



HAL
open science

Confianza e influencia de los medios latinoamericanos: una visión desde las élites

Ángel Badillo Matos, Marina Hernández Prieto

► **To cite this version:**

Ángel Badillo Matos, Marina Hernández Prieto. Confianza e influencia de los medios latinoamericanos: una visión desde las élites. XIV Encuentro de Latinoamericanistas Españoles : congreso internacional, Sep 2010, Santiago de Compostela, España. pp.2019-2036. halshs-00531525

HAL Id: halshs-00531525

<https://shs.hal.science/halshs-00531525>

Submitted on 3 Nov 2010

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

CONFIANZA E INFLUENCIA DE LOS MEDIOS LATINOAMERICANOS: UNA VISIÓN DESDE LAS ÉLITES

Ángel Badillo Matos
USAL
España

Marina Hernández Prieto
Universidad de Salamanca
España

A partir de los datos obtenidos de las encuestas que el «Observatorio de Elites Parlamentarias de América Latina» del Instituto Interuniversitario de Iberoamérica de la Universidad de Salamanca, se lleva a cabo un análisis estadístico de las opiniones, actitudes y valores de las élites políticas en América Latina, mediante tablas de contingencia y test de Chi cuadrado. De este modo se relacionan las variables «grado de confianza en los medios de comunicación» e «influencia de los *mass media* en la toma de decisiones políticas», con datos sociodemográficos junto a otros como la ideología, la pertenencia al grupo del gobierno o la oposición y el grado de institucionalización de los partidos políticos en el país.

Numerosas investigaciones se centran en el papel clave que cumplen los medios de comunicación en las sociedades democráticas como garantes del derecho a la información. Desde esta perspectiva teórica se señala que los procesos de democratización son más fuertes y significativos no sólo cuando se da cabida al derecho de la participación política, sino también cuando se es permeable y se permite el debate público que, en este caso, atraviesa necesariamente la esfera de los medios de comunicación de masas.

«En las sociedades contemporáneas la configuración del espacio público pasa necesariamente por los medios de comunicación masiva. Su centralidad en los procesos de comunicación política, específicamente en los procesos electorales, su capacidad para establecer la agenda de los asuntos públicos, convierten a los medios en un elemento fundamental –más allá de sus características instrumentales- en la construcción democrática.»¹

Sin embargo, no hay que perder de vista, que la realidad descrita por los medios es una realidad construida a partir de la lógica del sistema mediático. De este modo, algunos autores advierten del peligro de los acuerdos tácitos entre el Gobierno de un país y los medios de comunicación para la utilización de la *agenda setting*. Enrique Sánchez Ruiz advierte también del peligro que supone para las sociedades democráticas actuales la manipulación de los medios de comunicación y el control de la información. No obstante, en el contexto concreto de Latinoamérica, si bien se ha acusado a los gobiernos de la utilización de los mass media como recurso de poder los medios de comunicación también se han hecho cargo de mecanismos de control propios de las instituciones formales en la última década. Depositarios de la confianza ciudadana, muy por encima de esas mismas instituciones, han adquirido un rol activo en la implementación de mecanismos de *accountability societal*. De este modo, los medios denuncian, cuestionan, movilizan a los ciudadanos, obligando a los gobiernos a rendir cuentas de sus actos.

Algunos autores apuntan a la crisis de las instituciones políticas representativas y a la deslegitimación de los estados-nación como el motor de arranque para la expansión de los medios de comunicación como principales actores de la política en Latinoamérica, llegando a constituir en palabras de Wainberg, un «*parlamento mediático*», la imagen televisiva se pone al servicio de la construcción de una nueva credibilidad en la representación política. Se produce un traslado del proceso de formación de la opinión pública de las instituciones políticas al ámbito de la comunicación.

«Los medios de comunicación operan como mediadores entre la sociedad y el poder en un lugar que antes correspondía a los partidos políticos. El resultado es que la política se ha desplazado a la arena mediática como forma legítima de comunicación con los electores, generando una «democracia mediática»²

3250. Acebes González, Francisco Jesús. «Monitoreo De Medios Y Democratización En América Latina. La Participación Ciudadana En La Vigilancia De La Función Informativa De Los Medios De Comunicación De Masas.» *Comunicación y Sociedad* enero-junio, 001 (2004): 91-108.

2. Villafranco Robles, Citlali. «El Papel De Los Medios De Comunicación En Las Democracias.» *Andamios* 2, 3 (2005): 7-21.

Estas afirmaciones siguen la línea de la tesis de la era «posparlamentaria», según la cual, cada vez en mayor medida, las decisiones políticas se toman fuera de los espacios de acción parlamentaria. La implementación de políticas estaría de este modo, perdiendo importancia como elemento decisivo, mientras que la mediatización de la política, el embalaje de la política adaptada a las necesidades de los medios de comunicación, se estaría convirtiendo en un elemento cada vez más importante para la pretensión y el mantenimiento de un liderazgo político capaz. En este sentido podría pensarse que el hecho de que exista un grado alto de desinstitucionalización de los partidos en el país puede suponer un mayor grado de confianza en los medios de comunicación, o que al menos la confianza en ellos sea superior a la otorgada a los partidos políticos. Esta es una de las hipótesis que se manejan en el presente estudio.

«El plenario –en principio concebido como un lugar de la deliberación pública, de discurso- con el correr del tiempo habría ido evolucionando, inducido por los medios, hacia un foro de duelos verbales, ostensiblemente controvertidos, entre las diferentes facciones que componen el parlamento. El discurso de los diputados ya no se ajustaría a la concepción original de sus roles.»³

De este modo, los medios de comunicación, como actores políticos juegan un doble papel. Por una parte son:

«constructores/voceros de los discursos de las instituciones políticas a partir de las cuales los electores pueden configurar un escenario de posiciones [...] y una segunda función es la de constructores/voceros de la opinión pública a partir de la cual los políticos conforman sus agendas y toman sus decisiones.»⁴

Esta capacidad adquirida por los medios de comunicación, significa para algunos autores un incremento de la eficiencia en el proceso de rendición de cuentas del poder político. El debate acerca de los problemas que los diferentes mecanismos de control presentan en América Latina se ha hecho patente en el ámbito de la ciencia política en los últimos años. Guillermo O'Donnell califica de poliarquías a las democracias latinoamericanas, precisamente debido a que el proceso de delegación de autoridad política no está siendo complementado con mecanismos efectivos de *accountability*.

«Muchos de estos regímenes en América Latina, no son

-
3. Marschall, Stefan. «El Parlamento En La Sociedad De Medios: Relaciones Entre Parlamento Y Medios De Comunicación.» In *Relación Entre Política Y Medios*, edited by Frank Priess, 309-43. Buenos Aires: Temas, 2002.
 4. Carey, James W. «The Press, Public Opinion and Public Discourse.» In *James Carey: A Critical Reader*, edited by E. Munson y C. Warren. Minneapolis: University of Minnesota Press, 1997.

democracias representativas, sino *delegativas*, en estas democracias el proceso de autorización de los representantes no se complementa con mecanismos eficaces de Accountability. Las elecciones autorizan a los representantes, pero no hay una red de instituciones capaces de controlar las acciones del ejecutivo»⁵

Estos investigadores definen dos tipos distintos de *accountability*, por un lado la *accountability horizontal*, que supone la existencia de agencias intraestatales que velan por el control del poder político, por el otro, la *accountability vertical*, referida al proceso externo de control, manifestado fundamentalmente a través de los procesos electorales que brindan a los ciudadanos el derecho de castigar o recompensar periódicamente a los representantes electos con sus votos; Ésta última categoría contendría a su vez otra distinta de la electoral, la *accountability social o societal*, en la que se incluirían los movimientos sociales y los medios de comunicación fundamentalmente, sus iniciativas cumplen una función de activación de los mecanismos de rendición de cuentas, para ello pueden utilizar herramientas institucionales y no institucionales. La activación de demandas legales ante agencias de control es un ejemplo de recursos institucionales, mientras que las movilizaciones sociales ilustran algo de los no institucionales, cuyos castigos se imponen de manera simbólica.

Así pues, los medios de comunicación se convierten en un mecanismo de control del poder político que si bien no puede aplicar sanciones legales lleva asociado el castigo simbólico, imponen costos reputacionales cuyas consecuencias pueden suponer la derrota electoral, la renuncia al cargo o incluso sanciones judiciales si la investigación prospera. En ocasiones la presión social y la exposición pública suponen la activación de las agencias interestatales de *accountability horizontal*, que de otra manera podrían mostrarse reticente a intervenir.

«En suma: los medios de comunicación de masas no son los depositarios del poder, pero en conjunto constituyen el espacio en el que se decide el poder. En nuestra sociedad, los políticos dependen de los medios de comunicación». ⁶

De hecho, algunos autores afirman que el proceso de legitimación de los políticos pasa ahora necesariamente por los medios de comunicación de masas, al haberse convertido éstos en voceros de la opinión pública. De lo que trata actualmente la élite política por tanto, es de mantener

5. Peruzzotti, Enrique, and Catalina Smulovitz. «Accountability Social, La Otra Cara Del Control.» In *Controlando La Política. Ciudadanos Y Medios En Las Nuevas Democracias Latinoamericanas*, edited by E. Peruzzotti and C. Smulovitz. Buenos Aires: Temas, 2002.

6. Castells, Manuel. «Comunicación, Poder Y Contrapoder En La Sociedad Red (I). Los Medios Y La Política.» *Telos* enero-marzo, 74 (2008a)

o incrementar la legitimidad adaptando las actuaciones políticas a las peticiones de la opinión mediáticamente construida. Este hecho supone no pocas complicaciones para la clase política:

«El problema está, precisamente, en que la legitimidad política se trata de conseguir a partir de un proyecto para el que se ha pedido respaldo electoral, mientras que la legitimidad de la opinión no se funda en ningún proyecto, al menos explícito. La opinión, tal y como es reflejada por los medios de comunicación, es un conjunto heterogéneo de pareceres, en muchos casos contradictorios, cambiantes que por tanto difícilmente pueden erigirse en base para emprender acción política alguna».⁷

El hecho de que la clase política intente permanentemente adaptar sus movimientos a la opinión mediáticamente creada, puede llevar al agotamiento de los políticos por ese esfuerzo constante y derivar, en última instancia, en un proceso de descrédito e indiferencia hacia los medios de comunicación y la opinión pública, limitando el potencial de los primeros como agencias de control. De este modo, la situación derivaría en un aumento considerable de la desconfianza en los representantes políticos por parte de la ciudadanía. Este es uno de los aspectos importantes del presente estudio, cuyo objetivo fundamental es el de obtener un panorama descriptivo acerca de los pensamientos y actitudes de los parlamentarios en Centroamérica y el Caribe con respecto a los medios de comunicación.

Por los motivos ya enunciados, porque los medios de comunicación se han convertido en uno de los actores centrales en la política contemporánea, en América Latina especialmente, y porque es necesario que la clase política atienda las demandas de esta opinión pública creada mediáticamente para garantizar el eficaz funcionamiento de los medios de comunicación como agencias fundamentales del *accountability societal*, permitiendo así compensar el déficit de *accountability horizontal* detectado en las democracias latinoamericanas; Es necesario conocer qué clase de relación mantienen las élites políticas latinoamericanas con los medios de comunicación en cada país, qué grado de confianza les suscitan y en qué medida los tienen en cuenta a la hora de la toma de decisiones políticas.

A partir de los datos obtenidos por las encuestas que el «Observatorio de Elites Parlamentarias de América Latina»⁸ del Instituto Interuniversitario de Iberoamérica de la Universidad de Salamanca, realiza desde 1994, se lleva a cabo un análisis estadístico de las opiniones, actitudes y valores de las élites políticas en Centroamérica y el Caribe, mediante tablas

7. Ortega, Félix. «La Fragmentación De La Legitimidad Política.» *Revista mexicana de ciencias políticas y sociales* mayo-agosto, 194 (2005): 13-32

8. PELA. Alcántara, M. (Dir) *Proyecto Elites Parlamentarias*: Universidad de Salamanca, 1994-2009.

de contingencia y test de Chi cuadrado. De este modo, se relacionan las variables dependientes «grado de confianza en los medios de comunicación» e «influencia de los mass media en la toma de decisiones políticas», con datos sociodemográficos como la edad, el sexo, y el nivel educativo, junto a otras como la ideología, la pertenencia al grupo del gobierno o la oposición y el grado de institucionalización de los partidos políticos en el país; con el fin de obtener una primera aproximación hacia la variación que sufren las variables dependientes en función de estos factores independientes. El resultado es un análisis descriptivo pero a su vez explicativo de las variables dependientes por países y legislaturas. Se trata de la primera fase de un proyecto de investigación que más adelante abarcará el estudio de las variables mencionadas en la todos los países de América Latina de los que el Observatorio de Élités Parlamentarias tiene registros. Los países y legislaturas analizados en el presente estudio se presentan en la tabla 1.

País	1ª Ola		2ª Ola		3ª Ola		4ª Ola		5ª Ola	
	entrevistas		entrevistas		entrevistas		entrevistas		entrevistas	
	Estudio	Legislatura	Estudio	Legislatura	Estudio	Legislatura	Estudio	Legislatura	Estudio	Legislatura
Costa Rica	16	94-98	15	98-02	43	02-06	56	06-10		
El Salvador	08	94-97	07	97-00	27	00-03	48	03-06	58	06-09
Guatemala	19	95-99	38	00-04	52	04-08				
Honduras	12	94-97	11	97-01	40	02-06	57	06-10		
Nicaragua			17	96-01	39	01-06				
Panamá			41	99-04	53	04-09				
República Dominicana	30	94-98	29	98-02	44	02-06	64	06-10		

Tabla1. Datos sobre los estudios de PELA analizados en este informe

Confianza en los medios de comunicación

Para evaluar el grado de confianza que suscitan los medios de comunicación⁹ entre las élites parlamentarias de los distintos países, se ha realizado en primer lugar una comparativa con otras instituciones sociales: los sindicatos, la policía, los funcionarios, el Consejo Supremo Electoral, las organizaciones de empresarios, los partidos políticos, la Iglesia Católica, el

9. La pregunta formulada a los parlamentarios es «Y en relación a las siguientes personas, grupos e instituciones, me gustaría saber, ¿qué grado de confianza, mucha, bastante, poca o ninguna, le merece su actuación en la vida pública... (país)?» Se recodificaron «Confía mucho» y «bastante» en una misma categoría; lo mismo con «Confía poco» y «no confía». Así se obtuvieron los porcentajes de parlamentarios que confían en cada una de las instituciones por países.

poder judicial, el presidente de la república y el parlamento. De este modo, se ha observado que en Panamá y Costa Rica los medios de comunicación se encuentran entre las instituciones que menos confianza suscitan, al contrario que en Guatemala, El Salvador y Nicaragua, donde los medios de comunicación presentan porcentajes altos de confianza en relación con el resto de instituciones. En República Dominicana y Honduras, los medios de comunicación ocupan una posición media en esta comparativa.

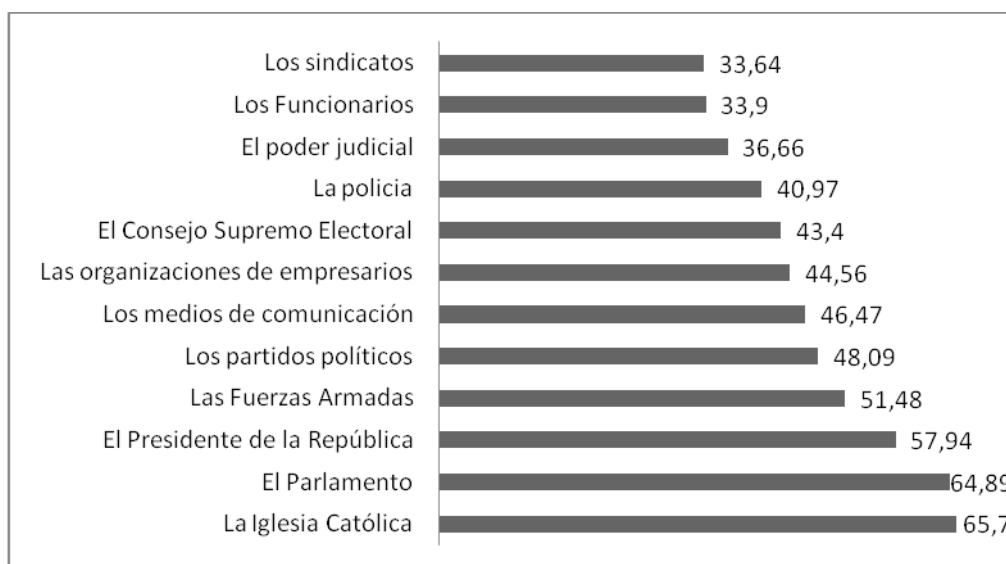


Gráfico 1. Promedio confianza en instituciones

Tan sólo el 46,47% (valor promedio) de los legisladores confía en los medios de comunicación, o lo que es lo mismo, más del 50% de los entrevistados desconfía de ellos. Si el valor medio de confianza en las instituciones se sitúa en 47,3 puntos porcentuales, ellos permite pensar en cierto recelo de los parlamentarios hacia los *mass media*, con quienes compiten en términos de *accountability* sobre el Poder Ejecutivo y el Judicial (al tiempo que son ellos mismos objeto de control) y de credibilidad ante el electorado.

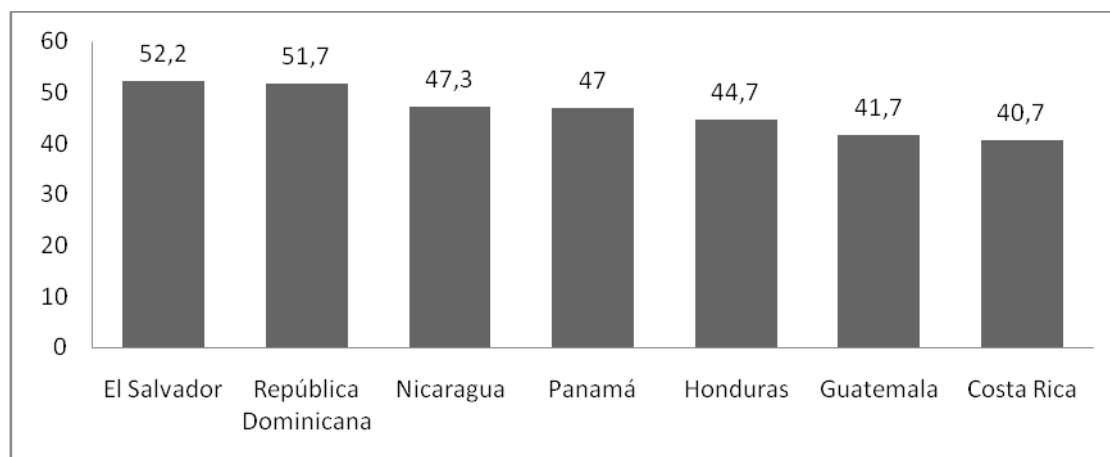


Gráfico 2. Confianza en los medios de comunicación según país

De acuerdo con los datos recogidos por los cuestionarios del Proyecto de Élités Parlamentarias, se han podido obtener resultados acerca de uno de los aspectos fundamentales para valorar el grado de institucionalización de los partidos en cada uno de los países, concretamente el que hace referencia a la identificación de los ciudadanos con los partidos políticos. Como se ha comentado anteriormente, el hecho de que existiera una baja institucionalización de los partidos podría hacer pensar en un mayor grado de confianza en los medios de comunicación como actores políticos. Dado que los valores obtenidos (Tabla 2) corresponden a las percepciones subjetivas de los parlamentarios entrevistados; los resultados no son concluyentes en este sentido. El Salvador parecería un caso claro en el que un mayor grado de desinstitucionalización (baja identificación de los ciudadanos con los partidos), lleva asociada una mayor confianza en los medios de comunicación que en los propios partidos políticos; sin embargo Guatemala, con un alto grado de institucionalización presenta más confianza en los medios de comunicación que en los partidos políticos. Sería necesaria la obtención de un índice que recogiese todos los aspectos a tener en cuenta sobre la institucionalización de partidos para poder refutar o descartar esta hipótesis.

	Costa Rica	Guatemala	Honduras	Nicaragua	Panamá	República Dominicana	El Salvador
La mayoría de ciudadanos se identifica con los partidos	22,4%	66%	22%	45,4%	41,7%	43,8%	14,4%
Existe un progresivo alejamiento entre sociedad y partidos	61,8%	20,6%	37,4%	43,1%	46,2%	50,5%	61,9%
Poca gente se identifica con los partidos	13,8%	13,4%	40,7%	10,8%	12,1%	3,9%	21,8%

Tabla 2. Relación entre partidos políticos y ciudadanía¹⁰

En Costa Rica ($\chi^2(1)=4.284$, $p<.038$) y El Salvador ($\chi^2(2)=15.292$, $p<.000$), se ha encontrado una relación estadísticamente significativa entre las variables «pertenencia al partido oficialista o a la oposición» y «confianza en medios». En ambos países son los miembros del gobierno los

10. En los casos de Honduras y Guatemala ha sido necesario hacer una recodificación de la variable «identificación sociedad/partidos» para ajustarlos a la escala de medición del resto de países.

que sí confían en los medios de comunicación, mientras que la oposición presenta desconfianza. En el resto de países no se ha encontrado relación significativa alguna entre ambas variables¹¹. Además en el caso de El Salvador, como se verá más adelante, también se ha hallado una relación estadísticamente significativa entre la influencia de los medios a la hora de la toma de decisiones políticas y el hecho de ser parlamentario oficialista o de la oposición.

	No confía	Sí confía	(n)
Oficialista	35,9%	64,1%	64
Oposición	52,7%	47,3%	93

($\chi^2(1)=4.284, \pi<.038$)

Tabla 3. Tabla contingencia «confianza en medios» X «oficialista/oposición» en Costa Rica

	No confía	Sí confía	(n)
Oficialista	26,3%	73,7%	118
Oposición	46,9%	52,2%	224

($\chi^2(2)=15.292, p<.000$)

Tabla 4. Tabla contingencia «confianza en medios» X «oficialista/oposición» en El Salvador

Al realizar un estudio conjunto de todos los datos obtenidos del PELA, se ha hallado una relación estadísticamente significativa entre las variables «confianza en medios» e «ideología¹²» ($\chi^2(12)=26.707, p<.009$). Aquellos parlamentarios que se autodefinen con una ideología de izquierda tienden a confiar menos en los medios de comunicación, mientras que los que se identifican con la derecha tienen una mayor confianza en los medios. La mayoría (53,4%) de los parlamentarios de izquierda recela de los medios, frente a la mayoría de los encuestados de derecha (59,4%) que sí confía. En el análisis por países solo se ha encontrado la misma relación estadísticamente significativa entre estas variables en el caso de El Salvador ($\chi^2(6)=56.748, p<.000$), manteniendo también la dirección de la relación.

11. En el caso de la República Dominicana, los datos de las encuestas del PELA no permiten saber si los encuestados pertenecen al gobierno o a la oposición ya que las oleadas de encuestas se realizan cada cuatro años pero éstas no coinciden plenamente con legislaturas completas. Las oleadas se realizaron entre 1994 y 1998, entre 1998 y 2002, entre 2002 y 2006, y entre 2006 y 2010; mientras que las legislaturas reales tienen una duración de cuatro años desde 1996.

12. La variable de auto identificación ideológica es una escala de 1 a 10, donde el 1 significa izquierda y el 10 derecha. Se recodificaron los valores de 1 a 4 como «Izquierda», 5 y 6 como «Centro» y 7 a 10 como «Derecha».

		Ideología		
		Izquierda	Centro	Derecha
Confianza en medios	No confía	53,62%	49,56%	40,11%
	Sí confía	46,37%	50,43%	59,88%
	(n)	524	688	511

Tabla 4. Tabla contingencia «confianza en medios» X «ideología»

Teniendo en cuenta la edad de los parlamentarios, apenas existen diferencias entre los distintos grupos de edad, si bien en los datos globales y en el caso concreto de El Salvador, se observa que los entrevistados mayores de 65 años son los que presentan una mayor desconfianza hacia los medios de comunicación, mientras que para el resto de los grupos de edad, los porcentajes son más altos para la confianza que para la desconfianza. En los análisis llevados a cabo para conocer la relación entre la variable «confianza en medios» y «sexo», y entre la primera y «nivel de estudios» no se han hallado cifras estadísticamente significativas.

Impacto en la toma de decisiones políticas

Las entrevistas del Observatorio de élites parlamentarias preguntan acerca de la importancia que dan los legisladores a los medios de comunicación en la toma de sus decisiones políticas, junto con otros factores de importancia en esa misma situación, solicitando responder a cada uno por separado. De este modo se obtiene un gráfico comparativo de la importancia otorgada por los parlamentarios entrevistados a cada uno de estos factores (Gráfico 3). En el caso de los medios de comunicación la distribución promedio señala que poco menos que la mitad de los entrevistados (42,61%) manifiesta tenerlos en cuenta, apenas por encima del impacto del gobierno, quién posee la cifra más baja, y muy lejos de la influencia que acusan de los electores, los afiliados del partido e incluso, la opinión pública en general.

Exceptuando República Dominicana, en el resto de los países analizados, los medios de comunicación son uno de los factores que menos tienen en cuenta los políticos a la hora de la toma de decisiones políticas. Más concretamente, en Costa Rica, Honduras, Guatemala y Panamá, los parlamentarios los sitúan en último lugar de importancia; en Nicaragua se encuentran solo por encima del gobierno. Comparando los resultados de cada país en influencia de medios (Gráfico 4), Panamá sería el país con un porcentaje de importancia mayor (56,8%), mientras que Costa Rica presenta una cifra considerablemente baja en comparación al resto: tan

sólo el 25,4% de los parlamentarios manifiesta considerar a los medios de comunicación en su toma de decisiones políticas.

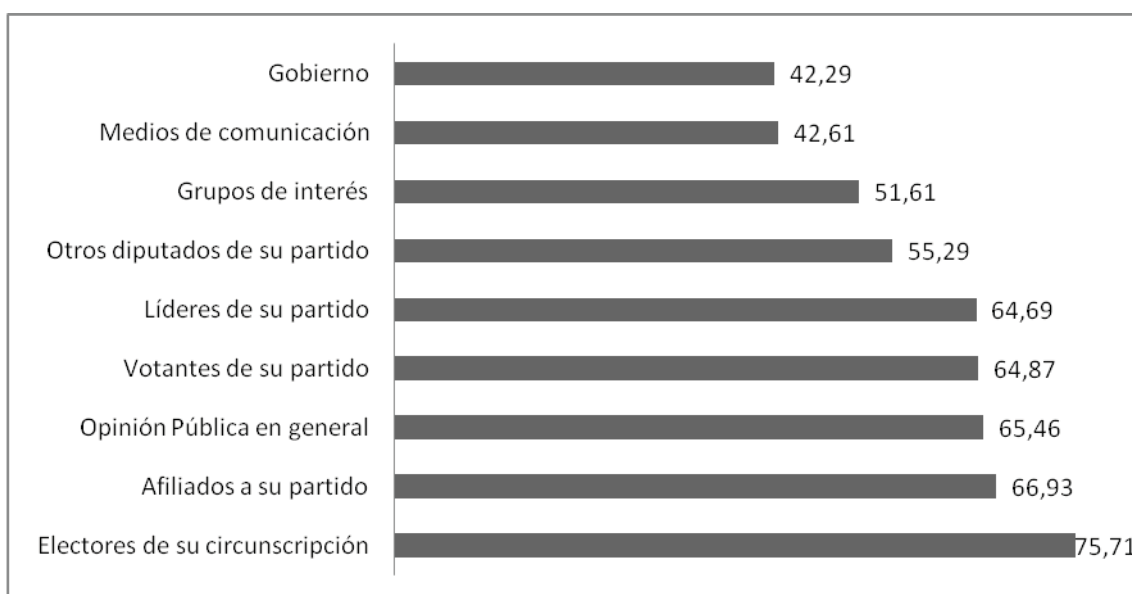


Gráfico 3. Promedios influencia en decisiones políticas

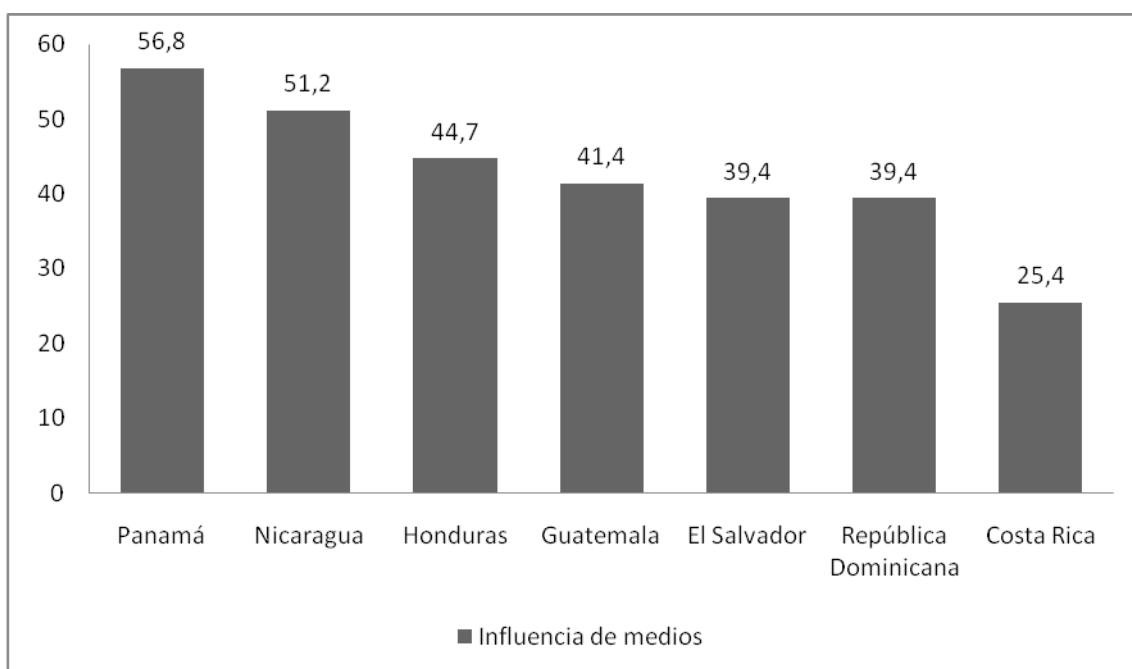


Gráfico 4. Influencia de los medios de comunicación en la toma de decisiones políticas según países

Si bien en el análisis global de los datos no se ha encontrado relación estadísticamente significativa entre las variables «influencia de medios» y pertenencia al partido oficialista o a la oposición», en el análisis por países ésta se ha hallado en El Salvador ($\chi^2(2)=6.536$, $p<.038$) y en

Nicaragua ($\chi^2(1)=5.902$, $p<.015$). En el primer caso, los miembros del partido oficialista sí tienen en cuenta a los medios en la toma de decisiones políticas, mientras que los parlamentarios de la oposición no tienen en cuenta a los medios en sus decisiones. Nicaragua, sin embargo, presenta una relación estadísticamente significativa entre estas mismas variables, pero de sentido contrario.

	No tiene en cuenta medios	Sí tiene en cuenta medios	(n)
Oficialista	32,2%	66,7%	89
Oposición	48,4%	51,1%	183

($\chi^2(2)=6.536$, $p<.038$)

Tabla 5. Tabla contingencia «influencia de medios» X «oficialista/oposición» en El Salvador

	No tiene en cuenta medios	Sí tiene en cuenta medios	(n)
Oficialista	54,8%	45,2%	73
Oposición	35,1%	64,9%	77

($\chi^2(1)=5.902$, $p<.015$)

Tabla 6. Tabla contingencia «influencia de medios» X «oficialista/oposición» en Nicaragua

Del mismo modo que se ha comparado la variable «confianza en medios» con el autopoicionamiento ideológico de los parlamentarios, se lleva a cabo el análisis con la variable «influencia de medios». En el caso de El Salvador se obtiene una asociación estadísticamente significativa entre las variables ($\chi^2(6)=29.962$, $p<.000$). En consonancia con los datos anteriores, los parlamentarios que se autopoicionaron a la izquierda tienen tendencia a no tener en cuenta a los medios de comunicación cuando toman decisiones políticas, mientras que aquellos que se autopoicionaron a la derecha suelen tener más en cuenta a los medios de comunicación en su tarea legislativa.

Influencia de medios	Ideología		
	Izquierda	Centro	Derecha
No toma en cuenta medios	50,4%	40,7%	34,7%
Sí toma en cuenta medios	49,6%	59,3%	64,4%
(n)	113	54	100

Tabla 7. Tabla contingencia «influencia de medios» X «ideología» en El Salvador

Lo que sí se ha encontrado en todos los análisis por países, ha sido una relación estadísticamente significativa entre las variables «confianza en medios» e «influencia de medios», además la relación en todos ellos comparte un mismo sentido. Los datos globales ($\chi^2(6)=111.046$, $p<.000$) apuntan a que aquellos que no confían en los medios no los tienen en cuenta a la hora de tomar sus decisiones políticas, mientras que aquellos que sí confían en los medios los consideran también en su tarea legislativa.

Influencia de medios	Confianza en medios	
	No confía	Sí confía
No toma en cuenta medios	61,4%	36,2%
Sí toma en cuenta medios	38,3%	63,7%
(n)	812	861

($\chi^2(6)=111.046$, $\pi<.000$)

Tabla 8. Tabla contingencia «confianza en medios» X «influencia de medios»

Países	«Confianza en medios» X «Influencia de medios»
Costa Rica	($\chi^2(2)=21.709$, $p<.000$)
Guatemala	($\chi^2(1)=35.268$, $p<.000$)
Honduras	($\chi^2(1)=9.314$, $p<.002$)
Nicaragua	($\chi^2(3)=10.953$, $p<.012$)
Panamá	($\chi^2(1)=9.540$, $p<.002$)
República Dominicana	($\chi^2(1)=9.941$, $p<.002$)
El Salvador	($8^2(4)=9.851$, $p<.043$)

Tabla 9. χ^2 «confianza en medios» X «influencia de medios» según país

Por otra parte, en el estudio global de todos los datos no se han encontrado relaciones significativas al comparar las variables «partido» «edad», «sexo» y «nivel de estudios con la variable «influencia de medios». Sin embargo, en el análisis por países, sí se han encontrado algunas. En el caso específico de Guatemala se han hallado relaciones estadísticamente significativas entre las variables «partido» y «confianza en medios»

($\chi^2(6)=17.829$, $p<.007$); y entre las variables «partido» e «influencia de medios» ($\chi^2(6)=14.531$, $p<.024$). Los resultados indican que los parlamentarios del «Frente Republicano Guatemalteco» no confían nada en los medios de comunicación y tampoco los tienen en cuenta en la toma de decisiones políticas. Este resultado reforzaría la tendencia de la izquierda a desconfiar y tener menos en cuenta a los medios de comunicación, ya que las estadísticas muestran la tendencia de los parlamentarios del FRG a autopoicionarse en una ideología de centro-izquierda ($\chi^2(8)=37.315$, $p<.000$).

Confianza en medios	Partido		
	PAN	FRG	Otros
Nada	8,5%	22,2%	8,9%
Poco	45,8%	35,8%	51,2%
Bastante	27,1%	29,6%	19,5%
Mucho	18,6%	12,3%	20,3%
(n)	59	81	123

Tabla 10. Tabla de contingencia «confianza en medios» X «partidos» en Guatemala

Influencia de medios	Partido		
	PAN	FRG	Otros
Nada	18,6%	35,8%	13,8%
Poca	42,4%	32,1%	40,7%
Bastante	22%	24,7%	34,1%
Mucha	16,9%	7,4%	11,4%
(n)	59	81	123

Tabla 11. Tabla de contingencia «influencia de medios» X «partido» en Guatemala

En el caso de Panamá ($\chi^2(12)=22.690$, $p<.030$), los parlamentarios que apuestan por el estatismo en la gestión del país no tienen en cuenta a los medios de comunicación a la hora de tomar decisiones políticas, mientras que aquellos que confían más en el mercado tienden a tener más en cuenta la opinión de los medios en su actividad política. En este país se han observado también resultados llamativos en la relación existente entre las variables «confianza en medios» y «haber cursado o no estudios en el extranjero» ($\chi^2(1)=6.180$, $p<.013$): aquellos parlamentarios que sí ha estudiado en el extranjero desconfían más de los medios de comunicación

que aquellos que han recibido toda su formación en el país. Dado que la variable «haber cursado o no estudios en el extranjero» no muestra relaciones estadísticamente significativas con otras como «ideología» ($\chi^2(4)=8.066$, $p<.089$) o «partido» ($\chi^2(8)=13.378$, $p<.099$), podría pensarse en que el hecho de haber cursado estudios en el extranjero puede haber dado a estos parlamentarios una visión de perspectiva sobre el país que les haga desconfiar especialmente de los medios de comunicación.

		Estudió en el extranjero	
		Sí	No
Confianza en medios	No confía	64,3%	40,4%
	Sí confía	35,7%	59,6%
	(n)	56	52

Tabla 12. Tabla de contingencia «confianza en medios» X «estudios en el extranjero» en Panamá

Conclusiones

Del conjunto de países analizado, el caso de El Salvador es particularmente curioso. Según los datos obtenidos para este país, las variables dependientes «confianza en medios» e «influencia de medios» varían, ambas, en función de la condición de parlamentario (oficialista/oposición) y de su autoposicionamiento ideológico. Resulta también llamativo el hecho de que sean los oficialistas quienes más tienen en cuenta a los medios en sus decisiones políticas. Podría ser ésta una muestra de la búsqueda del mantenimiento o incremento de la legitimidad política por parte de los miembros oficialistas del parlamento a través de los medios de comunicación a la que aludía Ortega (*La fragmentación de la legitimidad política*). Si bien es cierto que los datos de Nicaragua en sentido opuesto, y la falta de relaciones estadísticamente significativas entre estas mismas variables en otros países, deberían al menos cuestionar si en este hecho no influyen también características estructurales de cada país. Lo que impediría de algún modo, la localización de un patrón común en la región centroamericana y caribeña. El objetivo es seguir trabajando en esta línea con el resto de países de la región latinoamericana de los que el Proyecto de Élités tiene registros, con el fin de refutar o descartar hipótesis.

En definitiva, parece observarse cierto recelo por parte de los legisladores hacia los medios de comunicación; sin embargo queda claro

que no reniegan de la importancia de éstos como actores políticos, ya que aquellos parlamentarios en el gobierno sí reconocen tener en cuenta a los medios en sus decisiones políticas, previsiblemente y según Ortega (*La fragmentación de la legitimidad política*) con el fin de mantener o incrementar la legitimidad política obtenida previamente en el proceso electoral. Esto confirma la afirmación de Castells (*Comunicación, poder y contrapoder en la sociedad red (I)*) que asevera que si bien los medios de comunicación no son los depositarios del poder, en conjunto constituyen el espacio en el que se decide el poder y por tanto, cumplen un papel fundamental en el panorama político actual.

Por otra parte, si lo que se pretende es ayudar a fortalecer los mecanismos de *accountability* para la consolidación y el buen funcionamiento de las democracias, habría que valorar medidas o desarrollar mecanismos que contribuyan a aumentar la confianza que los legisladores tienen hacia los medios de comunicación; ya que los datos muestran que, en principio, si esa confianza se diese, esto llevaría implícito un aumento de la importancia que los legisladores otorgan a los medios de comunicación en la toma de sus decisiones políticas, lo que también trabajaría en pro de un correcto funcionamiento de la *accountability societal* asociada a los medios. Esta visión no seguiría la senda de la teoría «posparlamentaria» ya que las decisiones políticas seguirían tomándose dentro de los espacios de acción parlamentaria. Además el incremento de la confianza en los medios y su grado de importancia en la toma de decisiones políticas impulsaría la actuación efectiva de los medios de comunicación como mecanismos de control, de rendimiento de cuentas de los legisladores hacia los ciudadanos e impulsores a su vez de la actuación de las agencias estatales de *accountability horizontal*, cubriendo de algún modo el déficit existente en las «democracias delegativas» latinoamericanas.

Por último, sería necesario tener en cuenta para las sucesivas fases del proyecto, incluir un índice completo sobre el grado de institucionalización de los partidos políticos en cada país, con el fin de comprobar de manera fehaciente la hipótesis de que si existe un alto grado de desinstitucionalización de los partidos, el grado de confianza y el impacto de éstos en los procesos legislativos es mayor que en aquellos países donde el grado de institucionalización de los partidos políticos es alto, donde en principio se supone que los medios no han «usurpado» el espacio reservado tradicionalmente a los partidos.

Referencias

- AcebesGonzález, Francisco Jesús. «Monitoreo De Medios Y Democratización En América Latina. La Participación Ciudadana En La Vigilancia De La Función Informativa De Los Medios De Comunicación De Masas.» *Comunicación y Sociedad* enero-junio, 001 (2004): 91-108.
- Carey, James W. «The Press, Public Opinion and Public Discourse.» In *James Carey: A Critical Reader*, edited by E. Munson y C. Warren. Minneapolis: University of Minnesota Press, 1997.
- Castells, Manuel. «Comunicación, Poder Y Contrapoder En La Sociedad Red (I). Los Medios Y La Política.» *Telos* enero-marzo, 74 (2008a).
- «Comunicación, Poder Y Contrapoder En La Sociedad Red (Ii). Los Nuevos Espacios De La Comunicación.» *Telos* abril-junio, 75 (2008b).
- Herman, Edward S., and Noam Chomsky. *Manufacturing Consent : The Political Economy of the Mass Media*. London: Vintage, 1994.
- López López, Pedro. «Derechos De Información, Medios De Comunicación Y Democracia.» *Revista General de Información y Comunicación* 11, 2 (2001): 61-92.
- Mainwaring, Scott, and Mariano Torcal. «La Institucionalización De Los Sistemas De Partidos Y La Teoría Del Sistema Partidista Después De La Tercera Ola Democratizadora.» *América Latina Hoy* diciembre, 41 (2005): 141-73.
- Marschall, Stefan. «El Parlamento En La Sociedad De Medios: Relaciones Entre Parlamento Y Medios De Comunicación.» In *Relación Entre Política Y Medios*, edited by Frank Priess, 309-43. Buenos Aires: Temas, 2002.
- O'Donnell, Guillermo. «Accountability Horizontal. La Institucionalización Legal De La Desconfianza Política.» *ISONOMÍA* 14 (2001): 7-31.
- . *Disonancias: Críticas Democráticas*. Buenos Aires: Prometeo, 2007.
- Ortega, Félix. «La Fragmentación De La Legitimidad Política.» *Revista mexicana de ciencias políticas y sociales* mayo-agosto, 194 (2005): 13-32.
- PELA. Alcántara, M. (Dir) *Proyecto Élite Parlamentarias*: Universidad de Salamanca, 1994-2009.
- Peruzzotti, Enrique, and Catalina Smulovitz. «Accountability Social, La Otra Cara Del Control.» In *Controlando La Política. Ciudadanos Y Medios En Las Nuevas Democracias Latinoamericanas*, edited by E. Peruzzoti and C. Smulovitz. Buenos Aires: Temas, 2002.
- Sánchez Ruiz, E. *Medios De Comunicación Y Democracia*. Bogotá: Grupo Editorial Norma, 2005.
- Ulibarri Bilbao, Eduardo. «Entre La Libertad De Información Y La Manipulación. El Delicado Manejo De La Información Política.»

Partidos y clase política en América Latina en los 90. San José IIDH (1995): 477-91.

Villafranco Robles, Citlali. «El Papel De Los Medios De Comunicación En Las Democracias.» *Andamios* 2, 3 (2005): 7-21.

Wainberg, Fernando. «Medios De Comunicación Y Política En Latinoamérica. Tendencias De Una Relación Compleja.» *Centro de Competencia en Comunicación para América Latina* (2004).