a tono. Sin embargo, valdría la pena explorar en futuras investigaciones si estos niveles bajos de negatividad también se reproducen en el desempeño mediático del contexto subnacional donde aún persisten prácticas debido a las cuales el proceso de modernización de la prensa no ha podido igualarse a lo que sucede en la capital (R. González & Echeverría, 2017, p. 38).

Otra razón por la que los reportes negativos en la prensa mexicana son escasos, puede provenir justamente del hecho de que, durante mucho tiempo el sistema de medios estuvo bajo el control político. Sin embargo, a partir de la elección del año 2000 el estilo se fue apegando a una idea de comercialismo, con mayor independencia en los contenidos de los medios, pero también con políticas editoriales que tenían como meta la neutralidad.

En el caso de la televisión, una razón por la que los reportes negativos son escasos, puede subyacer en el hecho de que, producto de la constante inequidad en los medios hacia los partidos políticos de oposición durante el régimen autoritario, desde 1994 el entonces Instituto Federal Electoral, tomó la determinación de realizar un monitoreo sobre la cobertura informativa de las campañas de los candidatos a la presidencia que continúa hasta ahora y que de algún modo puede limitar la tentación de recurrir a reportar los hechos políticos mayormente de manera negativa.

Respecto a la prensa, aunque es un medio que no está monitoreado por las autoridades electorales en México, existen observatorios académicos que suplen la labor del Estado y que constituyen una forma de vigilancia ciudadana que, de algún modo puede inhibir la tentación de recurrir mayormente a reportar los hechos políticos de manera negativa. Debido a esto, ahondar en la relación entre el monitoreo y la escasa presencia de información política negativa, es un tema que también queda pendiente y que brindaría una perspectiva más complementaria si se considera la realización de un análisis longitudinal para determinar alguna diferencia entre la presencia de la negatividad en las noticias antes y después de que entrara en vigor el monitoreo de medios que realiza la autoridad electoral en México.

Volviendo a la información política negativa, se valida la hipótesis alternativa que indica que existe una presencia mínima de dicho tipo de información en la cobertura mediática de las elecciones y esa escasa presencia pasa por un análisis de las inercias y condiciones estructurales propias de México, la relación ya explicada del control del Estado hacia los medios, así como la modernización mediática que implica mayores niveles de profesionalización, teniendo como eje la adopción de ciertos principios que limitan la difusión de información política negativa.

Aunque una buena parte de la literatura consultada para esta investigación indica que la información en los medios de comunicación sobre asuntos políticos es especialmente negativa (Farnsworth & Lichter, 2003a; Galpin & Trenz, 2018; Papathanassopoulos & Giannouli, 2019; Patterson, 2017; Vliegthart, et al., 2011), la mayoría de los estudios analizados provienen de países con un sistema de medios que tiene características muy distintas a lo que sucede en el contexto mexicano.

Respecto a la **Hipótesis 2**, tampoco se encontraron elementos para apoyarla. En ella se enuncia H2: La confianza en las instituciones disminuye durante el proceso electoral, sin embargo, los hallazgos aquí reportados indican que la confianza incluso se incrementa un poco, especialmente en la medición de la segunda ola a la tercera ola. Se puede observar también que las figuras e instituciones políticas menos confiables para los ciudadanos encuestados son aquellas que están más sujetas a ser mediatizadas, esto es, el Presidente de República, los partidos políticos y los políticos en general. Sin embargo, la confianza reportada en esas figuras e instituciones políticas a pesar de sus bajos niveles iniciales, también se incrementa ligeramente de la segunda a la tercera ola.

Lo que también arrojan los datos es un incremento en los porcentajes de confianza de la medición de la primera ola (previa al proceso electoral) a la tercera ola (una vez pasado el proceso electoral), siendo los más beneficiados en este incremento el Instituto Nacional Electoral y el Proceso electoral en México. Esto concuerda con la idea de que los ciudadanos pueden dirigir su desconfianza mayormente hacia figuras políticas o instituciones con mayor presencia mediática, pero existe mayor confianza en el régimen democrático, sus procesos e instituciones (Dalton, 2017; Norris, 2011; Zmerli & van der Meer, 2017).

Por otro lado, los niveles de confianza en las instituciones pueden depender del tipo de medio de comunicación que se analice, ya que se ha demostrado que el consumo de información tiene un efecto significativo sobre la confianza (Gaines & Kuklinski, 2013; M.A. Guerrero, et al., 2012; Moy & Pfau, 2000), pero su valencia depende de si las noticias son vistas por televisión, en la prensa o por cualquier otro medio. En este caso el análisis sólo ha contemplado dos medios, por lo

que una línea de investigación pertinente sería analizar la diferencia entre éstos y las redes sociales, las páginas noticiosas en internet o la radio.

Es necesario destacar que, de acuerdo con los datos de esa investigación, la cobertura mediática contribuyó a generar mejores niveles de confianza, por lo menos en el contexto de esta elección y que contrario a pesar de las fuertes críticas a las autoridades federales durante procesos de elección anteriores, en este caso son ellas quienes obtuvieron los mejores resultados. Esto puede ser atribuido a elementos contextuales como la desconfianza que los ciudadanos expresaban hacia el gobierno anterior y las altas expectativas que existían por una alternancia, especialmente en la presidencia de la República, por lo que, al haberse logrado el cambio en el gobierno federal, el impacto sobre la confianza en figuras e instituciones políticas fue positivo.

Otras explicaciones de la desconfianza en la literatura se asocian con las condiciones de la emisión mediática, es decir las fuerzas económicas y políticas que rigen la producción noticiosa (Ariely, 2015; Cohen, 2008; Lengauer, et al., 2011), lo cual también es pertinente para el caso mexicano. Un contenido marcado por la lógica de la comercialización de los medios en Estados Unidos y Europa se asocia con los efectos negativos sobre la confianza (Ariely, 2015; Cohen, 2008; Sullivan, 2014). Sin embargo, como ya se ha explicado con la primera hipótesis, los medios de comunicación en México pasaron varios años siendo controlados por el Estado.

Si bien la lógica de la comercialización también se ha dado en estas latitudes, de acuerdo con los resultados de esta investigación, aún no trasciende hasta provocar altos niveles de desconfianza en las personas e instituciones políticas. En México el modelo de los medios de comunicación se

encuentra aún en vías de decantarse por el comercialismo pleno y sacudirse por completo del control estatal, lo cual seguramente tendría repercusiones distintas sobre la confianza en un futuro.

La **Hipótesis 3**, en la que se establece que una mayor exposición a información política negativa durante los procesos electorales produce un menor nivel de confianza de los ciudadanos en las instituciones políticas, se aprueba parcialmente, ya que sólo la variable Cobertura sensacionalista o amarillista demostró tener significancia para la confianza en las instituciones, en cada una de las olas del levantamiento de datos. Asimismo, la edad y la cercanía partidista mostraron un nivel de significancia importante: en el primer caso, entre mayores eran los encuestados, sus niveles de desconfianza incrementaban, mientras que una mayor cercanía partidista también fue determinante para que la confianza fuera menor.

Estos resultados nos permiten concluir que, si bien en Europa y Norteamérica la negatividad en las noticias es un tema que preocupa por su incidencia cada vez más importante (Boğan, 2013; Kleinnijenhuis, et al., 2006; Mutz & Reeves, 2005; Potter, 2012a), en el caso de los medios informativos mexicanos aún no se llega a dichos niveles. Sin embargo, como se ha apuntado en líneas previas, es importante destacar que, como los resultados de consumo así lo indicaron, la lectoría de prensa no es una práctica extendida en el país, por lo que una línea de investigación por explorar debería tomar en cuenta las diferencias o semejanzas entre los diversos medios, para así determinar la presencia de la negatividad y sus alcances.

Sin embargo, es destacable que a pesar de que los datos para esta investigación provienen de un levantamiento ocurrido en época electoral, los niveles de confianza en un ambiente de mayor circulación de información política no decrecieron, sino incluso se elevaron un poco para el

segundo levantamiento de datos y aún más para el tercero, lo que apoya la teoría del círculo virtuoso, pues la información provocó resultados positivos en los ciudadanos entrevistados.

También quedó en claro que los conflictos entre actores políticos reportados en los medios no generan mayor desconfianza, es decir que, de acuerdo con los datos reportados, es posible que los encuestados piensen que la existencia de disensos es algo natural y necesario en la vida política. Lo que sí provoca desconfianza es la percepción de que hay medios que reportan las noticias con tintes sensacionalistas o amarillistas.

Los resultados de esta investigación permiten sostener que, contrario a la opinión popular y a estudios realizados en otras latitudes (Boğan, 2013; Chen & Shi, 2001; Kleinnijenhuis, et al., 2006; Mutz & Reeves, 2005; Valentino, et al., 2001), la presencia de información política negativa no es una constante en la prensa y televisión mexicanas, aunque también deja pendiente el análisis de otros medios que toman notoriedad en la época contemporánea como las páginas noticiosas en internet o las redes sociales que contribuiría a tener una visión más completa sobre el tema.

Asimismo, deja en claro que, si bien el papel de los medios ha sido el foco central para fines de este proyecto, es necesario tomar en cuenta otras variables y aspectos de tipo económico, cultural e incluso contextual, así como la incidencia de la sofisticación política entre los votantes, su evaluación a partir de la experiencia con las instituciones o la influencia de la conversación política, que, aunados a la exposición mediática, podrían cobrar mayor significancia para explicar las variaciones de confianza en las instituciones.

Con todo, la exposición a información política negativa demuestra tener incidencia en el nivel de confianza en las instituciones, aunque en un sentido positivo. En este sentido, valdría la pena

analizar si el contexto de la elección 2018 propició que esa evaluación fuese positiva y un reto de investigación posterior, de corte longitudinal, podría enfocarse a analizar si estos resultados son consistentes en elecciones pasadas o bien sin las características del contexto provocan resultados diferentes.

Referencias Bibliográficas

- Aalber, T., Strabac, Z., & Brekken, T. (2011). *Research Design How media inform democracy. A comparative approach* New York: Routledge.
- Aalberg, T., Strömbäck, J., & de Vreese, C. H. (2011). The framing of politics as strategy and game: A review of concepts, operationalizations and key findings. *Journalism, 13*(2), 162–178.
- Aarts, K., Fladmoe, A., & Strömbäck, J. (2012). Media and political trust across countries. In T. Aalberg & J. Curran (Eds.), *How media inform democracy: A comparative approach* (1st ed., Vol. 1). New York: Routledge.
- Aarts, K., & Semetko, H. A. (2003). The divided electorate: Media use and political involvement. *Journal of Politics, 65*(3), 759-784. doi: 10.1111/1468-2508.00211
- Abrego, V. H., Arroyo, E. M., Bona, Y., Franco, D., Herrera, S., Martínez, I., . . . Núñez, J. C. (2018). El efecto AMLO. *Análisis Plural, 107*, 315.
- Almond, G. A., & Verba, S. (1963). *The civic culture: Political attitudes and democracy in five nations*. Princeton: Princeton university press.
- Aragón, J., Fernández de Lara, A., & Lucca, J. (2019). Las elecciones de 2018 en México y el triunfo del Movimiento de Regeneración Nacional (Morena). *Estudios Políticos, 54*(52), 286-308. doi: 10.17533/udea.espo.n54a14
- Ardèvol-Abreu, A. (2015). Framing o teoría del encuadre en comunicación. Orígenes, desarrollo y panorama actual en España/Framing theory in communication research. Origins, development and current situation in Spain. *Revista Latina de Comunicación Social*(70), 423.

- Ariely, G. (2015). Does Commercialized Political Coverage Undermine Political Trust?: Evidence Across European Countries. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 59(3), 438-455. doi: 10.1080/08838151.2015.1055000
- Aristegui, N. (2014). La casa blanca de Enrique Peña Nieto (investigación especial). *Aristegui Noticias*. Retrieved from <https://aristeguinoticias.com/0911/mexico/la-casa-blanca-de-enrique-pena-nieto/>
- Aruguete, N., & Muñiz, C. (2012). Hábitos comunicativos y política. Efectos en las actitudes políticas de la población mexicana. *Anagramas-Rumbos y sentidos de la comunicación*, 10(20), 129-146. doi: 10.22395/angr.v10n20a9
- Avery, J. M. (2009). Videomalaise or virtuous circle? The influence of the news media on political trust. *The International Journal of Press/Politics*, 14(4), 410-433. doi: 10.1177/1940161209336224
- Barker-Plummer, B. (1995). News as a political resource: Media strategies and political identity in the US women's movement, 1966–1975. *Critical Studies in Media Communication*, 12(3), 306-324. doi: 10.1080/15295039509366939
- Bauer, P. C., & Fatke, M. (2014). Direct democracy and political trust: Enhancing trust, initiating distrust—or both? *Swiss Political Science Review*, 20(1), 49-69. doi: 10.1111/spsr.12071
- Beltrán, U. (2018). Apoyo abrumador a López Obrador entre los ingresos más bajos de ingreso. Retrieved from <https://www.excelsior.com.mx/nacional/apoyo-abrumador-a-amlo-los-mas-pobres-le-dieron-el-triunfo/1249582>
- Bhattacharjee, A. (2012). Social science research: Principles, methods, and practices Vol. 3. USF (Ed.) *Textbooks Collection*

- Blind, P. K. (2007). *Building trust in government in the twenty-first century: Review of literature and emerging issues*. Paper presented at the 7th Global Forum on Reinventing Government Building Trust in Government.
- Blumler, J. G., & Kavanagh, D. (1999). The third age of political communication: Influences and features. *Political Communication*, 16(3), 209-230. doi: 10.1080/105846099198596
- Bohle, R. H. (1986). Negativism as news selection predictor. *Journalism Quarterly*, 63(4), 789-796. doi: 10.1177/107769908606300417
- Boțan, M. (2013). Different types of conflict in the news and their impact on political trust: the cumulated effect of incivility and intrusiveness. *Revista Română de Comunicare și Relații Publice*(2), 49-57. doi: 10.5817/CEPSR.2016.23.122
- Botan, M., Corbu, N., & Sandu, D. (2016). The Complicated Relation Between News Frames and Political Trust: A Case Study of Romania. *Středoevropské politické studie Central European Political Studies Review*, 18, 122. doi: 10.5817/cepsr.2016.23.122
- Brants, K. (2013). Trust, cynicism and responsiveness. In C. Peters & M. Broersma (Eds.), *Rethinking journalism: Trust and participation in a transformed news landscape*. (pp. 15-27). London: Routledge.
- Brosius, A., van Elsas, E. J., & de Vreese, C. H. (2019). Bad News, Declining Trust? Effects of Exposure to Economic News on Trust in the European Union. *International Journal of Public Opinion Research*, 34. doi: 10.1093/ijpor/edz025
- Bruno, J. R. (2017). Vigilance and Confidence: Jeremy Bentham, Publicity, and the Dialectic of Political Trust and Distrust. *American Political Science Review*, 111(2), 295-307. doi: 10.1017/S0003055416000708

- Bryant, J., & Oliver, M. B. (2009). *Media effects: Advances in theory and research* (3rd ed.). New York: Routledge.
- Bunge, M. (2004). *La Investigación Científica: Su estrategia y filosofía*. México: Siglo xxi editores.
- Camaj, L. (2014). Media use and political trust in an emerging democracy: Setting the institutional trust agenda in Kosovo. *International Journal of Communication*, 8, 23.
- Cansino, C. (1994). Los partidos gobernantes en América Latina: una propuesta de análisis. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, 39(156), 47-70.
- Cappella, J. N., & Jamieson, K. H. (1996). News frames, political cynicism, and media cynicism. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 546(1), 71-84. doi: 10.1177/0002716296546001007
- Cappella, J. N., & Jamieson, K. H. (1997). *Spiral of cynicism: The press and the public good*. New York: Oxford University Press on Demand.
- Casero-Ripollés, A. (2008). Modelos de relación entre periodistas y políticos: La perspectiva de la negociación constante. *Estudios Sobre El Mensaje Periodístico*, 14, 111-128.
- Castillo, M., Roldán, N., & Ureste, M. (2018). La estafa maestra: Graduados en desaparecer el dinero público. Retrieved from <https://www.animalpolitico.com/estafa-maestra/>
- Ceron, A., & Memoli, V. (2015). Trust in Government and Media Slant A Cross-Sectional Analysis of Media Effects in Twenty-Seven European Countries. *The International Journal of Press/Politics*, 20(3), 339-359. doi: 10.1177/1940161215572634
- Cleary, M. R., & Stokes, S. (2006). *Democracy and the culture of skepticism: the politics of trust in Argentina and Mexico*. New York: Russell Sage Foundation.

- Cohen, J. E. (2008). *The presidency in the era of 24-hour news*. New Jersey: Princeton University Press.
- Coleman, J. S. (1986). Social theory, social research, and a theory of action. *American journal of Sociology*, 91(6), 1309-1335. doi: 10.1086/228423
- Corduneanu, I., & Muñiz, C. (2011). ¿Autoritarismo superado? Medios y actitudes políticas en el contexto mexicano. *Comunicación, Política y Ciudadanía. Aportaciones actuales al estudio de la comunicación política*, 283-307.
- Cueto, F. (2007). Desconfianza política, instituciones y gobernabilidad democrática en la República Dominicana. *Ciencia y sociedad*, 32(2), 249-280.
- Cuna, E. (2006). Reflexiones sobre el desencanto democrático. El caso de los partidos políticos y los jóvenes en la ciudad de México. *Sociológica (México)*, 21(61), 95-133.
- Chaloupka, W. (1999). *Everybody knows: cynicism in America*. Minneapolis: U of Minnesota Press.
- Chen, X., & Shi, T. (2001). Media effects on political confidence and trust in the People's Republic of China in the post-Tiananmen period. *East Asia*, 19(3), 84-118. doi: 10.1007/s12140-001-0011-3
- Dader, J. L. (1998). *Tratado de comunicación política*. Madrid: CERSA.
- Dagnes, A. (2010). *Politics on demand: The effects of 24-hour news on American politics*. Santa Barbara, California: Praeger.
- Dahlgren, P. (1995). *Television and the public sphere: Citizenship, democracy and the media*. London: Sage.
- Dalton, R. J. (2017). Political trust in North America. In S. Zmerli & T. W. Van der Meer (Eds.), *Handbook on Political Trust* (pp. 375-394). Cheltenham, U.K.: Edward Elgar Publishing.

- de la Peña, A. (2014). Social Capital, culture and theories of development. *Antipoda*, 18, 217-239. doi: 10.7440/antipoda18.2014.10
- De Vreese, C. (2006). *Ten observations about the past, present and future of political communication*. Amsterdam: Amsterdam University Press.
- De Vreese, C., Boukes, M., Schuck, A., Vliegthart, R., Bos, L., & Lelkes, Y. (2017). Linking survey and media content data: Opportunities, considerations, and pitfalls. *Communication Methods and Measures*, 11(4), 221-244. doi: 10.1080/19312458.2017.1380175
- De Vreese, C., & Elenbaas, M. (2008). Media in the game of politics: Effects of strategic metacoverage on political cynicism. *The International Journal of Press/Politics*, 13(3), 285-309. doi: 10.1177/1940161208319650
- De Vreese, C., & Tobiasen, M. (2007). Conflict and identity: explaining turnout and anti-integrationist voting in the Danish 2004 elections for the European Parliament. *Scandinavian Political Studies*, 30(1), 87-114. doi: 10.1111/j.1467-9477.2007.00174.x
- Degirmenci, N. (2016). *Politics is a Dirty Game!: A Case Study of Political Cynicism in Turkey*. Paper presented at the Political Studies Association 2012, Belfast.
- Del Tronco, J. (2012). Las causas de la desconfianza política en México. *Perfiles latinoamericanos*, 20(40), 227-251.
- Díaz Jiménez, O. F., & Muñiz Muriel, C. Los efectos de la comunicación política en el compromiso político de los jóvenes en la elección presidencial mexicana de 2012. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, 61(229).

- Díaz, O. F. (2016). *Comunicación política y compromiso cívico en México: Medios, campañas y su impacto en las actitudes y la participación cívica en la elección presidencial de 2012*. Ciudad de México: Fontamara
- Díaz, O. F. (2017). Las campañas electorales, los medios y su impacto en el compromiso cívico de los mexicanos en la elección presidencial de 2012. *Comunicación y Sociedad*(29), 139-164. doi: 10.32870/cys.v0i29.6302
- Dimitrova, D. V., & Hu, S. (2016). The 2014 Midterm Elections on Local Television: Frames, Sources, and Valence. In J. A. Hendricks & D. Schill (Eds.), *Communication and Midterm Elections: Media, Message, and Mobilization* (pp. 101-114). New York: Palgrave Macmillan US.
- Dogan, M. (2005a). Erosion of Confidence in Thirty European Democracies. *Comparative Sociology, Volume 4*(Issue 1-2), 10-53. doi: 10.1163/1569133054621932
- Dogan, M. (2005b). *Political mistrust and the discrediting of politicians* (Vol. 96). Netherlands: Brill Academic Pub.
- Easton, D. (1975). A re-assessment of the concept of political support. *British Journal of Political Science, 5*(4), 435-457. doi: 10.1017/S0007123400008309
- Eckstein, H., Fleron, F. J., Hoffmann, E. P., & Reisinger, W. (1998). *Can democracy take root in post-Soviet Russia?: explorations in state-society relations* (Vol. 1). Lanham, Maryland: Rowman & Littlefield Publishers.
- Echeverría, M., Reyes, R., & Sabido, A. (2012). *El malestar de la democracia: creencias políticas de la clase media en México*. México: Órgano directivo del Instituto nacional de investigación, formación política, capacitación en políticas públicas y gobierno.

- Elmelund-Præstekær, C., & Mølgaard-Svensson, H. (2014). Negative and personalized campaign rhetoric: Party communication and media coverage of Danish parliamentary elections 1994–2011. *World Political Science*, *10*(2), 365-384. doi: 10.1515/wpsr-2014-0018
- ENCUP. (2012). Quinta Encuesta Nacional sobre Cultura Política y Prácticas Ciudadanas Retrieved 22/11, 2016, from http://www.encup.gob.mx/es/Encup/Quinta_ENCUP_2012
- Enoch, G., & Johnson, K. (2010). Cracking the cross-media code: How to use single-source measures to examine media cannibalization and convergence. *Journal of Advertising Research*, *50*(2), 125-136. doi: 10.2501/S0021849910091294
- Entman, R. M. (1993). Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm. *Journal of Communication*, *43*(4), 51-58. doi: 10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x
- Esser, F. (2013). Mediatization as a challenge: Media logic versus political logic. In H. Kriesi, S. Lavenex, F. Esser, J. Matthes, M. Bühlmann & B. Daniel (Eds.), *Democracy in the Age of Globalization and Mediatization* (pp. 155-176). Basingstoke, Hampshire: Palgrave Macmillan.
- Esser, F., Engesser, S., Matthes, J., & Berganza, R. (2017). Negativity. In C. De Vreese, F. Esser & D. N. Hopmann (Eds.), *Comparing Political Journalism* (pp. 71-91). New York: Routledge.
- Esser, F., & Steppat, D. (2017). News Media Use: International Comparative Research. *The International Encyclopedia of Media Effects*.
- Fallows, J. (1996). *Breaking the news: How the media undermine American democracy*. New York: Phantoon Books.
- Farnsworth, S. J., & Lichter, S. R. (2003a). *The nightly news nightmare: Network television's coverage of US presidential elections, 1988-2000*: Rowman & Littlefield Publishers.

- Farnsworth, S. J., & Lichter, S. R. (2003b). *The nightly news nightmare: Network television's coverage of US presidential elections, 1988-2000* (3rd ed.). Landham, Maryland: Rowman & Littlefield Publishers.
- Fernández, A. M. (2009). Desafección política juvenil: Desconfianza, desinterés y abstencionismo. *Casa del tiempo. Revista de la Universidad Autónoma Metropolitana* 2(18), 83-89.
- Fine, B. (2010). *Theories of Social Capital. Researchers Behaving Badly*. London: Pluto Press.
- Floss, D. (2008). Mass Media's Impact on Confidence in Political Institutions: The Moderating Role of Political Preferences: Working paper 26, National Centre of Competence in Research (NCCR), Challenges to Democracy in the 21st Century, Zurich.
- Fukuyama, F. (1995). *Trust: The social virtues and the creation of prosperity*. New York: The Free Press.
- Fukuyama, F. (1998). *La confianza (trust)*. Barcelona: Ediciones B.
- Gaines, B. J., & Kuklinski, J. H. (2013). A possible next frontier in political communication research. In R. Y. Shapiro & L. R. Jacobs (Eds.), *The Oxford handbook of American public opinion and the media* (pp. 43-58). Gosport, Hampshire: Oxford University Press.
- Galpin, C., & Trenz, H.-J. (2018). Converging towards Euroscepticism? Negativity in news coverage during the 2014 European Parliament elections in Germany and the UK. *European Politics and Society*, 1-17. doi: 10.1080/23745118.2018.1501899
- Galtung, J., & Ruge, M. H. (1965). The structure of foreign news: The presentation of the Congo, Cuba and Cyprus crises in four Norwegian newspapers. *Journal of peace research*, 2(1), 64-90. doi: 10.1177/002234336500200104

- García Luengo, O., & Ruiz Valerio, J. (2007). *Media and political disaffection in México and Spain*. Paper presented at the Comunicación presentada en el VIII Congreso Español de Ciencia Política y de la Administración Política, Valencia (España).[Links].
- García, Ó. (2006). *¿Comunicando desafección? La influencia de los medios en la cultura política*. México: Fontamara-EGAP.
- García, Ó., & Coimbra-Mesquita, N. (2013). Media and Political Disaffection: A comparative study of Brazil and Spain/Medios y Desafección Política: Un estudio comparado de Brasil y España. *Comunicación y Sociedad*, 26(1), 115.
- García, Ó., & Maurer, M. (2009). A virtuous circle for all? Media exposure and political trust in Europe. *CONfines de relaciones internacionales y ciencia política*, 5(9), 39-478.
- García, Ó., & Ruiz, J. (2007). *Media and Political Disaffection in México and Spain*. Paper presented at the VIII Congreso Español de Ciencia Política y de la Administración Política, Valencia.
- [https://www.nodo50.org/multitudesonline/Media%20and%20Political%20Disaffection%20in%20M%20E9xico%20and%20Spain.%20Oscar%20Luengo%20\(Universidad%20de%20Granada\)%20y%20Jos%20Ruiz%20Valerio%20\(TEC,%20Monterrey\).pdf](https://www.nodo50.org/multitudesonline/Media%20and%20Political%20Disaffection%20in%20M%20E9xico%20and%20Spain.%20Oscar%20Luengo%20(Universidad%20de%20Granada)%20y%20Jos%20Ruiz%20Valerio%20(TEC,%20Monterrey).pdf)
- GCE. (2016). Credibilidad en medios. 46. Retrieved from http://gabinete.mx/wp-content/uploads/infografias/reportes/2016/rep_credibilidadmedios_2016.pdf
- Geer, J. G. (2008). *In defense of negativity: Attack ads in presidential campaigns*. Chicago: University of Chicago Press.
- González, R., & Echeverría, M. (2017). A medio camino. El sistema mediático mexicano y su irregular proceso de modernización. *Revista mexicana de opinión pública*, 35. doi: 10.22201/fcpys.24484911e.2018.24.60437

- González, S. (2003). Desconfianza política: el colapso del sistema de partidos en Venezuela. *Documentos de trabajo (CSIC. Unidad de Políticas Comparadas)*(14), 1.
- Graber, D. A., & Dunaway, J. (2018). *Mass media and American politics* (10th ed.). Washington D.C.: Cq Press.
- Guerrero, M. A., & Márquez, M. (2015). El modelo “liberal capturado” de sistemas mediáticos, periodismo y comunicación en América Latina. *Temas de comunicación*, 2(29), 135-170.
- Guerrero, M. A., Rodríguez-Oreggia, E., & Machuca, C. (2012). Consumo informativo y culturas cívicas: el papel de internet y las audiencias proactivas. *El comportamiento electoral mexicano en las elecciones de*.
- Guerrero, M. A., Rodríguez, E., & Machuca, C. (2012). Consumo informativo y culturas cívicas: el papel de internet y las audiencias proactivas. In G. Meixueiro & A. Moreno (Eds.), *El comportamiento electoral mexicano en las elecciones de 2012* (pp. 229-264). Ciudad de México: Centro de estudios de Opinión Pública e ITAM.
- Guggenheim, L., Kwak, N., & Campbell, S. W. (2011). Nontraditional news negativity: The relationship of entertaining political news use to political cynicism and mistrust. *International Journal of Public Opinion Research*, 23(3), 287-314. doi: 10.1093/ijpor/edr015
- Gurevitch, M., & Blumler, J. G. (1990). Political communication systems and democratic values. In J. Lichtenberg (Ed.), *Democracy and the Mass Media: A Collection of Essays* (pp. 269-289). Cambridge: Cambridge University Press.
- Gutiérrez, F., Ferreira, J., & Pajoni, H. (2015). Estudio sobre los efectos de la presión política y ciudadana en las rutinas profesionales de periodistas de tres ciudades latinoamericanas-Chile. *Comuni@cción*, 6(2), 38-45.

- Hakhverdian, A., & Mayne, Q. (2012). Institutional trust, education, and corruption: A micro-macro interactive approach. *The Journal of Politics*, 74(3), 739-750. doi: 10.1017/S0022381612000412
- Hallin, D., & Mancini, P. (2004). *Comparing Media Systems: Three models of media and politics*. New York: Cambridge University Press.
- Hallin, D., & Papathanassopoulos, S. (2002). Political clientelism and the media: Southern Europe and Latin America in comparative perspective. *Media, culture & society*, 24(2), 175-195. doi: 10.1177/016344370202400202
- Hardin, R. (1999). Do we want trust in government? In M. Warren (Ed.), *Democracy and trust* (pp. 22-41). Cambridge: Cambridge University Press.
- Haßler, J., Maurer, M., & Oschatz, C. (2014). Media Logic and Political Logic Online and Offline. *Journalism Practice*, 8(3), 326-341. doi: 10.1080/17512786.2014.889451
- Heras, L. (2011). Confianza en las instituciones electorales en México: el IFE bajo la mirada ciudadana. *Revista Debates*, 5(1), 9-23.
- Herman, T. (2010). Disenchanted Love: The Emergence of Antipolitical Sentiment in Israel. Retrieved from <https://bit.ly/2DXZ508>
- Hetherington, M. J. (1998). The political relevance of political trust. *American Political Science Review*, 92(04), 791-808. doi: 10.2307/2586304
- Hetherington, M. J., & Husser, J. A. (2012). How trust matters: The changing political relevance of political trust. *American Journal of Political Science*, 56(2), 312-325. doi: 10.1111/j.1540-5907.2011.00548.x
- Hetherington, M. J., & Rudolph, T. J. (2008). Priming, performance, and the dynamics of political trust. *The Journal of Politics*, 70(2), 498-512. doi: 10.1017/s0022381608080468

- Hibbing, J. R., & Theiss-Morse, E. (1995). *Congress as public enemy: Public attitudes toward American political institutions*. New York: Cambridge University Press.
- Holtz-Bacha, C. (1990). Videomalaise revisited: Media exposure and political alienation in West Germany. *European Journal of Communication*, 5(1), 73-85. doi: 10.1177/0267323190005001005
- IFT. (2016). *Encuesta nacional de consumo de contenidos audiovisuales 2016*. Ciudad de México: Instituto Federal de Telecomunicaciones Retrieved from http://www.ift.org.mx/sites/default/files/encca2016_vf-compressed.pdf.
- INE. (2018). *Numeralia Proceso electoral 2017-2018* (pp. 130). Ciudad de México: Instituto Nacional Electoral.
- INEGI. (2018). *Encuesta Nacional de Calidad e Impacto Gubernamental 2017*. Ciudad de México: Instituto Nacional de Estadística y Geografía Retrieved from [http://www.beta.inegi.org.mx/contenidos/programas/encig/2017/doc/encig2017_principal es_resultados.pdf](http://www.beta.inegi.org.mx/contenidos/programas/encig/2017/doc/encig2017_principal_es_resultados.pdf).
- Irujo, J. M., & Gil, J. (2017). El caso Odebrecht: Los papeles secretos del mayor escándalo de América *El país* Retrieved from https://elpais.com/tag/caso_odebrecht/a
- Iyengar, S., & Kinder, D. R. (2010). *News that matters: Television and American opinion*. Chicago: University of Chicago Press.
- Jackman, R. W., & Miller, R. A. (1996). A renaissance of political culture? *American Journal of Political Science*, 40(3), 632-659. doi: 10.2307/2111787
- Jebril, N., Albæk, E., & De Vreese, C. (2013). Infotainment, cynicism and democracy: The effects of privatization vs personalization in the news. *European Journal of Communication*, 28(2), 105-121. doi: 10.1177/0267323112468683

- Jowitt, K. (1992). *New world disorder: The Leninist extinction*. Los Angeles, California: University of California Press.
- Keenan, E. L. (1986). Muscovite Political Folkways. *The Russian Review*, 45(2), 115-181. doi: 10.2307/130423
- Kepplinger, H. M. (2000). The declining image of the German political elite. *Harvard International Journal of Press/Politics*, 5(4), 71-80. doi: 10.1177/1081180X00005004005
- Kim, J., Wyatt, R. O., & Katz, E. (1999). News, talk, opinion, participation: The part played by conversation in deliberative democracy. *Political Communication*, 16(4), 361-385.
- Kleinnijenhuis, J., Van Hoof, A. M., & Oegema, D. (2006). Negative news and the sleeper effect of distrust. *The Harvard International Journal of Press/Politics*, 11(2), 86-104. doi: 10.1177/1081180X06286417
- Knight, J. (1992). *Institutions and social conflict*. Cambridge, United Kingdom: Cambridge University Press.
- Knorn, W. (2016). *Political Trust as a Variable or as a Process? A Methodological Question*. Paper presented at the Political Trust in Contemporary Representative Democracies, Barcelona, Spain.
- Krippendorff, K. (2018). *Content analysis: An introduction to its methodology*. Thousand Oaks, California: Sage publications.
- Ladd, J. M. (2010). The role of media distrust in partisan voting. *Political Behavior*, 32(4), 567-585. doi: 10.1007/s11109-010-9123-z
- Lagos, M. (2018). El fin de la tercera ola de democracias. *Latinobarómetro*. Retrieved from http://www.latinobarometro.org/latdocs/Annus_Horribilis.pdf.

- Latinobarómetro. (2015). La confianza en América Latina 1995-2015: 20 años de opinión pública latinoamericana Retrieved 24/09, 2015, from <http://www.latinobarometro.org/>
- Latinobarómetro. (2018). Informe Latinobarómetro 2018 (pp. 82). Santiago de Chile Corporación Latinobarómetro.
- Lawson, C., & McCann, J. A. (2005). Television news, Mexico's 2000 elections and media effects in emerging democracies. *British Journal of Political Science*, 35(1), 1-30. doi: 10.1017/S00070123405000013
- Lee, T.-T. (2005). Media effects on political disengagement revisited: A multiple-media approach. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 82(2), 416-433. doi: 10.1177/107769900508200211
- Lengauer, G., Esser, F., & Berganza, R. (2011). Negativity in political news: A review of concepts, operationalizations and key findings. *Journalism*, 13(2), 179-202. doi: 10.1177/1464884911427800
- Levi, M. (1988). *Of Rule and Revenue*. Berkeley: University of California Press.
- Levi, M., & Stoker, L. (2000). Political trust and trustworthiness. *Annual review of political science*, 3(1), 475-507. doi: 10.1146/annurev.polisci.3.1.475
- Li, F., & Betts, S. C. (2011). Trust: What it is and what it is not. *International Business & Economics Research Journal (IBER)*, 2(7). doi: 10.19030/iber.v2i7.3825
- Lichter, S. R. (2017). Theories of media bias. In K. Kenski & K. H. Jamieson (Eds.), *The Oxford Handbook of Political Communication* (pp. 403-416). New York: Oxford University Press.
- Lilleker, D. G. (2006). *Key concepts in political communication*. London: Sage.

- Linz, J. (1998). Los problemas de las democracias y de la diversidad democracias. In Alianza (Ed.), *La democracia en sus textos* (pp. 225-266). Madrid.
- Loveless, M. (2010). Understanding Media Socialization in Democratizing Countries: Mobilization and Malaise in Central and Eastern Europe. *Comparative politics*, 42, 457-474. doi: 10.5129/001041510x12911363510114
- Luhmann, N. (1982). *Trust and Power*. Medford, Massachusetts: John Wiley & Sons.
- Luhmann, N. (1996). *Confianza*. Barcelona: Anthropos.
- Maarek, P., & Wolfsfeld, G. (2005). *Political communication in a new era: A cross-national perspective*. London: Routledge.
- Márquez-Ramírez, M. (2014). Post-authoritarian Politics in a Neoliberal Era: Revising Media and Journalism Transition in Mexico. In M. A. Guerrero & M. Márquez-Ramírez (Eds.), *Media Systems and Communication Policies in Latin America* (pp. 272-292). London: Palgrave Macmillan.
- Meffert, M. F., Chung, S., Joiner, A. J., Waks, L., & Garst, J. (2006). The effects of negativity and motivated information processing during a political campaign. *Journal of Communication*, 56(1), 27-51. doi: 10.1111/j.1460-2466.2006.00003.x
- Mellado Ruiz, C. (2009). Periodismo en Latinoamérica: Revisión histórica y propuesta de un modelo de análisis. *Comunicar*, XVII(33). doi: 10.3916/c33-2009-01-011
- Mishler, W., & Rose, R. (2001). What are the origins of political trust? Testing institutional and cultural theories in post-communist societies. *Comparative Political Studies*, 34(1), 30-62. doi: 10.1177/0010414001034001002

- Mishler, W., & Rose, R. (2005). What are the political consequences of trust? A test of cultural and institutional theories in Russia. *Comparative Political Studies*, XX(X), 1-29. doi: 10.1177/0010414005278419
- Mitofsky. (2018). México: confianza en instituciones 2018. 48. Retrieved from <http://www.consulta.mx/index.php/estudios-e-investigaciones/mexico-opina/item/1084-confianza-instituciones-mx-2018>
- Monsiváis, A. (2018). La insatisfacción con la democracia en México (2014-2017). *Revista Perfiles Latinoamericanos*, 27(53), 1-31. doi: 10.18504/PL2753-012-2019
- Montero, J., Zmerli, S., & Newton, K. (2008). Confianza social, confianza política y satisfacción con la democracia. *Revista Española de Investigaciones Sociológicas (Reis)*, 122(1), 11-54.
- Montgomery, D. C., Peck, E. A., & Vining, G. G. (2012). *Introduction to linear regression analysis* (Vol. 821). Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons.
- Mora, J., & Rodríguez, R. (2004). Entre los escándalos mediáticos y la antipolítica. *El Cotidiano*, 20(127), 85-94.
- Morales-Mena, A. (2015). ¿Es posible reducir la desconfianza política en México? El caso mexicano (1996-2004). *Revista mexicana de opinión pública*(18), 53-68. doi: 10.1016/S1870-7300(15)71360-8
- Morales, M. (2008). Evaluando la confianza institucional en Chile: Una mirada desde los resultados LAPOP. *Revista de ciencia política (Santiago)*, 28(2), 161-186. doi: 10.4067/S0718-090X2008000200007
- Moreno, A. (2002). Negative campaigns and voting in the 2000 Mexican presidential election. *Working Papers on Political science*, 2.

- Moreno, A. (2008). La opinión pública mexicana en el contexto postelectoral de 2006. *Perfiles latinoamericanos*, 16(31), 39-63.
- Moreno, A. (2010). *La confianza en las instituciones: México en perspectiva comparada*. Ciudad de México: Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública & Cámara de Diputados, LXI Legislatura.
- Moy, P., & Pfau, M. (2000). *With malice toward all?: The media and public confidence in democratic institutions*. Westport, Connecticut: Praeger.
- Moy, P., Pfau, M., & Kahlor, L. (1999). Media use and public confidence in democratic institutions. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 43(2), 137-158. doi: 10.1080/08838159909364481
- Moy, P., & Scheufele, D. A. (2000). Media effects on political and social trust. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 77(4), 744-759. doi: 10.1177/107769900007700403
- Moy, P., Torres, M., Tanaka, K., & McCluskey, M. R. (2005). Knowledge or trust? Investigating linkages between media reliance and participation. *Communication Research*, 32(1), 59-86. doi: 10.1177/0093650204271399
- Muñiz, C. (2015). La política como debate temático o estratégico. Framing de la campaña electoral mexicana de 2012 en la prensa digital. *Comunicación y Sociedad*, 67-95. doi: 10.32870/cys.v0i23.64
- Muñiz, C., Echeverría, M., & Saldierna, A. R. (2018). *Efectos de los encuadres en situaciones no experimentales. Compromiso político y cobertura mediática en la campaña mexicana de 2018*. Universidad Autónoma de Nuevo León Monterrey.

- Muñiz, C., Echeverría, M., & Saldierna, A. R. (2019). *Efectos de los encuadres en situaciones no experimentales. Compromiso político y cobertura mediática en la campaña mexicana de 2018*.
- Mutz, D. C., & Reeves, B. (2005). The new videomalaise: Effects of televised incivility on political trust. *American Political Science Review*, 99(1), 1-15. doi: 10.1017/S0003055405051452
- Nagel, E. (2006). *La estructura de la ciencia*. Barcelona: Paidós.
- Newton, K. (1999a). Mass media effects: mobilization or media malaise? *British Journal of Political Science*, 29(4), 577-599. doi: 10.1017/S0007123499000289
- Newton, K. (1999b). Social and Political Trust in Established Democracies. In P. Norris (Ed.), *Critical citizens: Global support for democratic government* (pp. 169-187). Oxford: Oxford University Press.
- Newton, K. (2006). May the weak force be with you: The power of the mass media in modern politics. *European Journal of Political Research*, 45(2), 209-234. doi: 10.1111/j.1475-6765.2006.00296.x
- Newton, K. (2008). Trust and politics. In D. Castiglione, van Deth, J.W., Wolleb, G. (Ed.), *The handbook of social capital* (pp. 241-272). Oxford: Oxford University Press.
- Newton, K., Stolle, D., & Zmerli, S. (2018). Social and political trust. In E. M. Uslaner (Ed.), *The Oxford Handbook of Social and Political Trust* (pp. 37-56). New York: Oxford University Press.
- Nord, L. W., & Strömbäck, J. (2014). It Didn't Happen Here: Commercialization and Political News Coverage in Swedish Television 1998–2010. In J. M. Canel & K. Voltmer (Eds.),

- Comparing Political Communication across Time and Space* (pp. 192-209). London: Palgrave McMillan.
- Norris, P. (2000). *A Virtuous Circle: Political Communications in Postindustrial Societies*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Norris, P. (2011). *Democratic Deficit: Critical Citizens Revisited*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Núñez, L. F. (2018). Los primeros apuntes del análisis de competencia electoral del proceso 2018. *El Cotidiano*, 34(211), 15-26.
- NYT. (2017). El caso Odebrecht sacude a México por acusaciones contra el exdirector de la petrolera estatal. *The New York Times en Español* Retrieved from <https://www.nytimes.com/es/2017/08/15/odebrecht-mexico-emilio-lozoya-pemex-corrupcion/>
- Offe, C. (1999). How Can We Trust Our Fellow Citizens? In M. E. Warren (Ed.), *Democracy and Trust*. (pp. 42-87). Cambridge: Cambridge University Press.
- Opdycke, K., Segura, P., & Vasquez, A. M. (2013). The Effects of Political Cynicism, Political Information Efficacy and Media Consumption on Intended Voter Participation. *Colloquy*, 9, 75-97.
- Palazuelos, I. (2012). La desconfianza en los partidos políticos y la percepción ciudadana de desempeño gubernamental: México ante América Latina. *Revista Mexicana de Análisis Político y Administración Pública*, 1(1), 79-107.
- Palazuelos, I. (2014). La desconfianza en los partidos políticos y la percepción ciudadana de desempeño gubernamental: México ante América Latina. *Revista Mexicana de Análisis Político y Administración Pública*, 1(1), 79-107.

- Papathanassopoulos, S., & Giannouli, I. (2019). Media Coverage of Greece's September 2015 Election Campaign: Framing and Interpreting the Issues at Stake (pp. 23-50).
- Parametría. (2016). La familia en quien más confían los mexicanos, los partidos en los que menos. Retrieved from http://www.parametria.com.mx/carta_parametrica.php?cp=4886
- Paramio, L. (1999). Cambios sociales y desconfianza política: el problema de la agregación de preferencias. *Revista Española de Ciencia Política*(1), 81-95.
- Paramio, L. (2002). Democracia y ciudadanía en el tiempo de los medios audiovisuales. *Desarrollo Económico*, 455-468.
- Pastor, M. L. (2018). México y el nuevo gobierno tras el triunfo de López Obrador. *bie3: Boletín IIEE*(11), 179-195.
- Patterson, T. E. (1993). Out of order: How the decline of the political parties and the growing power of the news media undermine the American way of electing presidents. *New York: Alfred Knopf*.
- Patterson, T. E. (1996). Bad news, period. *PS: Political Science and Politics*, 29(1), 17-20. doi: 10.2307/420184
- Patterson, T. E. (2017). News Coverage of Donald Trump's First 100 Days. *Faculty Research Working Paper Series. Harvard Kennedy School*.
- Pereira, M. (2000). La crisis de confianza en la política y sus instituciones: los medios y la legitimidad de la democracia en Brasil. *América Latina Hoy*, 25, 23-33.
- Perloff, R. M. (2013). *The dynamics of political communication: Media and politics in a digital age*. New York: Routledge.
- Pharr, S., Putnam, R., & Dalton, R. (2000). Trouble in the advanced democracies? A quarter-century of declining confidence. *Journal of democracy*, 11, 5-25.

- Pinkleton, B. E., Austin, E. W., & Fortman, K. K. (1998). Relationships of media use and political disaffection to political efficacy and voting behavior. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 42(1), 34-49. doi: 10.1080/08838159809364433
- Piqueras, J. A., Laguna, A., Martinez, F. A., & Alaminos, A. (2011). *El secuestro de la democracia: corrupción y dominación política en la España actual* (Vol. 11): Ediciones Akal.
- PNUD. (2014). La democracia en América Latina: Hacia una democracia de ciudadanas y ciudadanos. Retrieved 05/09, 2015, from <http://www2.ohchr.org/spanish/issues/democracy/costarica/docs/PNUD-seminario.pdf>
- Potter, W. J. (2011). Conceptualizing mass media effect. *Journal of Communication*, 61(5), 896-915. doi: 10.1111/j.1460-2466.2011.01586.x
- Potter, W. J. (2012a). *Media effects*. Thousand Oaks, California: Sage Publications.
- Potter, W. J. (2012b). Media theories. *Media effects* (pp. 65-84). Thousand Oaks, California: Sage Publications.
- Prior, M. (2007). *Post-broadcast democracy: How media choice increases inequality in political involvement and polarizes elections*. New York: Cambridge University Press.
- Putnam, R. D., Leonardi, R., & Nanetti, R. Y. (1994). *Making democracy work: Civic traditions in modern Italy*. New Jersey: Princeton University Press.
- Reyes, J. F. (2018). 2018: la ruptura del sistema partidario de la transición. *El Cotidiano*, 34(211), 7-14.
- Reyes, M. C. (2007). Comunicación política y medios en México: el caso de la reforma a la Ley Federal de Radio y Televisión. *Convergencia*, 14(43), 105-136.

- Riffe, D., Lacy, S., & Fico, F. (2014a). *Analyzing media messages: Using quantitative content analysis in research*. New York: Routledge.
- Riffe, D., Lacy, S., & Fico, F. (2014b). *Analyzing Media Messages: Using Quantitative Content Analysis in Research* (3a. ed.). New York: Routledge.
- Robinson, M. J. (1976). Public affairs television and the growth of political malaise: The case of "The Selling of the Pentagon". *American Political Science Review*, 70(2), 409-432. doi: 10.2307/1959647
- Rocha-Quintero, J. E. (2018). Escenarios electorales para el año 2018. Novedades y perspectivas. *Revista Análisis Plural*, 2(03), 85-97.
- Rosanvallon, P. (2006). Democracia y desconfianza. *Revista de estudios políticos*(134), 219-237.
- Rosanvallon, P. (2007). *La contrademocracia: la política en la era de la desconfianza*. Buenos Aires: Ediciones Manantial.
- Rose, R., & Mishler, W. (2010). Political trust and distrust in post-authoritarian contexts. *CSPP Studies in Public Policy*(474).
- Rothstein, B., & Stolle, D. (2008). The state and social capital: An institutional theory of generalized trust. *Comparative politics*, 40(4), 441-459. doi: 10.2307/20434095
- Saldierna, A. R., & Muñoz, C. (2015). Influencia de los hábitos comunicativos en la generación de participación y cinismo político entre los preciudadanos. *Anuario electrónico de estudios en Comunicación Social" Disertaciones"*, 8(2), 37-59. doi: 10.12804/disertaciones.02.2015.03
- Sartori, G. (2005). *Parties and party systems: A framework for analysis*. United Kingdom: ECPR press.

- Schmitt-Beck, R. (2015). Struggling up the hill: Short-term effects of parties' contacting, political news and everyday talks on turnout. *Party politics*, 22(2), 227-240. doi: 10.1177/1354068815605675
- Schnaudt, C. (2018). *Political Confidence and Democracy in Europe: Antecedents and Consequences of Citizens' Confidence in Representative and Regulative Institutions and Authorities*. Cham, Switzerland: Springer.
- Schoon, I., & Cheng, H. (2011). Determinants of political trust: A lifetime learning model. *Developmental psychology*, 47(3), 619. doi: 10.1037/a0021817
- Schuck, A. R., Boomgaarden, H. G., & De Vreese, C. (2013). Cynics all around? The impact of election news on political cynicism in comparative perspective. *Journal of Communication*, 63(2), 287-311. doi: 10.1111/jcom.12023
- Schulz, W., & Zeh, R. (2005). The changing election coverage of German television. A content analysis: 1990–2002. *Communications. The European Journal of Communication Research*, 30(4), 385-407. doi: 10.1515/comm.2005.30.4.385
- Sedláčková, M., & Šafr, J. (2019). Trust in Transition: Culturalist and Institutional Debate Reflected in the Democratization Process in the Czech Republic, 1991–2008. In M. Sasaki (Ed.), *Trust in Contemporary Society* (pp. 104-137). Leiden: Brill.
- SEGOB. (2017). Padrón Nacional de Medios Impresos Retrieved 7 de junio de 2017, 2017, from <http://www.pnmi.segob.gob.mx/>
- Seyd, B. (2016). *How should we measure political trust?* Paper presented at the PSA annual conference, Brighton.
- <https://www.psa.ac.uk/sites/default/files/conference/papers/2016/Paper.v2.pdf>

- Shehata, A. (2014). Game frames, issue frames, and mobilization: Disentangling the effects of frame exposure and motivated news attention on political cynicism and engagement. *International Journal of Public Opinion Research*, 26(2), 157-177. doi: 10.1093/ijpor/edt034
- Shen, F., & Guo, Z. S. (2013). The last refuge of media persuasion: News use, national pride and political trust in China. *Asian Journal of Communication*, 23(2), 135-151. doi: 10.1080/01292986.2012.725173
- Six, B. (2014). A pragmatic contribution for a more reflexive institution-based trust. *Journal of Trust Research*, 4, 132-146. doi: 10.1080/21515581.2014.957290
- Soroka, S. (2014). *Negativity in democratic politics: Causes and consequences*. New York: Cambridge University Press.
- Soroka, S., & McAdams, S. (2015). News, politics, and negativity. *Political Communication*, 32(1), 1-22. doi: 10.1080/10584609.2014.881942
- Strömbäck, J., & Dimitrova, D. V. (2006). Political and Media Systems Matter: A Comparison of Election News Coverage in Sweden and the United States. *The International Journal of Press/Politics*, 11(4), 131-147. doi: 10.1177/1081180X06293549
- Strömbäck, J., Djerf-Pierre, M., & Shehata, A. (2016). A question of time? A longitudinal analysis of the relationship between news media consumption and political trust. *The International Journal of Press/Politics*, 21(1), 88-110. doi: 10.1177/1940161215613059
- Strömbäck, J., & Luengo, O. (2008). Polarized Pluralist and Democratic Corporatist Models: A Comparison of Election News Coverage in Spain and Sweden. *International Communication Gazette*, 70, 547-562. doi: 10.1177/1748048508096398

- Strömbäck, J., & Shehata, A. (2010). Media malaise or a virtuous circle? Exploring the causal relationships between news media exposure, political news attention and political interest. *European Journal of Political Research*, 49(5), 75–597. doi: 10.1111/j.1475-6765.2009.01913.x
- Strömbäck, J., & Van Aelst, P. (2010). Exploring Some Antecedents of the Media's Framing of Election News: A Comparison of Swedish and Belgian Election News. *International Journal of Press-politics - INT J PRESS-POLIT*, 15, 41-59. doi: 10.1177/1940161209351004
- Sullivan, J. (2014). Democracy in the age of negativity, abundance and hybridity. *Taiwan Journal of Democracy*, 10(2), 165-182.
- Tilly, C. (2005). *Trust and rule*: Cambridge University Press.
- Tilly, C. (2007). *Democracy*. New York: Cambridge University Press.
- Trussler, M., & Soroka, S. (2014). Consumer demand for cynical and negative news frames. *The International Journal of Press/Politics*, 19(3), 360-379. doi: 10.1177/1940161214524832
- Tsfati, Y., Tukachinsky, R., & Peri, Y. (2009). Exposure to news, political comedy, and entertainment talk shows: Concern about security and political mistrust. *International Journal of Public Opinion Research*, 21(4), 399-423. doi: 10.1093/ijpor/edp015
- Tworzecki, H., & Semetko, H. A. (2012). Media use and political engagement in three new democracies: Malaise versus mobilization in the Czech Republic, Hungary, and Poland. *The International Journal of Press/Politics*, 17(4), 407-432. doi: 10.1177/1940161212452450

- Ulbig, S. G., & Dunaway, J. (2008). *GOOD NEWS AND BAD NEWS: The Differential Effects of Media Consumption on National and State-level Political Trust*. Paper presented at the annual meeting of the MPSA Annual National Conference, Chicago, Illinois
- Urban, C. D. (1980). Editorial and program choices of heavy media users. *Journal of Advertising*, 9(1), 32-43. doi: 10.1080/00913367.1980.10673305
- Uriarte, E. (2001). La crisis de la imagen de la política y de los políticos y la responsabilidad de los medios de comunicación. *Revista de Estudios Políticos*(111), 45-64.
- Uslaner, E. (2015). The study of trust. In F. Lyon, G. Møllering & M. N. Saunders (Eds.), *Handbook of research methods on trust* (pp. 1-13). Massachusetts: Edward Elgar Publishing.
- Valdés, L. (2018). *Reformas electorales en México: Consecuencias políticas (1978-1991)*. Ciudad de México: Fondo de Cultura Económica/Benemérita Universidad Autónoma de Puebla.
- Valentino, N. A., Buhr, T. A., & Beckmann, M. N. (2001). When the Frame is the Game: Revisiting the Impact of “Strategic” Campaign Coverage on Citizens' Information Retention. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 78(1), 93-112. doi: 10.1177/107769900107800107
- Van Aelst, P. (2017). Media malaise and the decline of legitimacy: any room for good news? In C. Van Ham, J. Thomassen, K. Aarts & R. Andeweg (Eds.), *Myth and reality of the legitimacy crisis: explaining trends and cross-national differences in established democracies* (pp. 95-114). New York: Oxford University Press.
- Vliegthart, R., Boomgaarden, H. G., & Boumans, J. W. (2011). Changes in political news coverage: Personalization, conflict and negativity in British and Dutch newspapers. In K.

- Brants & K. Voltmer (Eds.), *Political Communication in Postmodern Democracy. Challenging the Primacy of Politics*. (pp. 92-110). London: Palgrave Macmillan.
- Voltmer, K. (2004). *Mass media and political communication in new democracies*. Abingdon-on-Thames: Routledge.
- Voltmer, K. (2006). The mass media and the dynamics of political communication in processes of democratization. In K. Voltmer (Ed.), *Mass media and political communication in new democracies* (pp. 1-20). New York: Routledge.
- Waisbord, S. (2006). In journalism we trust? Credibility and fragmented journalism in Latin America. In K. Voltmer (Ed.), *Mass media and political communication in new democracies* (pp. 76-91). New York: Routledge.
- Walter, A. S., & Vliegthart, R. (2010). Negative campaigning across different communication channels: Different ball games? *The International Journal of Press/Politics*, 15(4), 441-461. doi: 10.1177/1940161210374122
- Warner, B. R., & Banwart, M. C. (2016). A Multifactor Approach to Candidate Image. *Communication Studies*, 67(3), 259-279. doi: 10.1080/10510974.2016.1156005
- Warren, M. E. (1999a). *Democracy and trust* (1st ed.). United Kingdom: Cambridge University Press.
- Warren, M. E. (1999b). Democratic theory and trust. In M. E. Warren (Ed.), *Democracy and trust* (pp. 310-345). United Kingdom: Cambridge University Press.
- Wilkins, K. (2000). The role of media in public disengagement from political life. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 44(4), 569-580. doi: 10.1207/s15506878jobem4404_3

- Wong, T. K.-y., Wan, P.-s., & Hsiao, H.-H. M. (2011). The bases of political trust in six Asian societies: Institutional and cultural explanations compared. *International Political Science Review*, 32(3), 263-281. doi: 10.1177/0192512110378657
- Wright, K. B. (2005). Researching Internet-based populations: Advantages and disadvantages of online survey research, online questionnaire authoring software packages, and web survey services. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 10(3), JCMC1034. doi: 10.1111/j.1083-6101.2005.tb00259.x
- Wroe, A., Allen, N., & Birch, S. (2013). The role of political trust in conditioning perceptions of corruption. *European Political Science Review*, 5(2), 175-195. doi: 10.1017/S1755773912000094
- Yang, Y., Tang, M., Zhou, W., & Huhe, N. (2014). The Effect of Media Use on Institutional Trust in China. *Problems of Post-Communism*, 61(3), 45-56. doi: 10.2753/PPC1075-8216610304
- Zmerli, S., & van der Meer, T. W. (2017). The deeply rooted concern with political trust. In S. Zmerli & T. W. van der Meer (Eds.), *Handbook on Political Trust* (pp. 1-18). Massachusetts: Edward Elgar Publishing.

ANEXOS

Anexo 1. Reactivos utilizados Encuesta panel elecciones México 2018 ola 1

P4. Por otra parte, nos gustaría saber ¿cuántos días a la semana utiliza los siguientes medios para informarse acerca de los asuntos que afectan al país? (ROTAR LAS OPCIONES)

| | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
|---------------------|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Televisión | | | | | | | | |
| Periódicos en papel | | | | | | | | |
| Periódicos en línea | | | | | | | | |
| Radio | | | | | | | | |

P5. ¿Con qué frecuencia se informa de política a través de...? (NO ROTAR LAS OPCIONES)

| | 1 Nunca | 2 | 3 | 4 | 5 Muy frecuentemente |
|--|---------|---|---|---|----------------------|
| Noticias en periódicos en papel | | | | | |
| Noticias en periódicos digitales | | | | | |
| Programas de política de la radio | | | | | |
| Noticias de la radio | | | | | |
| Programas de política en la televisión | | | | | |
| Noticias en la televisión | | | | | |
| Debates electorales durante la campaña | | | | | |
| Programas de sátira o humor político | | | | | |
| Spots electorales | | | | | |
| Páginas de internet sobre política | | | | | |

P9. Por otra parte, nos gustaría saber ¿qué tan de acuerdo está con las siguientes afirmaciones en relación con los medios nacionales? (ROTAR AFIRMACIONES):

| | 1. Totalmente en desacuerdo | 2. Muy en desacuerdo | 3. En desacuerdo | 4. De acuerdo | 5. Muy de acuerdo | 6. Totalmente de acuerdo |
|---|-----------------------------|----------------------|------------------|---------------|-------------------|--------------------------|
| Hay mucha cobertura sensacionalista o amarillista en los medios TONALIDAD | | | | | | |
| Los medios ponen énfasis en los conflictos entre los partidos políticos COMPETENCIA | | | | | | |

P10. A continuación, voy a nombrar una serie de instituciones políticas. ¿Podría decirme qué tanta confianza tiene en cada una de ellas? (ROTAR AFIRMACIONES SALVO LAS DOS ÚLTIMAS)

| | 1. Total desconfianza | 2. Mucha desconfianza | 3. Algo de desconfianza | 4. Algo de confianza | 5. Mucha confianza | 6. Total confianza |
|--|-----------------------|-----------------------|-------------------------|----------------------|--------------------|--------------------|
| Presidente de la República | | | | | | |
| Gobierno federal | | | | | | |
| Congreso de la Unión | | | | | | |
| Partidos políticos | | | | | | |
| Políticos en general | | | | | | |
| Instituto Nacional Electoral | | | | | | |
| El sistema democrático de nuestro país | | | | | | |
| El proceso electoral de nuestro país | | | | | | |

SOCIODEMOGRÁFICOS

P16. Podría, por favor, señalar su género

1. Masculino
2. Femenino

P17. ¿Qué edad tiene usted, en número de años cumplidos? (RESPUESTA ESPONTÁNEA)

P18. ¿Podría decirme cuál es aproximadamente el nivel de ingresos mensual de su hogar?

1. Menos de \$6,000.00
2. Entre \$6,001.00 y \$10,000.00
3. Entre \$10,001.00 y \$30,000.00
4. Más de \$30,001.00
5. No sé o prefiero no contestar

P19. ¿Podría indicarme el nivel de estudios que tiene actualmente?

1. No tiene
2. Preescolar
3. Primaria
4. Secundaria
5. Preparatoria
6. Profesional
7. Posgrado
8. No sé o prefiero no contestar

P20. Independientemente del partido por el que usted vota, ¿usted normalmente se considera...? (ROTAR OPCIONES SALVO LAS DOS ÚLTIMAS)

1. Panista
2. Priísta
3. Perredista
4. Verde-ecologista
5. Petista
6. De MORENA
7. De Movimiento Ciudadano
8. Del Partido Nueva Alianza
9. Del Partido Encuentro Social
10. Otro partido
11. Ninguno

Anexo 2. Reactivos utilizados Encuesta panel elecciones México 2018 ola 2

P3. Por otra parte, nos gustaría saber ¿cuántos días a la semana utiliza los siguientes medios para informarse acerca de los asuntos que afectan al país? (ROTAR LAS OPCIONES)

| | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
|---------------------|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Televisión | | | | | | | | |
| Periódicos en papel | | | | | | | | |
| Periódicos en línea | | | | | | | | |
| Radio | | | | | | | | |

P4. En una semana típica, ¿cuántos días lee los siguientes periódicos en papel para informarse de las actuales elecciones presidenciales? (ROTAR LAS OPCIONES)

| | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
|--------------|---|---|---|---|---|---|---|---|
| La Jornada | | | | | | | | |
| Reforma | | | | | | | | |
| Excélsior | | | | | | | | |
| Milenio | | | | | | | | |
| El Universal | | | | | | | | |

P6. En una semana típica, ¿cuántos días ve los siguientes noticieros matutinos de televisoras para informarse de las actuales elecciones presidenciales? (ROTAR LAS OPCIONES)

| | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Despierta con Loret de Mola, del Canal de Las Estrellas de Televisa | | | | | | | | |
| Hechos AM con Jorge Zarza, de TV Azteca 13 | | | | | | | | |
| Imagen Noticias con Francisco Zea, de Imagen TV | | | | | | | | |

P7. En una semana típica, ¿cuántos días ve los siguientes noticieros nocturnos de televisoras para informarse de las actuales elecciones presidenciales? (ROTAR LAS OPCIONES)

| | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| En Punto con Denise Maerker, del Canal de Las Estrellas de Televisa | | | | | | | | |
| Hechos Noche con Javier Alatorre, de TV Azteca 13 | | | | | | | | |
| Imagen Noticias con Ciro Gómez Leyva, de Imagen TV | | | | | | | | |

P12. Por otra parte, nos gustaría saber ¿qué tan de acuerdo está con las siguientes afirmaciones en relación con los medios nacionales? (ROTAR AFIRMACIONES):

| | 1. Totalmente en desacuerdo | 2. Muy en desacuerdo | 3. En desacuerdo | 4. De acuerdo | 5. Muy de acuerdo | 6. Totalmente de acuerdo |
|---|-----------------------------|----------------------|------------------|---------------|-------------------|--------------------------|
| Hay mucha cobertura sensacionalista o amarillista en los medios | | | | | | |
| Las noticias están más preocupadas por entretener que por informar a las personas | | | | | | |
| Los medios ponen énfasis en los conflictos entre los partidos políticos | | | | | | |
| Las noticias a menudo cuentan los hechos de una forma inexacta o poco correcta | | | | | | |
| Los medios suelen ponerse a favor de una parte en sus noticias. | | | | | | |
| Los medios transmiten información descontextualizada acerca de los acontecimientos | | | | | | |
| Las noticias suelen informar de temas sin trascendencia, en lugar de centrarse en asuntos de verdadera importancia para el país | | | | | | |

P13. A continuación, voy a nombrar una serie de instituciones políticas. ¿Podría decirme qué tanta confianza tiene en cada una de ellas? (ROTAR AFIRMACIONES SALVO LAS DOS ÚLTIMAS)

| | 1. Total desconfianza | 2. Mucha desconfianza | 3. Algo de desconfianza | 4. Algo de confianza | 5. Mucha confianza | 6. Total confianza |
|--|-----------------------|-----------------------|-------------------------|----------------------|--------------------|--------------------|
| Presidente de la República | | | | | | |
| Gobierno federal | | | | | | |
| Congreso de la Unión | | | | | | |
| Partidos políticos | | | | | | |
| Políticos en general | | | | | | |
| Instituto Nacional Electoral | | | | | | |
| El sistema democrático de nuestro país | | | | | | |
| El proceso electoral de nuestro país | | | | | | |

Anexo 3. Reactivos utilizados Encuesta panel elecciones México 2018 ola 3

P3. Por otra parte, nos gustaría saber ¿cuántos días a la semana utiliza los siguientes medios para informarse acerca de los asuntos que afectan al país? (ROTAR LAS OPCIONES)

| | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
|---------------------|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Televisión | | | | | | | | |
| Periódicos en papel | | | | | | | | |
| Periódicos en línea | | | | | | | | |
| Radio | | | | | | | | |

P4. En una semana típica, ¿cuántos días leyó los siguientes periódicos en papel para informarse de las elecciones presidenciales? (ROTAR LAS OPCIONES)

| | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
|--------------|---|---|---|---|---|---|---|---|
| La Jornada | | | | | | | | |
| Reforma | | | | | | | | |
| Excélsior | | | | | | | | |
| Milenio | | | | | | | | |
| El Universal | | | | | | | | |

P6. En una semana típica, ¿cuántos días vio los siguientes noticieros matutinos de televisoras para informarse de las elecciones presidenciales? (ROTAR LAS OPCIONES)

| | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Despierta con Loret de Mola, del Canal de Las Estrellas de Televisa | | | | | | | | |
| Hechos AM con Jorge Zarza, de TV Azteca 1 | | | | | | | | |
| Imagen Noticias con Francisco Zea, de Imagen TV | | | | | | | | |

P7. En una semana típica, ¿cuántos días vio los siguientes noticieros nocturnos de televisoras para informarse de las elecciones presidenciales? (ROTAR LAS OPCIONES)

| | 1. Totalmente en desacuerdo | 2. Muy en desacuerdo | 3. En desacuerdo | 4. De acuerdo | 5. Muy de acuerdo | 6. Totalmente de acuerdo |
|---|-----------------------------|----------------------|------------------|---------------|-------------------|--------------------------|
| Hay mucha cobertura sensacionalista o amarillista en los medios | | | | | | |
| Las noticias están más preocupadas por entretener que por informar a las personas | | | | | | |
| Los medios ponen énfasis en los conflictos entre los partidos políticos | | | | | | |
| Las noticias a menudo cuentan los hechos de una forma inexacta o poco correcta | | | | | | |
| Los medios suelen ponerse a favor de una parte en sus noticias. | | | | | | |
| Los medios transmiten información descontextualizada acerca de los acontecimientos | | | | | | |
| Las noticias suelen informar de temas sin trascendencia, en lugar de centrarse en asuntos de verdadera importancia para el país | | | | | | |

P12. Por otra parte, nos gustaría saber ¿qué tan de acuerdo está con las siguientes afirmaciones en relación con los medios nacionales? (ROTAR AFIRMACIONES):

| | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| En Punto con Denise Maerker, del Canal de Las Estrellas de Televisa | | | | | | | | |
| Hechos Noche con Javier Alatorre, de TV Azteca 1 | | | | | | | | |
| Imagen Noticias con Ciro Gómez Leyva, de Imagen TV | | | | | | | | |

P13. A continuación, voy a nombrar una serie de instituciones políticas. ¿Podría decirme qué tanta confianza tiene en cada una de ellas? (ROTAR AFIRMACIONES SALVO LAS DOS ÚLTIMAS)

| | 1. Total desconfianza | 2. Mucha desconfianza | 3. Algo de desconfianza | 4. Algo de confianza | 5. Mucha confianza | 6. Total confianza |
|--|-----------------------|-----------------------|-------------------------|----------------------|--------------------|--------------------|
| Presidente de la República actual | | | | | | |
| Gobierno federal actual | | | | | | |
| Congreso de la Unión actual | | | | | | |
| Partidos políticos | | | | | | |
| Políticos en general | | | | | | |
| Instituto Nacional Electoral | | | | | | |
| El sistema democrático de nuestro país | | | | | | |
| El proceso electoral de nuestro país | | | | | | |

Anexo 4. Codificación del análisis de contenido para variable Negatividad

| Indicador | | Código |
|---------------------|--|---------------|
| <i>Tonalidad:</i> | Negativo: la noticia se encuadra como fracaso político, crisis, frustración o decepción | 1 |
| | Neutro | 2 |
| | Positivo: se trata de un éxito, logro, mejora, esperanza o ganancia | 3 |
| <i>Competencia:</i> | Negativo: ataques y críticas a partir de incompetencia o conducta inapropiada. | 1 |
| | Neutro | 2 |
| | Positivo: descripciones de capacidad, competencia o aclamación | 3 |
| <i>Conflicto:</i> | Conflicto: los hechos, citas e interpretaciones se comunican en términos de conflicto entre las partes | 1 |
| | No aplica | 2 |
| | Consenso: los hechos, citas e interpretaciones se comunican en términos de consenso entre las partes. | 3 |