



Confianza en los medios de comunicación y libertad de prensa en el sur de Europa: diferencias entre países y perfiles sociodemográficos


María Francisca Montiel Torres

Universidad de Málaga ✉ 

Ana Zafra Arroyo

Universidad de Málaga ✉ 

Laura Teruel Rodríguez

Universidad de Málaga ✉ 

<https://dx.doi.org/10.5209/emp.96323>

Recibido: 4 de junio de 2024 / Aceptado: 30 de julio de 2024

ES Resumen. Esta investigación plantea un estudio comparado de seis países del sur de la Unión Europea (Croacia, Eslovenia, España, Grecia, Italia y Portugal) analizando las características sociodemográficas sexo, edad, nivel de estudios e ideología para ver su influencia sobre la confianza en los medios de comunicación y establecer perfiles. A su vez, se propone comprobar si existe correlación entre la confianza y la libertad de prensa. Partiendo de los datos del Eurobarómetro y Reporteros Sin Fronteras, se emplea una metodología cuantitativa descriptiva y se testea su significación estadística. Salvo Portugal, todos los países presentan niveles de confianza bajos, especialmente Grecia. Las variables muestran gran heterogeneidad entre los territorios pero se prueba que mujeres, jóvenes y mayores, y quienes poseen estudios primarios muestran mayor confianza aunque, en algunos casos, con leves diferencias. Al contrario, confían menos quienes se definen de izquierda. Se observa una alta correlación entre libertad de prensa y confianza. A partir de los resultados, no puede considerarse que el sur de Europa sea un territorio uniforme en estos fenómenos.

Palabras clave: Confianza en los medios, libertad de prensa, Unión Europea, estudios comparados, perfiles sociodemográficos.

ENG Trust in Media and Press Freedom in southern Europe: differences between countries and sociodemographic profiles

Abstract. This research proposes a comparative study of six countries of the Southern European Union (Croatia, Slovenia, Spain, Greece, Italy and Portugal), analysing the socio-demographic characteristics of gender, age, educational level and ideology to observe their influence on trust in the media and to create profiles. Simultaneously, it is proposed to test if there is a correlation between trust and press freedom. Using data from Eurobarometer and Reporters Without Borders, a descriptive quantitative methodology is applied and tested for statistical significance. With the exception of Portugal, all countries show low levels of trust, especially Greece. The variables show great heterogeneity between territories, but it is noted that women, the young, the old and those with primary education show greater trust, although in some cases with slight differences. On the contrary, those who define themselves as left-wing are less trusting. There is a strong correlation between press freedom and trust. Based on the results, Southern Europe cannot be considered a uniform territory in these phenomena.

Keywords: Media trust, press freedom, European Union, comparative studies, sociodemographic profiles.

Cómo citar: Montiel Torres, M. F., Zafra Arroyo, A. y Teruel Rodríguez, L. (2024). Confianza en los medios de comunicación y libertad de prensa en el sur de Europa: diferencias entre países y perfiles sociodemográficos. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 30(2), 553-568. <https://dx.doi.org/10.5209/emp.96323>

1. Introducción

La confianza en los medios de comunicación es objeto destacado de interés académico. Se ha estudiado desde diversas disciplinas como la Filosofía, el *Marketing*, la Sociología, la Antropología, la Psicología o la Economía por la amplitud del concepto (Bauer, 2021; Christov-Moore *et al.*, 2023; Malikeh y Mahnaz, 2013; Zsigmondová, Zsigmond y Machová, 2021). De manera consensuada, se considera una construcción social que refleja la actitud global de las personas hacia las noticias y los medios de comunicación en general (Sapir, 2022). Por ello, su estudio necesita aportaciones científicas que avancen en el conocimiento de las causas que han propiciado la crisis de confianza mediática, la cual repercute en el funcionamiento de la democracia (Dahlgren, 2018; Warren, 2018).

Paralelamente, la credibilidad sería el conjunto de indicadores que utilizan las personas para valorar esta confianza en los medios (Strömbäck *et al.*, 2020). En la mayoría de los casos, se asocia a la calidad periodística y a las funciones normativas establecidas para los medios (Prochazka y Schweiger, 2019), que generan una predisposición a creer en los contenidos de las noticias por la expectativa de que los informadores seguirán rutinas profesionales y deontológicas adecuadas (Hanitzsch, Van Dalen y Steindl, 2017).

Diversos informes vienen poniendo de manifiesto una caída de los niveles de confianza en muchos países. El Edelman Trust Barometer (Edelman Trust Institute, 2024) —que asigna un índice global del 56 % de promedio para la confianza en ONG, empresas, gobiernos y medios de comunicación— otorga a los medios de comunicación por separado un 50 %, un nivel por debajo del resto de instituciones. En 15 de los 28 países analizados, entre ellos España e Italia, el dato es aún inferior. El *Digital News Report* (Reuters Institute for the Study of Journalism, 2023) señala que, en promedio, sólo cuatro de cada diez personas confían en las noticias a nivel mundial. Finlandia es el país con niveles más altos de confianza general (69 %), Grecia posee el nivel más bajo (19 %) y España e Italia muestran una confianza similar (33 % y 34 %, respectivamente).

La pérdida de credibilidad en las instituciones democráticas —los medios de comunicación entre ellas—, la falta de contrastación en las informaciones, la influencia de los algoritmos, el poder de las empresas tecnológicas y el rechazo a las instituciones del poder establecido contribuyen a la polarización social (Bertaccini, Fabbris y Petrucci, 2021; Goyal y Goyal, 2023). Mientras que un cierto grado de escepticismo ante las informaciones resulta beneficioso para un diálogo social plural y diverso, pues fomenta el debate público, niveles excesivos de desconfianza «pueden impedir la aceptación de las pruebas empíricas y el conocimiento experto» (Hameleers *et al.*, 2021, p. 2).

Los ataques a la libertad de prensa y la percepción de proximidad entre periodistas y partidos políticos o gobiernos han contribuido al deterioro de la confianza en el periodismo en el contexto europeo (Michailidou *et al.*, 2023). Así, un estudio sobre las elecciones alemanas concluye que cuanto menos se confía en los medios de comunicación y en la

política, más se cree en la desinformación en línea (Zimmermann y Kohring, 2020). Se ha establecido una correlación directa entre una mayor desconfianza en los medios de comunicación y una disminución del consumo de noticias (Hameleers *et al.*, 2022) que se materializa, según el *Digital News Report* de junio de 2024, en que cuatro de cada diez personas en Europa evita frecuentemente las noticias. Este 39 % supera en un punto porcentual el último récord registrado en 2022 y representa un aumento de tres puntos respecto a 2023 y diez puntos más que el 29 % registrado en 2017.

No obstante, la disminución de la confianza no es homogénea en todos los países. El sur de Europa posee características socioeconómicas e históricas que condicionan la agenda mediática, los discursos políticos o la confianza en su entramado mediático e institucional. De manera general, estos Estados presentan niveles más elevados de desconfianza tanto en los medios de comunicación como en las instituciones, en comparación con el promedio europeo (Eurobarometer, 2023).

En Europa, la crisis financiera de 2008 tuvo consecuencias notablemente más acentuadas en los países del sur: Portugal, Italia, Grecia y España —conocidos despectivamente como los PIGS— frente a los Estados nórdicos y centrales. Esto derivó en un deterioro de la percepción de la ciudadanía sobre sus instituciones económicas, políticas y mediáticas. Se ha comprobado el impacto de la crisis de deuda en la confianza ciudadana hacia los medios de comunicación, especialmente en Grecia y España (Köhler y Otto, 2018; Küsters y Garrido, 2020). Así, las democracias del sur de Europa se vieron especialmente afectadas por la recesión y las políticas de austeridad posteriores a 2008, por lo que disminuyó la confianza en el gobierno y la satisfacción con la democracia en más de 25 puntos porcentuales, mientras que en el norte las fluctuaciones fueron ligeras (Van Der Meer, 2017).

Por otra parte, tras la crisis financiera, los salarios y las condiciones laborales de los periodistas experimentaron una notable precarización, lo que obstaculizó el ejercicio de la libertad de prensa. La celeridad informativa, los despidos o la escasez de corresponsales inciden negativamente en la calidad de la información proporcionada (Čehovin Zajc y Poler, 2021; García de Madariaga y Arasanz, 2019; Papatthanassopoulos *et al.*, 2021).

Estas situaciones han servido para la consolidación de un marco de análisis en las Ciencias de la Comunicación cuyas bases teóricas fueron establecidas por Hallin y Mancini (2004). Según su modelo, en comparación con países anglosajones y de Europa Central, las estructuras mediáticas de los países occidentales del sur de Europa se han desarrollado con menor independencia editorial, lo que afecta a la confianza que éstas reciben por parte de la ciudadanía. En estos entornos, unos medios más polarizados, menos plurales e independientes se relacionan con una insatisfacción de las expectativas de la ciudadanía y, por tanto, una mayor desconfianza (Rodríguez-Virgili *et al.*, 2023).

Estos autores enmarcan dentro de un mismo modelo a aquellos Estados que, como Grecia, Portugal y España, en la década de los 70 aún no habían alcanzado la democracia. De este modo, para la

inclusión de un país dentro del modelo pluralista polarizado o mediterráneo, se consideraron los sistemas con bajos niveles de circulación de la prensa; un alto grado de afinidad y colaboración entre partidos políticos y medios; un bajo profesionalismo del periodismo y un rol activo o intervencionista del Estado en el campo de la comunicación mediática. Pese a que Italia alcanzó su democracia antes que otros países de la región, su entresijo mediático cumplía con los parámetros definitorios del modelo pluralista polarizado.

Esta clasificación ha sido revisada para incluir nuevas apreciaciones sobre otros Estados cercanos porque, en su primera versión, consideró solo a países occidentales, y para cuestionar la inclusión de Francia, más cercano a referentes del centro de Europa (Hallin y Mancini, 2013). En los escasos trabajos que han establecido similitudes entre los sistemas mediáticos de Europa oriental y el modelo pluralista polarizado (Castro-Herrero *et al.*, 2017, Dobek-Ostrowska, 2012) se afirma que «el nuevo modelo del sureste europeo está unido por una escasa profesionalización del periodismo, una baja difusión de los periódicos, una calidad del servicio público de televisión escasa o media y un alto paralelismo entre políticos y propietarios» (Peruško *et al.*, 2013, p. 149).

El sistema mediático de Eslovenia está caracterizado por una importante influencia del Estado así como de la élite política. Esta influencia se produce mediante aportaciones económicas del Estado a ciertos medios o el fenómeno del *savage regulation* o cambios frecuentes en la legislación mediática para legitimar lo que más interesa a los propietarios de los medios (Hrvatín y Petković, 2007), por lo que «comparte más rasgos con el modelo pluralista mediterráneo o polarizado que con el modelo corporativo democrático de Europa central y occidental» (p. 197). Croacia posee del mismo modo un modelo intervencionista estatal en el que, con fondos públicos, se ofrecen subvenciones directas a medios de comunicación minoritarios mediante la cofinanciación de la producción audiovisual, la distribución de los cánones de licencia de la televisión pública y mediante el fomento del pluralismo que pretende apoyar a medios regionales a partir de una tasa sobre las emisoras comerciales (Peruško, 2013).

No obstante, según los últimos informes del Media Pluralism Monitor –un proyecto de investigación que evalúa la salud de los ecosistemas mediáticos en Europa– y del Informe sobre el Estado de Derecho de la Comisión Europea, en 2024, tanto Croacia como Eslovenia comparten problemas endémicos de los países con un modelo pluralista polarizado como concentración en la propiedad de los medios, influencia gubernamental sobre el servicio público y falta de independencia de los reguladores nacionales de los medios de comunicación. Malčič (2023) destaca el incremento en los últimos años de la polarización política en Eslovenia y subraya también que la retórica de los políticos se ha tornado más agresiva, incluso al punto de llegar a ataques verbales e insultos a periodistas, lo que denota el característico «paralelismo» entre política y medios del sistema pluralista polarizado, así como una escasa muestra de consideración por parte de los gobernantes hacia la no intervención en el libre ejercicio del periodismo.

1.1. Características sociodemográficas de la confianza en medios

Además de las condicionantes mediáticas y geográficas, las características sociodemográficas de la población son determinantes para conocer la credibilidad que la ciudadanía otorga a los medios de comunicación como institución de la democracia. Según variables como el sexo, la edad, la formación o la ideología se ofrecen respuestas diferentes. El estudio de Negrodo y Vara-Miguel (2023) destaca que no existen diferencias significativas entre sexo en cuanto a confianza en las noticias se refiere, pero que un nivel económico o formativo alto coincide con una mayor desconfianza hacia las noticias en España.

Con respecto a la edad, se ha sostenido que los jóvenes son más desconfiados ante las noticias (Serrano-Puche, 2018). Este escepticismo se ha extendido, además, a franjas de edad más avanzadas. El análisis de Rodríguez-Pérez y Canel (2023) sobre la resiliencia a las noticias falsas concluye que la edad es la variable sociodemográfica con mayor poder predictivo: los ciudadanos más jóvenes tienden a ser más resilientes que los mayores. Además, la educación superior parece ser una variable predictiva que favorece la resiliencia, pero para ellos, en contradicción con estudios anteriores, los hombres tienen mayor resiliencia ante las noticias falsas que las mujeres.

Los estudios demuestran que el posicionamiento ideológico influye significativamente en la confianza en los medios de comunicación, lo que conduce a ecosistemas mediáticos polarizados (Masip, Suau y Ruiz-Caballero, 2020; Valera-Ordaz *et al.*, 2024). Esta exposición selectiva es particularmente evidente en sistemas polarizados pluralistas como los del sur de Europa, donde los ciudadanos eligen medios de comunicación que se alinean con sus creencias políticas y afiliaciones partidarias (Valera-Ordaz *et al.*, 2024). El nivel de institucionalización en los sistemas de partidos también afecta la confianza en los medios. Las percepciones de los ciudadanos sobre la capacidad de respuesta política son un factor crucial (Ponce, 2014). Además, la exposición a noticias en plataformas de redes sociales se asocia generalmente con una menor confianza en el gobierno y en las instituciones del Estado, mientras que el uso de medios tradicionales se correlaciona positivamente con la confianza política. Sin embargo, estas relaciones están moderadas por factores como la libertad de los medios de comunicación y la polarización política (Labarca *et al.*, 2022).

A nivel internacional, el estudio realizado dentro del proyecto Iberifier (Moreno-Castro, Crespo *et al.*, 2022) en España y Portugal destaca que en el primer país no se encuentran diferencias significativas en los resultados según variables sociodemográficas. Sin embargo, se obtienen disparidades relevantes al tratar la pérdida de confianza en los medios que publican noticias falsas y el sexo de la persona encuestada, mayor en los hombres, que además no recuperarían la confianza, mientras que las mujeres sí lo harían. En Portugal, tampoco se encuentran diferencias significativas entre los diferentes grupos demográficos.

Respecto a las diferencias por grupos de edad, el Pew Research Center (2018) concluye que los

Europeos más jóvenes (18-29 años) confían menos en los medios de comunicación que los adultos del grupo de mayor edad (50+ años) en cinco de los ocho países de Europa occidental estudiados. Por el contrario, otros autores no encuentran diferencias entre generaciones a nivel absoluto, aunque sí en predictores de la confianza en los medios como las percepciones de sesgo y de inexactitud, que se relacionan negativamente con la confianza, o de la confianza política, que se asocia positivamente con la confianza en los medios y que haría más desconfiadas a las generaciones jóvenes que a las generaciones mayores (Brosius, Ohme y De Vreese, 2021). Se ha comprobado que existe un nivel de exigencia más bajo para los contenidos que son congruentes con la ideología propia (Gawronski y Luke, 2023).

La diferenciación por perfiles sociodemográficos, por tanto, añade un valor significativo a este trabajo. Estas variables permiten un enfoque innovador al proporcionar una visión integral de la confianza en los medios según edad, sexo, nivel educativo, ideología y país, específicamente en la región meridional de Europa.

2. Objetivos

El primer objetivo general (OG1) de esta investigación es estudiar la confianza de la ciudadanía en los medios de comunicación en los países del sur de la Unión Europea: Croacia, Eslovenia, España, Grecia, Italia y Portugal. El análisis comparado de los países de Europa del sur ayuda a entender cómo interactúan los factores históricos, socioeconómicos y políticos para configurar trayectorias compartidas, y, a su vez, proporciona lecciones para la formulación de políticas sociales.

Se analiza la confianza hacia los medios de comunicación a nivel general y en cada país atendiendo a diferentes aspectos específicos: la fiabilidad de la información que ofrecen, la presencia de opiniones diversas o la presión que ejercen sobre ellos las empresas o los gobiernos, con especial atención a los medios públicos, relacionando estos aspectos con las variables sociodemográficas consideradas relevantes por los estudios previos: sexo, edad y nivel de estudios.

Los objetivos específicos planteados son los siguientes:

- Comparar la confianza ciudadana en los medios, así como la percepción de la existencia de presiones políticas y comerciales (OE1).
- Analizar existen diferencias no sólo entre los países sino también por sexo, edad, nivel formativo, y posicionamiento ideológico (OE2).

El segundo objetivo general es estudiar si existe correlación entre la confianza en los medios y la libertad de prensa, entendiendo que una mayor libertad de prensa entraña una mayor confianza en la labor informativa que desarrollan los profesionales del periodismo (OG2). Así, pese a que en la Unión Europea se presupone libertad de prensa, cada Estado cuenta con problemáticas endógenas que afectarían a la percepción que la ciudadanía tiene acerca de las noticias que recibe en su país.

Los casos de SLAPP (Strategic Lawsuit Against Public Participation) contra periodistas (Media Freedom Rapid Response, 2023), la fuerte polarización en España (Padró-Solanet y Bacells, 2022) o la falta de independencia de las autoridades audiovisuales en Grecia (Papadopoulou y Angelou, 2023) son algunos de los elementos que conformarían un paradigma complejo en cuanto a la libertad de expresión. Las amenazas e impedimentos actuales a la libertad de los periodistas para ejercer su trabajo se están expandiendo y se aplican a más países (Siapera y Sighele, 2017). Un análisis comparativo de los reguladores de los medios de comunicación en Europa occidental revela que la naturaleza y el desempeño de estos organismos varían profundamente, y que sus acciones tienen consecuencias específicas para el contexto de cada país (Mutu, 2018).

A las ventajas propias de los estudios comparados, este trabajo aporta la novedad de contar con países de reciente incorporación a la UE y no tan estudiados como Croacia y Eslovenia. Al mismo tiempo, también innova en la correlación que relaciona la libertad de prensa y la confianza en los medios de comunicación.

3. Metodología

Para alcanzar los objetivos trazados se ha realizado un abordaje metodológico cuantitativo a partir de datos estadísticos que permiten la comparación internacional en el marco de la Unión Europea, usando el Eurobarómetro 100 de la Comisión Europea (Eurobarometer, 2023) y la Clasificación Mundial de la Libertad de Prensa, elaborada por Reporteros Sin Fronteras, RSF (2024).

La fuente primaria de este trabajo es el Eurobarómetro, una encuesta de opinión realizada por la Comisión Europea con objeto de saber qué piensa la ciudadanía europea acerca de diversos temas como la imagen de la UE, la situación económica o sus principales preocupaciones. Desde 2018, contiene preguntas específicas sobre la confianza en los medios de comunicación y otras instituciones. Para este estudio, se utilizan los datos proporcionados por el Eurobarómetro estándar número 100, realizado en el otoño de 2023 y publicado en diciembre del mismo año.

Junto a ella se recurre a la 21ª edición de la Clasificación Mundial de la Libertad de Prensa, elaborada por Reporteros Sin Fronteras y al Índice de Libertad de Prensa, cuyo objetivo es comparar el nivel de libertad de que disfrutan periodistas y medios de comunicación en 180 países. El Índice se basa en una puntuación de 0 a 100 asignada a cada país. Esta puntuación se obtiene gracias a dos componentes: un recuento cuantitativo de los abusos contra medios de comunicación y periodistas en relación con su trabajo y, en segundo lugar, un análisis cualitativo de la situación en cada país basado en las respuestas de los especialistas en libertad de prensa (periodistas, investigadores, académicos y defensores de los derechos humanos) a un cuestionario específico.

La muestra de países seleccionados se ha establecido conforme al criterio geográfico de estar ubicados al sur de la Unión Europea y al criterio poblacional de superar el millón de habitantes: Croacia, Eslovenia, España, Grecia, Italia y Portugal. De este

modo, no se han incluido Chipre y Malta por su población. Tampoco se ha considerado a Francia, ya que diversas revisiones teóricas han afirmado su mayor cercanía con los modelos mediáticos centro-europeos (Brüggemann *et al.*, 2014; Hallin y Mancini, 2012; Teruel, 2023).

Se han considerado las variables sociodemográficas de sexo, edad, nivel de estudios y posicionamiento ideológico. Los tamaños muestrales utilizados en Eurobarómetro hacen que los resultados se consideren representativos con un nivel de confianza y margen de error aceptables al ser tratados de forma porcentual. Por país, todas las muestras superan las 1000 personas atendiendo también a una representatividad de las variables sociodemográficas. Del conjunto de datos ofrecidos por Eurobarómetro, se han seleccionado los referidos a las preguntas siguientes:

- QA6.1. ¿Cuánta confianza tiene en ciertas instituciones? Los medios de comunicación
- Para cada una de las siguientes afirmaciones, por favor, indique en qué medida corresponde o no a la situación de los medios de comunicación nacionales:
 - QE7.1. Los medios nacionales ofrecen información confiable.
 - QE7.2. Los medios nacionales ofrecen diversos puntos de vista y opiniones.
 - QE7.3. Los medios nacionales ofrecen información libre de presiones políticas o comerciales.
 - QE7.4. Los medios públicos nacionales están libres de presiones políticas.

Todas ellas utilizan una Escala de Likert para conocer el nivel de acuerdo o desacuerdo según dos categorizaciones distintas. Para la pregunta QA6.1 estas categorías son: «Tiendo a confiar»; «Tiendo a no confiar»; «No sé». Para QE7, 1 a 4, las categorías de respuesta son: «Sí, absolutamente»; «Sí, hasta cierto punto»; «No, no realmente»; «No, en absoluto»; «Depende» (espontánea); «No sé». De éstas se han agregado las dos positivas («Sí, absolutamente»+«Sí, hasta cierto punto») como «Sí», las dos negativas («No, realmente»+«No, en absoluto») como «No» y las restantes categorías («No sé»+«Depende») se agrupan como «Otros».

Las variables sociodemográficas seleccionadas son: Sexo (hombre/mujer), Edad (15-24 años/25-39 años/40-54 años/55-64 años/65 años y más), Nivel de estudios alcanzado agrupado en niveles generales, Primarios (educación pre-primaria, sin educación, enseñanza primaria y primer ciclo de enseñanza secundaria), Medios (segundo ciclo de enseñanza secundaria, enseñanza post-secundaria o superior, incluida la formación profesional y enseñanza superior de ciclo corto) y Superiores (licenciatura, máster y doctorado) y posicionamiento ideológico (derecha, centro, izquierda).

La variable posicionamiento ideológico presenta un número considerable de valores perdidos (*missing values*) que oscilan de 57 en Croacia a 232 en Portugal. En este caso, el análisis se efectuará sobre los porcentajes de respuestas válidas en lugar de sobre el total de la muestra.

Para todas las cuestiones se presentan las tablas de contingencia porcentuales clasificadas por país y variable sociodemográfica, recogiendo el porcentaje de respuestas positivas totales (Sí). Por otra parte, se incluye el estadístico Chi-cuadrado para testear la independencia, sobre las categorías agrupadas definidas.

También se estima el coeficiente de variación Pearson (CV), lo que permite aproximar la dispersión relativa del conjunto de datos de los distintos países. Un coeficiente de variación bajo indica que los datos oscilan entre valores cercanos la media, mientras que un valor alto señala una mayor dispersión. Se suele utilizar el valor 30 como marca para señalar que la media es representativa del conjunto de datos y éste es homogéneo.

Se considera que tienen un alto nivel de confianza aquellos países en los que las respuestas afirmativas, es decir el grado de acuerdo con la proposición enunciada, son iguales o superiores al 70 %, un nivel de confianza medio si están entre el 50 % y el 69 % y un bajo nivel de confianza si son inferiores al 50 %. Se calcula además el índice de confianza neta (Net Trust Index) desarrollado por el EBU Media Intelligence y definido como la diferencia entre el porcentaje de personas que tienden a confiar y los que tienden a no confiar sin tener en cuenta las otras respuestas. Para un valor superior a 10 se considera confianza alta; entre 0 y 10, confianza media; entre -1 y -10, poca confianza, y por debajo de -10 ninguna confianza.

Para cuantificar la relación entre la confianza en los medios percibida por la ciudadanía y la libertad de prensa, se ha recurrido al coeficiente de correlación de Pearson, una medida de dependencia lineal entre dos variables aleatorias cuantitativas con la que estimar su covariación o variación conjunta. El cálculo se efectúa para el porcentaje de acuerdo en cada una de las cuestiones, así como para los promedios estimados del total de cuestiones y de aquellas que atienden a los medios nacionales.

4. Resultados

En las tablas siguientes se recogen, para cada país, los porcentajes de personas que muestran confianza en los medios respecto a las cuestiones planteadas —«Sí»—, así como los valores de la prueba Chi-cuadrado respecto a las variables sociodemográficas. Un valor de Chi cuadrado por debajo de 0,05 indica que existe una diferencia estadísticamente significativa.

4.1. Confianza en los medios de comunicación

En la muestra se observa un bajo nivel de confianza en los medios de comunicación, con un promedio del 35 %. Un coeficiente de variación total de 40,1 muestra diferencias considerables entre países. En cinco de los seis países analizados, Croacia, Eslovenia, España, Italia y Grecia, menos del 40 % de las personas tiende a confiar. Entre estos destaca Grecia, donde el porcentaje es menor del 20 %. Portugal, en cambio, es el que muestra mayor confianza, en términos generales, cada variable sociodemográfica considerada (Tabla 1).

Tabla 1. Personas que tienden a confiar en los medios de comunicación (%).

		Croacia	Eslovenia	España	Grecia	Italia	Portugal	CV
Porcentaje de acuerdo total		37,5	25,9	30,2	19,9	38,6	60,6	40,1
Confianza neta		-22,2	-46,8	-37,4	-59,5	-19,0	23,3	
Sexo	Hombres	35,3	25,5	26,0	15,6	39,7	60,4	46,0
	Mujeres	39,5	26,2	34,2	23,9	37,5	60,8	35,6
	Prueba Chi	0,1941	0,9455	0,0169	0,0035	0,2614	0,0322	
Edad	15-24	40,6	29,5	38,3	30,1	53,4	55,1	26,9
	25-39	35,1	16,7	24,3	10,3	38,3	64,2	61,0
	40-54	31,8	23,6	28,4	15,5	41,6	66,3	51,6
	55-64	32,4	28,0	34,4	14,8	39,4	57,2	40,6
	65+	46,9	33,6	30,7	29,7	29,0	56,9	30,4
	Prueba Chi	0,0003	0,0024	0,2498	0,0000	0,0000	0,1276	
Nivel educativo	Primarios	45,1	24,6	35,2	33,8	30,2	61,5	34,2
	Medios	36,5	25,7	30,6	13,2	41,3	61,8	47,0
	Superiores	38,7	28,6	21,5	17,3	47,3	55,2	43,8
	Prueba Chi	0,3149	0,3900	0,0220	0,0000	0,0000	0,4354	
Posicionamiento ideológico	Izquierda	37,9	36,8	29,7	5,3	41,1	56,6	48,9
	Centro	35,0	28,1	33,0	15,6	46,0	66,3	46,4
	Derecha	44,2	16,1	23,5	41,1	40,4	49,5	36,4
	Prueba Chi	0,0461	0,0001	0,2282	0,000	0,1010	0,0001	
Perfil de mayor confianza	Mujer 65+ Primarios Izquierda	Mujer 65+ Superiores Izquierda	Mujer 15-24/65+ Primarios Centro	Mujer 15-24 Primarios Derecha	Mujer 15-24 Superiores Centro	Mujer/Hombre 40-54 Primarios-Medios Centro		

Fuente: Eurobarómetro 100 y elaboración propia.

Aunque las mujeres y los hombres no muestran diferencias significativas, en Grecia y España sí se presentan contrastes. En general, la confianza es mayor en las mujeres. Atendiendo a las cohortes de edad, el porcentaje de confianza en los jóvenes es el único con homogeneidad entre países. En promedio, se mueve entre el 31 % para 25-39 años y el 41 % para 15-24 años y, salvo en España y Portugal, se presentan diferencias estadísticamente significativas. En Croacia, Eslovenia y Grecia son los extremos —jóvenes y mayores— los que apuntan a confiar más; mientras que en Italia, los mayores son los más desconfiados, y en Portugal lo son también los más jóvenes. En España los jóvenes son los más confiados.

El nivel educativo es una variable que, en promedio, se reparte equitativamente entre las tres categorías definidas, aunque en cuatro de los seis países es mayor en las personas con estudios primarios. Para el posicionamiento ideológico, las diferencias son estadísticamente significativas en todos los países, salvo España, aunque en Croacia el valor de la prueba de Chi cuadrado es muy cercano al 0,05. Las personas de izquierda tienen mayor confianza en Eslovenia, mientras que España, Italia y Portugal lo son las de centro, y en Croacia y Grecia las de derecha.

4.2. Los medios nacionales ofrecen información confiable

La confianza conjunta en los medios del país de la persona encuestada puede considerarse de nivel medio, 55 % de promedio, y un coeficiente de variación de 27,7, lo que expresa una cierta homogeneidad observada también en las categorías de las distintas variables (Tabla 2). En tres de ellos —Eslovenia, España y Grecia— menos de la mitad de las personas tiende a confiar. Destaca, al igual que en la tabla anterior, el resultado negativo de Grecia. Portugal vuelve a ser el país que muestra una mayor confianza, en este caso, superior al 70 %. Este dato puede calificarse de alto nivel de confianza en general y en cada una de las variables sociodemográficas consideradas. La confianza en los medios nacionales es mayor, en todos los casos, a la confianza en los medios en general.

Mujeres y hombres presentan niveles de confianza similares en promedio, sin diferencias estadísticamente significativas, salvo en Grecia y Portugal. Además, las mujeres ofrecen una cierta homogeneidad entre países. Respecto a la edad, el porcentaje de confianza es similar y cercano al 55 % en todos

los grupos. Sin embargo, Grecia y Portugal presentan diferencias estadísticamente significativas. Los de 15-24 años y 40-54 son los grupos aparentemente más confiados. El grupo de 65+ refleja homogeneidad entre países.

El nivel educativo tiene diferencias estadísticamente significativas en España, Grecia, Italia y Portugal. Suelen ser más confiadas las personas de

estudios primarios. Esta categoría y la de estudios superiores son aceptablemente homogéneas entre países. Salvo en España y Grecia, el posicionamiento ideológico induce diferencias estadísticamente significativas en la confianza. La categoría que en mayor proporción está de acuerdo es la de centro, que puede considerarse, junto con la derecha, homogénea entre países.

Tabla 2. Los medios nacionales ofrecen información confiable (% de personas).

		Croacia	Eslovenia	España	Grecia	Italia	Portugal	CV
Porcentaje de acuerdo total		60,9	47,7	46,0	35,7	60,3	78,8	27,4
Confianza neta		25,4	-3,3	-4,3	-27,2	23,6	65,0	
Sexo	Hombres	60,6	46,6	43,8	33,4	58,7	82,3	31,4
	Mujeres	61,2	48,8	48,2	37,8	61,8	75,7	24,0
	Prueba Chi	0,4660	0,2556	0,1020	0,0221	0,0519	0,0134	
Edad	15-24	64,8	54,5	45,8	30,1	66,4	80,3	30,9
	25-39	60,1	41,0	38,6	31,5	61,1	84,3	37,0
	40-54	59,2	46,4	49,8	33,2	61,7	85,4	31,5
	55-64	50,1	50,0	48,8	32,9	58,8	77,0	26,9
	65+	62,0	50,6	46,3	45,5	56,5	68,5	16,7
	Prueba Chi	0,8128	0,0697	0,0490	0,0069	0,5261	0,0000	
Nivel educativo	Primarios	61,0	49,6	49,7	41,5	56,2	75,5	21,2
	Medios	60,9	46,8	43,5	32,5	62,6	84,1	33,0
	Superiores	61,3	46,8	47,2	35,3	60,7	79,9	28,1
	Prueba Chi	0,4407	0,2098	0,0026	0,0315	0,0046	0,0402	
Posicionamiento ideológico	Izquierda	62,5	59,8	46,5	17,5	62,6	75,2	37,2
	Centro	57,7	49,5	48,8	39,2	66,7	83,2	27,2
	Derecha	68,4	39,0	40,2	53,0	64,5	74,7	26,5
	Prueba Chi	0,0441	0,0002	0,2790	0,0000	0,6223	0,0042	
Perfil de mayor confianza	Mujer 15-24 Primarios/ Superiores Derecha	Mujer 15-24 Primarios Izquierda	Mujer 40-54 Primarios Centro	Mujer 65+ Primarios Derecha	Mujer 15-24 Medios Centro	Hombre 40-54 Medios Centro		

Fuente: Eurobarómetro 100 y elaboración propia.

4.3. Los medios nacionales ofrecen diversos puntos de vista y opiniones

Considerando el conjunto de países, el porcentaje de acuerdo en que los medios del propio país ofrecen diversos puntos de vista y opiniones es del 66 %, lo que puede considerarse como un nivel de confianza medio. Además, el coeficiente de variación es 13,6 –lo que indica homogeneidad– en todas las variables sociodemográficas. En la mitad de los países (Croacia, Italia y Portugal) el nivel de confianza puede considerarse alto. El de menor grado de acuerdo vuelve a ser Grecia; el de mayor, de nuevo Portugal (Tabla 3).

Mujeres y hombres muestran niveles de acuerdo similares en promedio, superiores al 65 %. Salvo en

Italia, los mayores niveles de acuerdo los presentan las mujeres. España y Portugal muestran diferencias estadísticamente significativas. En cuanto a la edad, el porcentaje de acuerdo es similar en las distintas cohortes. No obstante, los valores de la prueba Chi cuadrado muestran para Eslovenia, España, Grecia y Portugal diferencias estadísticamente significativas. Es de destacar la homogeneidad de los mayores de 65 años entre los distintos países. El nivel educativo muestra diferencias estadísticamente significativas en España, Italia y Portugal. La ideología parece influir en la opinión de las personas encuestadas. Así, salvo en España e Italia todos los países muestran diferencias estadísticamente significativas.

Tabla 3. Los medios nacionales ofrecen diversos puntos de vista y opiniones (% de personas).

		Croacia	Eslovenia	España	Grecia	Italia	Portugal	CV
Porcentaje de acuerdo total		72,5	62,4	59,4	53,4	70,3	77,3	13,6
Confianza neta		47,3	26,5	21,9	7,8	43,0	61,6	
Sexo	Hombres	72,1	61,7	56,9	52,3	71,7	76,7	14,9
	Mujeres	72,8	63,2	61,9	54,4	69,1	77,9	12,7
	Prueba Chi	0,4845	0,918	0,0297	0,5419	0,1491	0,0017	
Edad	15-24	73,4	61,6	56,7	44,7	72,4	78,0	19,4
	25-39	69,3	57,7	51,4	46,3	71,0	77,5	19,7
	40-54	74,3	60,1	62,8	50,6	73,5	77,5	15,6
	55-64	69,4	66,1	64,4	58,1	68,8	81,9	11,6
	65+	75,2	67,2	60,6	62,8	67,0	73,8	8,6
	Prueba Chi	0,3889	0,0021	0,0005	0,0044	0,3587	0,0000	
Nivel educativo	Primarios	73,2	66,2	59,7	58,5	67,4	78,2	11,3
	Medios	72,3	60,4	58,9	51,1	72,7	78,7	16,0
	Superiores	72,9	60,9	60,5	52,2	68,0	71,4	12,3
	Prueba Chi	0,8904	0,0741	0,0000	0,1354	0,0001	0,0010	
Posicionamiento ideológico	Izquierda	73,1	71,4	59,1	43,4	71,2	74,1	18,5
	Centro	69,4	62,2	60,9	53,9	77,5	85,4	17,1
	Derecha	79,3	53,7	62,1	68,2	74,9	75,3	14,0
	Prueba Chi	0,0428	0,0047	0,6517	0,0000	0,2318	0,0024	
Perfil de mayor confianza		Mujer 65+ Primarios Derecha	Mujer 65+ Primarios Izquierda	Mujer 55-64 Superiores Derecha	Mujer 65+ Primarios Derecha	Hombre 40-54 Medios Derecha	Mujer 55-64 Primarios-Medios Centro	

Fuente: Eurobarómetro 100 y elaboración propia.

4.4. Los medios nacionales ofrecen información sin presiones políticas o comerciales

El grado de acuerdo conjunto en que los medios del propio país ofrecen información sin presiones políticas o comerciales es del 39 %, niveles bajos de confianza, con variaciones entre países, ya que el coeficiente de variación es de 44,5. Tampoco presentan homogeneidad por países las distintas variables sociodemográficas estudiadas, como muestran los coeficientes de variación. Tan solo Portugal tiene un nivel de confianza que podría clasificarse de medio cercano a alto, mientras que el de menor confianza es Grecia. Salvo en Portugal, menos de la mitad de la población cree que los medios de su país ofrecen información sin presiones políticas y comerciales (Tabla 4).

No existen diferencias estadísticamente significativas entre mujeres y hombres, salvo en Grecia y Portugal. Aunque muestran niveles de acuerdo similares en promedio, el acuerdo suele ser mayor en las mujeres. Respecto a la edad, el porcentaje de acuerdo es similar en promedio en todos los grupos, aunque en Eslovenia, España, Grecia y Portugal, los valores de la prueba Chi cuadrado reflejan diferencias estadísticamente significativas. Salvo Croacia, presentan también diferencias estadísticamente significativas respecto al nivel educativo. Suelen ser las personas de nivel educativo medio las que muestran menor porcentaje de acuerdo. El posicionamiento ideológico implica diferencias estadísticamente significativas en todos los países salvo Portugal.

Tabla 4. Los medios nacionales ofrecen información sin presiones políticas o comerciales (% de personas).

		Croacia	Eslovenia	España	Grecia	Italia	Portugal	CV
Porcentaje de acuerdo total		48,2	26,6	31,5	16,4	47,2	64,2	44,5
Confianza neta		1,6	-44,1	-31,8	-63,1	-2,3	41,6	
Sexo	Hombres	46,4	25,3	30,3	14,5	48,4	68,5	49,8
	Mujeres	49,8	28,0	32,7	18,1	46,1	60,4	39,9
	Prueba Chi	0,4276	0,2776	0,3974	0,0005	0,1539	0,0018	
Edad	15-24	53,9	35,7	31,7	20,3	50,0	65,4	38,6
	25-39	50,0	22,0	28,1	12,3	50,3	73,0	57,2
	40-54	51,8	23,2	31,2	15,8	52,6	71,9	51,6
	55-64	42,8	31,5	37,5	16,1	40,6	61,4	38,7
	65+	43,8	27,1	30,7	18,4	42,8	50,9	34,2
	Prueba Chi	0,2099	0,0106	0,0006	0,0036	0,1052	0,0000	
Nivel educativo	Primarios	45,1	25,5	32,6	16,9	44,7	59,5	41,2
	Medios	47,5	27,8	33,9	14,7	49,9	71,0	48,2
	Superiores	52,9	25,9	23,6	18,8	42,7	67,5	49,7
	Prueba Chi	0,2629	0,0075	0,0000	0,0000	0,0001	0,0001	
Posicionamiento ideológico	Izquierda	47,4	33,8	27,2	5,3	44,7	63,3	53,8
	Centro	46,3	28,1	37,7	15,6	55,6	63,2	43,0
	Derecha	55,8	18,0	25,0	33,1	55,4	67,2	46,5
	Prueba Chi	0,0179	0,0006	0,0000	0,0000	0,0000	0,1696	
Perfil de mayor confianza	Mujer 15-24 Superiores Derecha	Mujer 15-24 Medios Izquierda	Mujer 55-64 Medios Centro	Mujer 15-24 Superiores Derecha	Hombre 40-54 Medios Centro- Derecha	Hombre 25-39 Medios Izquierda- Centro		

Fuente: Eurobarómetro 100 y elaboración propia.

4.5. Los medios públicos nacionales están libres de presiones políticas

El análisis de los datos revela una baja percepción general sobre la independencia política de los medios públicos nacionales en los países europeos estudiados. El promedio de acuerdo con esta afirmación es del 37 %, con un coeficiente de variación del 45,9, lo que indica diferencias considerables entre países (Tabla 5).

Croacia y Portugal destacan con niveles de confianza medios. Son los dos únicos países donde más del 50 % de la población cree en la independencia de sus medios públicos. En Croacia, no se observan diferencias significativas por nivel educativo o edad, pero sí por posicionamiento ideológico. Atendiendo de manera conjunta las cuestiones analizadas, cabe afirmar que la cuestión que da lugar a mayores niveles de confianza es la referida a la pluralidad de puntos de vista y opiniones de los medios de comunicación nacionales; y la que menos, la que trata de los medios públicos, seguida de la confianza en los medios de comunicación en general, como entidad global. Por países, la mayor confianza la muestra de manera destacada Portugal. Le siguen Croacia e Italia,

mientras que España y Eslovenia registran también valores similares entre ellas. En todas las cuestiones, la desconfianza mayor la presenta Grecia.

Llama la atención la diferencia considerable que se observa entre el porcentaje de personas que confía en los medios de comunicación en general, donde prima la desconfianza, y el porcentaje de personas que piensa que los medios de su país ofrecen información confiable, con valores superiores —más de 20 puntos porcentuales— en todos los casos.

Aun dentro de la diferencia que presentan los países estudiados al atender a las variables socio-demográficas, se encuentran similitudes robustas en algunas de ellas. La primera evidencia es que, en general, las mujeres muestran mayores niveles de confianza que los hombres. Resulta, al menos curioso, que precisamente sea Portugal, con niveles de confianza altos o medios, el país en el que los hombres presentan niveles de confianza más alto que las mujeres en más cuestiones. Respecto a la edad son jóvenes, de 15 a 24 años y mayores, de 65+ las cohortes más destacadas. Al atender al nivel de estudios la dispersión es mayor, aunque el grupo más representado, y por tanto confiado, es el de estudios

primarios en las cuestiones referidas a confianza en general, en los medios nacionales y en la diversidad de opiniones, aunque pasa a ser el menos representado en las cuestiones relacionadas con las presiones económicas y políticas.

Por último, el posicionamiento político presenta valores muy diversos por países y cuestiones. Se

puede señalar que, entre las personas que se definen de izquierda, la dispersión entre países es mayor en todas las cuestiones. En cuanto a las personas que se definen de centro o de derecha, resultan homogéneas en la confianza en los medios nacionales y en su oferta de diversos puntos de vista y opiniones.

Tabla 5. Los medios públicos nacionales están libres presiones políticas (% de personas).

		Croacia	Eslovenia	España	Grecia	Italia	Portugal	CV
Porcentaje de acuerdo total		50,8	26,6	26,6	16,2	42,2	61,7	45,9
Confianza neta		7,8	-44,0	-41,3	-64,3	-12,1	36,9	
Sexo	Hombres	49,2	26,1	24,9	16,2	43,7	66,9	49,8
	Mujeres	52,2	27,2	28,2	16,2	40,8	57,2	
	Prueba Chi	0,6277	0,8508	0,2368	0,0001	0,0374	0,0010	
Edad	15-24	53,9	33,0	25,8	20,3	50,0	67,7	43,8
	25-39	51,3	22,9	25,7	14,3	44,0	65,7	52,5
	40-54	52,2	28,5	27,7	15,1	45,9	67,8	48,8
	55-64	42,2	28,0	26,9	14,2	37,6	59,6	44,8
	65+	53,1	24,3	26,4	18,0	37,0	50,9	41,7
	Prueba Chi	0,0734	0,0956	0,0038	0,0214	0,0360	0,0000	
Nivel educativo	Primarios	45,1	24,0	31,5	15,8	38,4	57,4	42,2
	Medios	50,8	28,0	26,5	15,2	45,5	68,8	50,0
	Superiores	53,5	27,7	19,5	18,4	38,7	63,0	50,0
	Prueba Chi	0,1492	0,0221	0,0000	0,0000	0,0001	0,0000	
Posicionamiento ideológico	Izquierda	46,2	29,9	24,4	3,2	41,6	62,6	58,9
	Centro	50,0	29,4	31,9	14,7	47,5	61,0	42,9
	Derecha	57,8	17,6	18,2	36,0	49,8	63,6	48,9
	Prueba Chi	0,0022	0,0136	0,0090	0,0000	0,4258	0,0553	
Perfiles de mayor confianza	Mujer 15-24 Superiores Derecha	Mujer 15-24 Medios/ Superiores Izquierda/ Centro	Mujer 40-54 Primarios Centro	Mujer/ Hombre 15-24 Superiores Derecha	Hombre 15-24 Medios Derecha	Hombre 15-24/ 40-54 Medios Derecha		

Fuente: Eurobarómetro 100 y elaboración propia.

4.6. Correlación entre confianza en los medios e índice de libertad de prensa

Para establecer la relación entre la confianza en los medios y la libertad de prensa se ha calculado el coeficiente de correlación de Pearson, entre el índice de libertad de prensa elaborado por Reporteros Sin Frontera y los porcentajes de confianza, respuestas Sí, calculados en las preguntas analizadas. Atendiendo a la clasificación de RSF, sólo Portugal, con un índice de libertad de prensa de 84,6, está en muy buena situación. Le siguen España (75,37), Italia

(72,95), Croacia (71,95) y Eslovenia (70,59), en una situación buena, mientras que Grecia se encuentra en situación difícil (55,20).

Los coeficientes de correlación alcanzan valores muy altos en todas las cuestiones. Respecto a la confianza en los medios en general, 0,85; para confianza en los medios del país 0,84; al atender a la confianza en que los medios del país ofrezcan diversas opiniones, 0,79; para la confianza en la ausencia de presiones políticas o comerciales, 0,83, y respecto a la confianza en los medios públicos, 0,78.

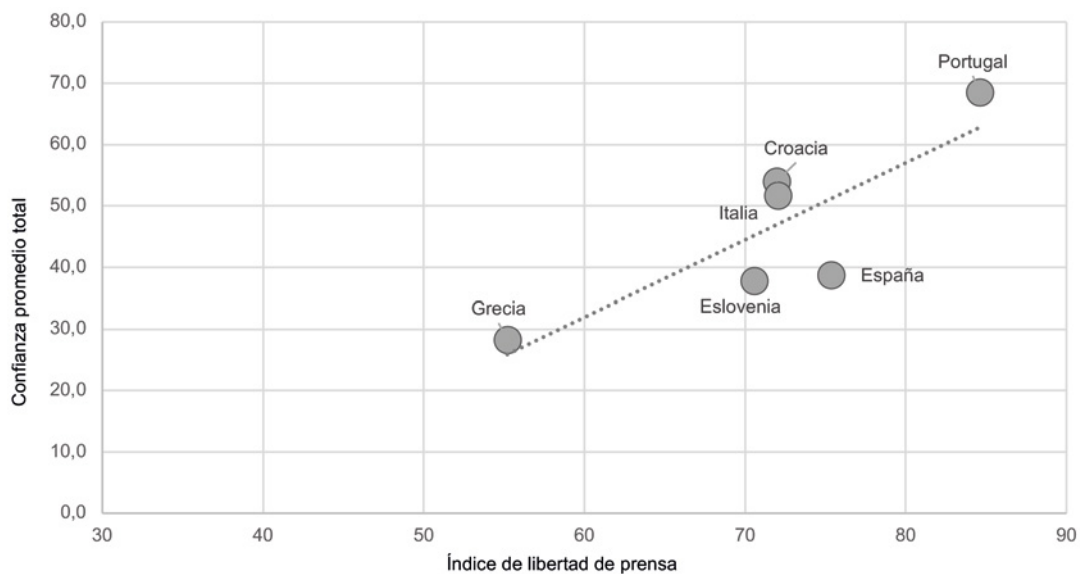
Tabla 6. Correlación entre confianza en los medios e índice de libertad de prensa.

	Croacia	Eslovenia	España	Grecia	Italia	Portugal	Correlación
Índice de libertad de prensa	71,95	70,59	75,37	55,20	72,05	84,60	-
QA6.1	37,5	25,9	30,2	19,9	38,6	60,6	0,85
QE7.1	60,9	47,7	46,0	35,7	60,3	78,8	0,84
QE7.2	75,2	62,4	59,4	53,4	70,3	77,3	0,79
QE7.3	48,2	26,6	31,5	16,4	47,2	64,2	0,83
QE7.4	50,8	26,6	26,6	16,2	42,2	61,7	0,78
Confianza promedio total	54,0	37,9	38,8	28,3	51,7	68,5	0,97
Confianza promedio medios nacionales	58,1	40,9	40,9	30,4	55,0	70,5	0,99

QA6.1. ¿Cuánta confianza tienes en ciertas instituciones? Los medios de comunicación
 QE7.1. Los medios nacionales ofrecen información confiable
 QE7.2. Los medios nacionales proporcionan diversos puntos de vista y opiniones
 QE7.3. Los medios nacionales proporcionan información libre de presiones políticas o comerciales
 QE7.4. Los medios públicos nacionales están libres de presiones políticas

Fuente: Eurobarómetro 100, RSF (2024) y elaboración propia.

Gráfico 1. Confianza promedio total vs índice de libertad de prensa.



Fuente: Eurobarómetro 100, RSF (2024) y elaboración propia.

El cálculo del promedio de los porcentajes de acuerdo en todas las cuestiones alcanza una correlación de 0,97. El promedio de los porcentajes de acuerdo en las cuestiones relacionadas con los medios nacionales sería de 0,99, lo que significa que existe una fuerte correlación entre el índice de libertad de prensa y la sensación de confianza recogida en la encuesta.

5. Discusión y conclusiones

El análisis de datos estadísticos primarios combinados a nivel europeo ha permitido relacionar la confianza en los medios con la libertad de prensa en este estudio comparado entre seis Estados con características mediáticas y sociodemográficas cercanas. Se hallan similitudes, pero también notables diferencias.

Atendiendo al primero de los objetivos generales planteados (OG1), estudiar el nivel de confianza en los medios de comunicación de los países del sur de la Unión Europea –Croacia, Eslovenia, España, Italia, Grecia y Portugal–, se ha determinado que, salvo en Portugal, todos los países presentan niveles de confianza bajos e incluso muy bajos. La confianza promedio es del 35 %, pero existen grandes diferencias entre países, por lo que no puede concluirse que exista homogeneidad en cuanto a la confianza mediática. Por tanto, hay que destacar las diferencias entre los países del sur de Europa, que no se logran armonizar ni mejorar a pesar de la legislación y avances comunitarios en materia mediática.

En línea con estudios previos (Edelman Trust Institute, 2024), Portugal se sitúa en niveles de confianza hacia medios de comunicación y noticias

muy similares a los de los países nórdicos. En todas las cuestiones, es el país del entorno que presenta más confianza social en los medios de comunicación. Grecia, destacadamente el que menos. Italia y Croacia, en general, poseen niveles medios de confianza, mientras que España y Eslovenia ofrecen niveles bajos que varían dependiendo del objeto de la pregunta planteada. En resumen, en valores de confianza decrecientes, se podría establecer el siguiente orden: Portugal, Croacia, Italia, España, Eslovenia y Grecia.

Las diferencias entre países obedecen a múltiples factores. Así, el *Digital News Report (2023)* señala que existe baja confianza en países con altos niveles de polarización política, como España, Italia y Grecia. La inestable situación política de Italia, sin embargo, alcanza mejores índices de confianza por parte de la ciudadanía que la española, lo cual necesita de estudios en profundidad para explicarlo. En el caso heleno, se han producido en los últimos años evidentes descensos en cuanto a niveles en libertad de prensa (Amnistía internacional, 2023; *Digital News Report*, 2024; Reporteros sin Frontera, 2024), lo que da lugar a un clima de desconfianza hacia sus cuestionadas instituciones mediáticas.

Por ello, respecto al primero de los objetivos específicos (OE1), comparar la percepción por parte de la ciudadanía de la existencia de presiones políticas y comerciales en los medios, los resultados ponen de manifiesto que la mayoría (60 %) estima que los medios de comunicación están sometidos a presiones políticas y comerciales, de nuevo con diferencias entre países. Los valores porcentuales de esta cuestión son muy similares a los de la relacionada con las presiones políticas en medios públicos, por lo que se aprecia una asociación entre sistema político y sistema mediático en las respuestas. Existe, por tanto, una desconfianza generalizada, sin fronteras, en instituciones sociales, como son los medios de comunicación, que crean vínculos sociales y afectivos en la ciudadanía (Edelman, 2023). Ello no es alentador para la creación de la opinión pública europea que persigue el entramado comunitario.

El segundo objetivo (OE2) perseguía analizar si existen diferencias no sólo entre los países, sino también atendiendo a las variables sociodemográficas consideradas: sexo, edad, nivel educativo y posicionamiento ideológico. Para ello, se han creado perfiles específicos en cada cuestión. Las mujeres, por lo general, presentan mayores niveles de confianza que los hombres, aunque la diferencia no es estadísticamente significativa en todos los países y solo notable en Grecia y Portugal, inducida por el mayor porcentaje de respuestas «no sé» o «depende» entre las mujeres. Este resultado está en la línea de otros trabajos previos (Centro de Investigaciones Sociológicas, 2023; Montiel, 2024), que evidencian que se ha logrado la igualdad entre sexos en lo referido al consumo y la confianza mediática.

En cuanto a la variable edad, la tendencia generalizada es que los jóvenes son el grupo que más confía, seguido de los mayores. Este resultado se alinea con el del estudio llevado a cabo por UNICEF/Gallup (2022) en el que mayores y jóvenes muestran una mayor confianza en los medios de comunicación tradicionales, pero se distancia de otros como el *Digital News Report* (Eddy, 2022), que concluyen que las

audiencias más jóvenes son particularmente desconfiadas lo que, junto con la naturaleza a menudo deprimente de las noticias y el exceso de información disponible, hace que los jóvenes sean escépticos con las agendas de los medios y cada vez más propensos a evitar las noticias. Es especialmente importante seguir estudiando la confianza de esta generación en los medios convencionales y públicos frente a las redes sociales, su fuente fundamental de información, pues serán las audiencias mayoritarias a corto plazo. El país que presenta mayor número de cuestiones con diferencias estadísticamente significativas respecto a la edad es Grecia.

Los datos evidencian que el grupo de estudios primarios presenta mayores niveles de confianza y el más desconfiado es el de estudios superiores, en la línea de estudios previos sobre la influencia de la alta formación (Gallup, 2018; Golding, Sousa y Van Zoonen, 2012). Las personas con mayor formación muestran mayor preocupación por las repercusiones de la financiación de los medios en sus contenidos (Newman *et al.*, 2021). Esto es significativo en España. El nivel de estudios, así mismo, es un predictor de la capacidad de detectar desinformación, por lo que los resultados son congruentes sobre la importancia de esta variable para el consumo mediático consciente. También en este caso las diferencias provienen del mayor número de respuestas «no sé» o «depende» en las personas de estudios primarios.

El posicionamiento ideológico induce grandes diferencias en las actitudes de confianza o desconfianza de la ciudadanía en los medios. Croacia, Eslovenia, Grecia y Portugal son los países en que estas diferencias tienen mayor significación estadística. Las personas de izquierda podrían considerarse menos confiadas. Es esta categoría la que suele mostrar mayor disparidad entre países.

El segundo objetivo general planteado era correlacionar la confianza en los medios y la libertad de prensa (OG2). Esta aportación ha permitido corroborar la hipótesis de la alta interrelación entre la libertad de prensa y la confianza en los medios de comunicación. El coeficiente de correlación de Pearson permite afirmar que, en los casos analizados, el mejor desempeño profesional y el entorno garantista para la libertad de prensa –valorado por Reporteros Sin Fronteras– se corresponde con una mayor confianza ciudadana en el periodismo.

Para concluir, cabe sostener que los resultados obtenidos, así como las divergencias y similitudes encontradas con estudios previos, reafirman la importancia del abordaje territorial de esta problemática y plantean futuras líneas de investigación en este sentido, e incluso establecer modelos predictivos.

Se advierten como limitaciones las inherentes a los datos primarios utilizados para este trabajo, si bien se seleccionaron aquellas fuentes utilizadas como referencia por la literatura científica para esta temática. Se plantea para próximas investigaciones ampliar el marco territorial para compararlo con los Estados del norte de Europa para medir el impacto de las políticas comunitarias en diferentes realidades sociales. Asimismo, se procederá a realizar análisis estadísticos más complejos cuando sea de acceso público el conjunto de datos brutos completo de la encuesta.

6. Financiación y apoyos

Este estudio está vinculado al proyecto «Impacto de la desinformación en Andalucía: análisis transversal

de las audiencias y las rutinas y agendas periodísticas. Desinfoand», de la convocatoria de Proyectos de Excelencia, Plan Andaluz de Investigación, Desarrollo e Innovación (PAIDI 2020) ProyExc00143.

7. Contribución de autores

Conceptualización	Ideas; formulación o evolución de los objetivos y metas generales de la investigación.	Autores 1, 2 y 3
Curación de datos	Actividades de gestión para anotar (producir metadatos), depurar datos y mantener los datos de la investigación (incluido el código de software, cuando sea necesario para interpretar los propios datos) para su uso inicial y su posterior reutilización.	Autores 1 y 2
Análisis formal	Aplicación de técnicas estadísticas, matemáticas, computacionales u otras técnicas formales para analizar o sintetizar datos de estudio.	Autor 1
Adquisición de fondos	Adquisición del apoyo financiero para el proyecto que conduce a esta publicación.	Autor 3
Investigación	Realización de una investigación y proceso de investigación, realizando específicamente los experimentos, o la recolección de datos/evidencia.	Autores 1 y 2
Metodología	Desarrollo o diseño de la metodología; creación de modelos.	Autores 1 y 3
Administración del proyecto	Responsabilidad de gestión y coordinación de la planificación y ejecución de la actividad de investigación.	Autor 3
Recursos	Suministro de materiales de estudio, reactivos, materiales, pacientes, muestras de laboratorio, animales, instrumentación, recursos informáticos u otras herramientas de análisis.	Autor 1
Software	Programación, desarrollo de software; diseño de programas informáticos; implementación del código informático y de los algoritmos de apoyo; prueba de los componentes de código existentes.	Autores 1, 2 y 3
Supervisión	Responsabilidad de supervisión y liderazgo en la planificación y ejecución de actividades de investigación, incluyendo la tutoría externa al equipo central.	Autor 3
Validación	Verificación, ya sea como parte de la actividad o por separado, de la replicabilidad/reproducción general de los resultados/experimentos y otros productos de la investigación.	Autor 3
Visualización	Preparación, creación y/o presentación del trabajo publicado, específicamente la visualización/presentación de datos.	Autores 1 y 2
Redacción / Borrador original	Preparación, creación y/o presentación del trabajo publicado, específicamente la redacción del borrador inicial (incluyendo la traducción sustantiva).	Autores 1 y 2
Redacción / Revisión y edición	Preparación, creación y/o presentación del trabajo publicado por los miembros del grupo de investigación original, específicamente revisión crítica, comentario o revisión, incluidas las etapas previas o posteriores a la publicación.	Autores 1, 2, 3

6. Referencias bibliográficas

Bauer, P. C. (2021). Clearing the Jungle: Conceptualizing Trust and Trustworthiness. In: Barradas de Freitas, R. y Lo Iacono, S. (Eds) *Trust matters: cross-disciplinary essays*. <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2325989>

Bertaccini, B., Fabbris, L. y Petrucci, A. (Eds.). (2021). *ASA 2021 Statistics and Information Systems for Policy Evaluation: Book of short papers of the opening conference (1st ed., Vol. 132)*. Firenze University Press. <https://doi.org/10.36253/978-88-5518-304-8>

Bleyer-Simon, K., Da Costa Leite Borges, D., Brogi, E., Carlini, R., Kermer, J. E., Palmer, M., Parcu, P. L., Reviglio Della Venaria, U., Trevisan, M., Verza, S. y Žuffová, M. (2024). *Monitoring media pluralism in the digital era: Application of the media pluralism monitor in the European member states and in candidate countries in 2023* (EUI, RSC, Research Project Report, Centre for Media Pluralism and Media Freedom (CMPF), Country Report). <https://hdl.handle.net/1814/77028>

Brosius, A., Ohme, J. y De Vreese, C. H. (2021). Generational Gaps in Media Trust and its Antecedents in Europe. *The International Journal*

- of *Press/Politics*, 27(3) 648-667. <https://doi.org/10.1177/19401612211039440>
- Brüggemann, M., Engesser, S., Büchel, F., Humprecht, E. y Castro, L. (2014). Hallin and Mancini Revisited: Four Empirical Types of Western Media Systems: Hallin and Mancini Revisited. *Journal of Communication*, 64(6), 1037-1065. <https://doi.org/10.1111/jcom.12127>
- Čehovin Zajc, J. y Poler, M. (2021). Problems of Precarious Journalists in Slovenian National News Media. *Annals for Istrian and Mediterranean Studies. Series Historia et Sociologia*, 31, 2021(1) 151-164. <https://doi.org/10.19233/ASHS.2021.10>
- Centro de Investigaciones Sociológicas, CIS (2023). Encuesta sobre cuestiones de actualidad 3401/0-0. Marzo 2023. <https://shre.ink/rkD8>
- Christov-Moore, L., Bolis, D., Kaplan, J., Schilbach, L. y Iacoboni, M. (2023). Trust in Social Interaction: From Dyads to Civilizations. In: Boggio, P. S., Wingenbach, T. S. H., Da Silveira Coêlho, M. L., Comfort, W. E., Murrins Marques, L. y Alves, M. V. C. (Eds.), *Social and Affective Neuroscience of Everyday Human Interaction* 119-141. Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-031-08651-9_8
- Civil Liberties Union for Europe. (2024). *Rule of law report 2024*. https://dq4n3btxmr8c9.cloudfront.net/files/oj7hht/Liberties_Rule_Of_Law_Report_2024_FULL.pdf
- Dahlgren, P. (2018) Media, Knowledge and Trust: The Deepening Epistemic Crisis of Democracy. *Javnost. The Public*, 25:1-2, 20-27. <http://doi.org/10.1080/13183222.2018.1418819>
- Dobek-Ostrowska, B. (2012). Italianization (or Mediterraneanization) of the Polish Media System?: Reality and Perspective. In *Comparing media systems beyond the Western world*, 26-50. <https://doi.org/10.1017/CBO9781139005098>
- Eddy, K. (2022). The changing news habits and attitudes of younger audiences. *Digital New Report 2022*. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2022/young-audiences-news-media>
- Edelman Trust Institute (2023). *Edelman Trust Barometer. Navigating a polarized world*. <https://www.edelman.com/trust/2023/trust-barometer>
- Edelman Trust Institute (2024). *Edelman Trust Barometer*. <https://www.edelman.com/trust/2024/trust-barometer>
- Engelke, K. M., Hase, V. y Wintterlin, F. (2019). On measuring trust and distrust in journalism: Reflection of the status quo and suggestions for the road ahead. *Journal of Trust Research* 9(1) 66-86. <https://doi.org/10.1080/21515581.2019.1588741>
- Eurobarometer (2023). *Standard Eurobarometer 100-Autumn 2023*. <https://europa.eu/eurobarometer/surveys/detail/3053>
- European Broadcasting Union. EBU. (2022). *Trust in the media 2022*. https://www.ebu.ch/files/live/sites/ebu/files/Publications/MIS/login_only/market_insights/EBU-MIS-Trust_in_Media_2022.pdf?site=ebu
- Gallup (2018). *American views: Trust, media, and democracy*. Retrieved April 3, 2018, from <https://knightfoundation.org/reports/american-views-trust-media-and-democracy>
- García de Madariaga, J. M. y Arasanz Esteban, I. (2019). *Aprendices explotados: Precarización del trabajo periodístico a través de una lógica abusiva de becas y prácticas*. *Cuadernos de Relaciones Laborales*, 37(1) 49-66. <https://doi.org/10.5209/CRLA.63819>
- Golding, P., Sousa, H. y Van Zoonen, L. (2012). Trust and the media. *European Journal of Communication*. <http://doi.org/10.1177/0267323112439366>
- Goyal, S. y Goyal, M. (2023). Impact of Social/Traditional Media on Political Polarization. *Journal of Student Research*, 12(2). <https://doi.org/10.47611/jsrhs.v12i2.4296>
- Gawronski, B., Ng, N. L. y Luke, D. M. (2023). Truth sensitivity and partisan bias in responses to misinformation. *Journal of Experimental Psychology: General*, 152(8), 2205-2236. <https://doi.org/10.1037/xge0001381>
- Hameleers, M., Brosius, A. y De Vreese, C. H. (2021). Where's the fake news at? European news consumers' perceptions of misinformation across information sources and topics. *Harvard Kennedy School Misinformation Review*. <https://doi.org/10.37016/mr-2020-70>
- Hameleers, M., Brosius, A. y De Vreese, C. H. (2022). Whom to trust? Media exposure patterns of citizens with perceptions of misinformation and disinformation related to the news media. *European Journal of Communication*, 37(3) 237-268. <https://doi.org/10.1177/02673231211072667>
- Hallin, D. y Mancini, P. (2004). *Comparing media systems: Three models of media and politics*. Cambridge university press.
- Hallin, D. y Mancini, P. (2013). Comparing media systems between Eastern and Western Europe. In: Gross, P., Jakubowicz, K. (eds) *Media Transformations in the Post-Communist World: Eastern Europe's Tortured Path to Change*. Lanham, MD and Plymouth: Lexington Books 15-32.
- Hanitzsch T, Van Dalen A. y Steindl, N (2017) Caught in the nexus: a comparative and longitudinal analysis of public trust in the press. *The International Journal of Press/Politics*, 23(1) 3-23. <https://doi.org/10.1177/1940161217740695>
- Castro-Herrero, L., Humprecht, E., Engesser, S., Brüggemann, M. L. y Büchel, F. (2017, 13 noviembre). *Rethinking Hallin and Mancini Beyond the West: An Analysis of Media Systems in Central and Eastern Europe*. *International Journal Of Communication*. <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/6035/2196>
- Hrvatín, S.B. y Petković, B. (2007). *You Call This a Media Market? The Role of the State in the Media Sector in Slovenia*. Ljubljana: Peace Institute.
- Köhler, A. y Otto, K. (2018). The Impact of the European Debt Crisis on Trust in the Media. In: Otto, K., Köhler, A. (Eds) *Trust in Media and Journalism*. Springer VS, Wiesbaden. https://doi.org/10.1007/978-3-658-20765-6_6
- Küsters, A. y Garrido, E. (2020). Mining PIGS. A structural topic model analysis of Southern Europe based on the German newspaper *Die Zeit*. *Journal of Contemporary European Studies*, 28(4) 477-493. <http://doi.org/10.1080/14782804.2020.1784112>
- Labarca, C., Valenzuela, S., Bachmann, I. y Grassau, D. (2022). *Medios de comunicación y confianza*

- política en América Latina: análisis individual y contextual del rol de las noticias en la confianza en el gobierno y el Estado. *Revista Internacional de Sociología*, 80(4), e216. <https://doi.org/10.3989/ris.2022.80.4.M22-01>
- Malčič, M. (2023). Political polarisation in Slovenia and its effects on liberal democracy. *Teorija In Praksa*, 24-47. <https://doi.org/10.51936/tip.60.1.24>
- Malikeh, B. y Mahnaz, N. (2013). Trust: A Substantial Cause to Organizational success. *The Experiment. International Journal of Science and Technology 2013 Vol. 12(2)* 768-777. <https://api.semanticscholar.org/CorpusID:146461079>
- Masip, P., Suau, J. y Ruiz-Caballero, C. (2020). Percepciones sobre medios de comunicación y desinformación: ideología y polarización en el sistema mediático español. *Profesional De La información*, 29(5). <https://doi.org/10.3145/epi.2020.sep.27>
- Media Freedom Rapid Response (MFRR) (2023). Mapping Media Freedom Monitoring Report. January to June 2023. <https://www.mappingmediafreedom.org/wp-content/uploads/2024/05/MFRR-Monitoring-Report-FINAL-1.pdf>
- Michailidou, A., Eike, E. y Trenz, H.J. (2023). Journalism, Truth and the Restoration of Trust in Democracy: Tracing the EU 'Fake News' Strategy. In: Conrad, M., Hálfdanarson, G., Michailidou, A., Galpin, C., Pyrhönen, N. (eds) *Europe in the Age of Post-Truth Politics*. Palgrave Studies in European Political Sociology. Palgrave Macmillan, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-031-13694-8_4
- Montiel, M. F. (2024). Desórdenes informativos. Hombres y mujeres ante la información falsa: un análisis regional. En: Sierra Sánchez J. y Lavilla Muñoz, D (Coord.) *Conexiones digitales, la revolución de la comunicación en la sociedad contemporánea*. Congreso Internacional de Comunicación y Redes en la Sociedad de la Información (COMRED) (5. 2024. Salamanca). McGraw Hill. ISBN 84-486-4463-8, 669-686.
- Moreno-Castro, C., Crespo, M. (Coord.) *et al.* (2022). *The Impact of Disinformation on the Media Industry in Spain and Portugal*. Pamplona: IBERIFIER. <https://doi.org/10.15581/026.001>
- Mutu, A. (2018). The regulatory independence of audiovisual media regulators: A cross-national comparative analysis. *European Journal of Communication*, 33(6), 619-638. <https://doi.org/10.1177/0267323118790153>
- Negredo, S. y Vara-Miguel, A. (2023). Capítulo 5. Las audiencias ante los medios: confianza y consumo de noticias. *Espejo De Monografías De Comunicación Social*, (19), 67-79. <https://doi.org/10.52495/c5.emcs.19.p105>
- Newman, N., Fletcher, R., Schulz, A., Andi, S., Robertson, C. T. y Nielsen, R. K. (2021). Reuters Institute Digital News Report 2021. Reuters Institute for the Study of Journalism. https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2021-06/Digital_News_Report_2021_FINAL.pdf
- Padró-Solanet, A. y Bacells, J. (2022). Media Diet and Polarisation: Evidence from Spain. *South European Society and Politics. Volume 27* (1) 75-95. <https://doi.org/10.1080/13608746.2022.2046400>
- Papadopoulou, L. y Angelou, J. (2023), Monitoring media pluralism in the digital era: application of the media pluralism monitor in the European Union, Albania, Montenegro, the Republic of North Macedonia, Serbia and Turkey in the year 2022. Country report: Greece EUI, RSC, Centre for Media Pluralism and Media Freedom, 2023, Country Report - <https://hdl.handle.net/1814/75724>
- Papathanassopoulos, S, Achilleas Karadimitriou, A., Christos Kostopoulos, C. y Archontaki, I. (2021). Greece. Media concentration and independent journalism between austerity and digital disruption. In: Trappel, J y Tomaz, T. (Eds.). *The Media for Democracy monitor 2* 2021. How leading news media survive digital transformation. Nordicom. University of Gothenburg. Sweden. Chapter 5 77-230. <https://doi.org/10.48335/9789188855428>
- Peruško, Z., Vozab, D. y Čuvalo, A. (2013). Audiences as a Source of Agency in Media Systems: Post-socialist Europe in Comparative Perspective. *Mediální studia*, 14(2) 137-154.
- Peruško, Z. (2013). Media pluralism policy in a post-socialist Mediterranean media system: The case of Croatia. *Central European Journal of Communication*, 11, 204-218
- Pew Research Center (2018). Western Europeans Under 30 View News Media Less Positively, Rely More on Digital Platforms Than Older Adults. <https://www.pewresearch.org/journalism/2018/10/30/western-europeans-under-30-view-news-media-less-positively-rely-more-on-digital-platforms-than-older-adults/>
- Ponce, M. (2014). Confianza en los medios de comunicación y su relación con el nivel de institucionalización del sistema de partidos.: Análisis comparado en América Latina. *Dixit*, 20, 18-31. <https://doi.org/10.22235/d.v0i20.387>
- Prochazka F. y Schweiger, W. (2019) How to measure generalized trust in news media? An adaptation and test of scales. *Communication Methods and Measures* 13(1) 26-42 <https://doi.org/10.1080/19312458.2018.1506021>
- Reporteros sin Frontera. RSF (2024). Metodología detallada de la Clasificación Mundial de la Libertad de Prensa 2023. <https://rsf.org/es/metodolog%C3%ADa-detallada-de-la-clasificaci%C3%B3n-mundial-de-la-libertad-de-prensa-2023>
- Reuters Institute for the Study of Journalism (2023). Digital News Report 2023. https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2023-06/Digital_News_Report_2023.pdf
- Rodríguez-Pérez, C. y Canel, M.J. (2023). Exploring European Citizens' Resilience to Misinformation: Media Legitimacy and Media Trust as Predictive Variables. *Media and Communication. Vol 11, No 2* (2023) 30-41: Fakespotting: (Dis)Information Literacy as Key Tool to Defend Democracy. <https://doi.org/10.17645/mac.v11i2.6317>
- Rodríguez-Virgili, J., Sierra, A. y Serrano-Puche, J. (2023). Roles profesionales y funciones del periodismo: Expectativas y confianza de los españoles. *Vivat Academia*, 24-46. <https://doi.org/10.15178/va.2023.156.e1470>
- Sapir, E.V. (2022). Can we trust measures of trust? Measurement invariance in trust in EU news me-

- dia. *SN Social Sciences* 2, 226 (2022). <https://doi.org/10.1007/s43545-022-00534-1>
- Serrano Puche, J. (2018). Credibilidad y confianza en los medios de comunicación: Un panorama de la situación en España. *Discursos comunicativos persuasivos hoy*, 429-440. Tecnos.
- Siapera, E. y Sighele, C. (2017). Challengers to Media Freedom: A view from Europe. Infoamérica. *Revista Iberoamericana de Comunicación*. 11-2017, 129-146. https://www.infoamerica.org/icr/NUM11/challenges_to_media_freedom_A_view_from_Europe.pdf
- Strömbäck, J., Tsifti, Y., Boomgaarden, H., Damstra, A., Lindgren, E., Vliegenthart, R. y Lindholm, T. (2020). News media trust and its impact on media use: toward a framework for future research. *Annals of the International Communication Association* 44(2), pp. 139-156. <https://doi.org/10.1080/23808985.2020.1755338>
- UNICEF/Gallup (2022). A Tumultuous World Through Children's Eyes. Changing Childhood Project. <https://www.unicef.org/innocenti/media/3331/file/UNICEF-Innocenti-Changing-Childhood-2023.pdf>
- Valera-Ordaz, L., Requena-Mora, M. y Pop, A. I. (2024). Capítulo 9. Ideología y exposición selectiva: el consumo mediático de los españoles durante la campaña de abril de 2019. *Espejo de Monografías de Comunicación Social*, 24, 157-178. <https://doi.org/10.52495/c9.emcs.24.p93>
- Van Der Meer, T. (2017). Political Trust and the «Crisis of Democracy». Oxford Research Encyclopedia Of Politics. <https://doi.org/10.1093/acrefore/9780190228637.013.77>
- Warren, M. (2018). Trust and democracy. In: Eric M. Uslaner (Ed.). *The Oxford handbook of social and political trust*, 75-94) <https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780190274801.013.5>
- Zimmermann, F. y Kohring, M. (2020). Mistrust, disinforming news, and vote choice: A panel survey on the origins and consequences of believing disinformation in the 2017 German Parliamentary Election. *Political Communication*, 37(2), 215-237. <https://doi.org/10.1080/10584609.2019.1686095>
- Zsigmondová, A., Zsigmond, T. y Machová, R. (2021). Theoretical Background to the Role of Trust in Marketing. *SHS Web of Conferences*, 115. <https://doi.org/10.1051/shsconf/202111503019>

María Francisca Montiel Torres. Doctoranda en Educación y Comunicación en la Universidad de Málaga. Las líneas de investigación de su tesis están relacionadas con el periodismo de datos, la desinformación y su impacto en la ciudadanía y las iniciativas de verificación atendiendo a su dimensión sexo/género. Licenciada en Ciencias (Sección Matemáticas) por la Universidad de Málaga, realizó Cursos de Doctorado con Suficiencia Investigadora en el Programa Tecnología de la Información y las Comunicaciones, así como Cursos de especialización en Lenguajes de Alto Nivel y Programación de Ordenadores. Posee el Certificado de Aptitud Pedagógica (CAP) y es Profesora de EGB por la Universidad de Málaga. Es investigadora del proyecto «Impacto de la desinformación en Andalucía: análisis transversal de las audiencias y las rutinas y agendas periodísticas. Desinfoand» de la convocatoria de Proyectos de Excelencia, Plan Andaluz de Investigación, Desarrollo e Innovación (PAIDI 2020). ORCID: <https://orcid.org/my-orcid?orcid=0009-0004-8486-1947>

Ana Zafra Arroyo. Docente e investigadora en la Universidad de Málaga dentro del plan de ayudas FPU (Formación del Profesorado Universitario). Graduada en Periodismo por la Universidad de Málaga y premio extraordinario de su promoción. Continuó su formación en Turquía obteniendo un Máster en Periodismo por la Universidad de Akdeniz (en turco) y otro Máster en European Union (en inglés) de la UNED. Investiga en «Impacto de la desinformación en el periodismo: contenidos, rutinas profesionales y audiencias» e «Impacto de la desinformación en Andalucía: Análisis transversal de las audiencias y las rutinas y agendas periodísticas». Otras de sus líneas de investigación son libertad de expresión y derecho a la información, comunicación intercultural en Periodismo y legislación europea sobre medios. Realiza su tesis dentro del programa de Doctorado en Educación y Comunicación Social de la Universidad de Málaga. Es investigadora del proyecto «Impacto de la desinformación en Andalucía: análisis transversal de las audiencias y las rutinas y agendas periodísticas. Desinfoand» de la convocatoria de Proyectos de Excelencia, Plan Andaluz de Investigación, Desarrollo e Innovación (PAIDI 2020). ORCID: <https://orcid.org/0009-0006-6881-0351>

Laura Teruel Rodríguez. Profesora Titular de Periodismo en el Departamento de Periodismo de la Universidad de Málaga. Ha participado en seis proyectos de investigación nacionales en torno a los cuales ha nucleado su aportación científica. Actualmente es Investigadora principal del proyecto «Impacto de la desinformación en Andalucía: análisis transversal de las audiencias y las rutinas y agendas periodísticas. Desinfoand» de la convocatoria de Proyectos de Excelencia, Plan Andaluz de Investigación, Desarrollo e Innovación (PAIDI 2020). Al mismo tiempo, es investigadora del proyecto nacional (Ministerio de Ciencia e Innovación, Retos) «El impacto de la desinformación en el periodismo: contenidos, rutinas profesionales y audiencias» (PID2019-108956RB-I00). Ha completado su formación investigadora y docente en universidades como las de Oslo, London School Economics, Quilmes, Milán o Padua. Ha sido colaboradora habitual de *El País*, Radio Nacional de España, *The Conversation*, Canal Sur Radio y Televisión, Cadena Ser, Málaga Televisión, TTV o *Málaga Hoy*. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7575-8401>