

Predictores de la confianza en los medios nativos digitales: estudio del proyecto independiente cubano *Periodismo de Barrio*

Predictors of trust in digital-born news media: a study of the Cuban independent media *Periodismo de Barrio*

Olivera Pérez, D., y Marrero Santana, L.



Dasniel Olivera Pérez. Benemérita Universidad Autónoma de Puebla (México)

Investigador posdoctoral en el Instituto de Ciencias de Gobierno y Desarrollo Estratégico de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla. Doctor en Ciencias Sociales y Políticas y miembro del Sistema Nacional de Investigadores Nivel I, CONAHCYT México (2022-2026). Sus líneas de investigación son comunicación política y culturas periodísticas, métodos de investigación social, juventudes, medios y participación.

<https://orcid.org/0000-0002-0342-8278>, dasnieloliveraperez@gmail.com



Liliam Marrero Santana. Universidad Iberoamericana (México)

Doctora en Ciencias Sociales y Políticas por la Universidad Iberoamericana Ciudad de México. Maestra en Ciencias de la Comunicación y en Bibliotecología y Ciencia de la Información por la Universidad de La Habana. Profesora de asignatura de la Universidad Iberoamericana. Sus principales líneas de investigación son medios digitales, audiencias, usos sociales de las tecnologías de la información y la comunicación.

<https://orcid.org/0000-0002-6120-5021>, liliammarrero@gmail.com

Recibido: 30-09-2024 – Aceptado: 25-01-2025
<https://doi.org/10.26441/RC24.1-2025-3765>

RESUMEN: La pérdida de la confianza en los medios de comunicación a nivel global desafía la misión del periodismo como garante de la cohesión social y la deliberación pública. En un contexto de creciente interés de la investigación académica sobre este tema, el presente trabajo tiene como objetivo analizar los predictores de la confianza que tiene la audiencia de *Periodismo de Barrio*, organización periodística independiente del poder político-estatal cubano. El estudio adopta una metodología cuantitativa, con base en un cuestionario autoadministrado en línea a la audiencia del medio, y aplica una regresión lineal múltiple a los datos obtenidos. Los resultados confirman que *la concepción sobre el rol cívico, el comentar públicamente en las plataformas del medio, la satisfacción con el tema político y la percepción sobre la calidad en el contraste de fuentes* potencian la confianza, lo que también está influido por el lugar de residencia de las personas. El modelo de análisis integra variables relativas a las características sociodemográficas de la audiencia, los contenidos del medio, y las relaciones de ambos (audiencia y medio) con el sistema mediático y político del país. Todo ello se enmarca en un medio orientado al análisis crítico, la explicación y la investigación; una audiencia con un alto nivel de instrucción y múltiples lugares de residencia; y un ecosistema mediático fragmentado e ideologizado. Las conclusiones confirman la importancia de pensar la confianza en los medios desde una perspectiva contextual, fluida y multisituada.

Palabras clave: confianza; medio nativo digital; periodismo; regresión lineal; Cuba.

ABSTRACT: The loss of trust in the media at a global level challenges the mission of journalism as a guarantor of social cohesion and public deliberation. In the context of growing interest in academic research on this topic, this paper aims to analyze the predictors of trust among the audience of *Periodismo de Barrio*, a journalistic organization independent from the Cuban political state power. The study adopts a quantitative methodology, based on an online self-administered questionnaire to the

audience of the media, and applies a multiple linear regression to the data obtained. The results show that civic role conception, publicly commenting on the media's platforms, satisfaction with political topics, and the perception of quality in source contrast have a positive effect on media trust, which is also influenced by the audience's place of residence. The trust analysis model integrates variables related to the audience's socio-demographic characteristics, the media's contents, and the relationship of both (audience and media) with the country's media and political system. All this is framed within a media project oriented to critical, explanatory, and investigative journalism; an audience with a high education level and multiple residence places; and a fragmented and ideologized media ecosystem. The findings confirm the importance of thinking about trust in the media from a contextual, fluid and multisituated perspective.

Keywords: trust; digital-born news media; journalism; linear regression; Cuba.

1. Introducción

La confianza en los medios de comunicación ha disminuido de forma significativa en las últimas décadas a nivel global (Abdenour et al., 2021; Fawzi et al., 2021; Park et al., 2020; Vázquez-Herrero et al., 2022). Específicamente en los ecosistemas mediáticos occidentales, la pérdida de credibilidad en las noticias ha sido identificada como una crisis general, profundamente arraigada y sostenida en el tiempo (Nielsen, 2016).

Según el *Reuters Institute Digital News Report 2024*, la confianza de las audiencias en todo el mundo se sitúa en un 40 %, el mismo porcentaje registrado en el 2023 y dos puntos porcentuales por debajo de lo alcanzado en el 2022, con una regresión de los avances registrados en el contexto de la pandemia de COVID-19 (Newman et al., 2024).

En Estados Unidos, el porcentaje de la ciudadanía que afirmaba tener mucha o bastante confianza en los medios cayó del 54 % al 32 % entre los años 2003 y 2016, aunque hubo cierta recuperación en el 2017. Para el 2018, el 69 % de las personas adultas en esa nación reconocía que su confianza en los medios se había reducido en la última década (Gallup & Knight Foundation, 2018).

En América Latina, esta tendencia es apreciable en países como Perú, que registra una caída de la confianza en las noticias en general del 40 % en 2021 al 35 % en 2024; mientras en Colombia ha sido del 40 % al 34 % en igual periodo. En México, el descenso de este indicador ha sido del 49 % en el 2017 al 35 % en el 2024; en Argentina del 39 % al 30 %; y en Brasil del 60 % al 43 % (Newman et al., 2024).

La pérdida progresiva de la confianza en las instituciones mediáticas constituye uno de los desafíos fundamentales del periodismo en el presente, no solo porque incide de forma directa en su legitimidad y reconocimiento social (Fan et al., 2021; Rodrigo-Alsina & Cerqueira, 2019), sino por su influencia en la manera en que se relacionan las audiencias con los medios —sus prácticas de uso y consumo— (Kalogeropoulos et al., 2019; Strömbäck et al., 2020), sus fuentes, profesionales y servicios (Sapir, 2022; Sierra et al., 2023).

La confianza está vinculada con la percepción de la calidad y, por consiguiente, con la exposición selectiva a los contenidos, el empleo de estos (Jun, 2023; Sampio & Mompert, 2014; Sierra et al., 2023) y la sostenibilidad de los medios (Costera Meijer, 2020; Fawzi et al., 2021). En este sentido, y atendiendo al papel histórico del periodismo como fuente principal de información de interés público, la confianza es sustantiva para la cohesión social y los procesos de deliberación (Fan et al., 2021; Jun, 2023).

Debido a esta encrucijada, la investigación académica en torno a la confianza ha aumentado de modo considerable en las últimas décadas, con la finalidad de analizar las causas, manifestaciones, mecanismos y consecuencias de su pérdida o reforzamiento (Fawzi et al., 2021; Jun, 2023; Llamero et al., 2019).

Si bien los estudios más recientes concentran aportes relevantes acerca de la confianza y la credibilidad en una amplia variedad de tipologías mediáticas —tradicionales, digitales, alternativas, ciudadanas— fundamentalmente estadounidenses y europeas, aún son necesarios mayores niveles de sistematización teórica y evidencia empírica (Fawzi et al., 2021).

Con el ánimo de contribuir a ese propósito desde las coordenadas del ecosistema comunicativo latinoamericano y en el marco del estudio de los procesos periodísticos en contextos de riesgo (Olivera Pérez, 2023), la presente investigación, de carácter cuantitativo, pretende analizar los predictores de la confianza que tiene la audiencia del medio cubano *Periodismo de Barrio*.

La pertinencia de esta propuesta se fundamenta en la necesidad de incrementar y profundizar el estudio de la relación entre medios y públicos en América Latina y, más específicamente, en Cuba. También, en la potencial contribución asociada al abordaje situado de un conjunto de factores predictivos de la confianza, un objeto de estudio, por demás, poco atendido en la Isla.

Del mismo modo, al centrarse en un proyecto nativo digital e independiente, la indagación resulta novedosa, debido a que la mirada a las audiencias en general y, de modo más puntual, a sus vínculos con esta tipología mediática ha quedado relegada en las investigaciones académicas desde y sobre Cuba. Una buena parte de los estudios realizados en los últimos años se ha orientado fundamentalmente hacia los modelos organizativos y de gestión de los medios independientes, sus formas de propiedad y condiciones productivas (Celecia Pérez, 2020; Gallego, 2023; Padilla Herrera et al., 2017; Somohano Fernández, 2022, 2023).

Finalmente, la adopción de una metodología cuantitativa puede motivar próximos estudios comparativos al interior del país y en la región latinoamericana, sobre todo si se tiene en cuenta el llamado “giro de la audiencia” [*audience turn*]. Es decir, el desplazamiento desde una posición tradicional de distancia entre medios y públicos, hacia el monitoreo constante de estos y el estímulo de su participación, como condiciones esenciales para la sostenibilidad de las organizaciones periodísticas (Costera Meijer, 2020).

Respecto al medio seleccionado como caso de estudio, se trata de un proyecto nativo digital creado en el año 2015, que es independiente de la estructura mediático-partidista oficial de Cuba (Somohano Fernández, 2022). *Periodismo de Barrio* es uno de los medios emergentes y alternativos (Gómez Rodríguez & Celecia Pérez, 2022) que han crecido en la última década, cuyo ejercicio periodístico se realiza en condiciones de alto riesgo como consecuencia de su no reconocimiento legal y de la violencia sistemática que se ejerce sobre sus profesionales (Celecia Pérez, 2020; García Santamaría, 2019; Olivera Pérez, 2023; Somohano Fernández, 2022).

La investigación se basa en un cuestionario en línea, que se aplicó a la audiencia del medio a finales de 2023, y emplea una regresión lineal múltiple para plantear y corroborar el modelo de análisis, en el que las variables predictoras de la confianza son: la concepción sobre el rol cívico del periodismo, el uso de contenidos para comentar públicamente en las plataformas del medio, la percepción sobre la calidad en el contraste de fuentes y la satisfacción con el abordaje del tema político. Además, el modelo considera que el lugar de residencia también influye en la confianza en *Periodismo de Barrio*.

Teniendo en cuenta los propósitos de la investigación, la perspectiva metodológica y los resultados obtenidos, este artículo se estructura de la siguiente manera: Primero, se encuentra la revisión de la literatura, que examina presupuestos teórico-conceptuales relacionados con la confianza en los medios de comunicación, sus dimensiones y predictores principales. Luego, se presenta la metodología y los resultados del modelo de regresión aplicado. A continuación, se discuten los hallazgos a la luz de las características del medio, su contexto y las contribuciones académicas previamente analizadas. Por último, se ofrecen las conclusiones del estudio.

2. Revisión de la literatura

2.1. Confianza y credibilidad en los medios de comunicación

El estudio de la confianza en el ámbito de la comunicación mediática se caracteriza por una multiplicidad de enfoques que dificultan su conceptualización. No existe un consenso sobre su definición, ni sobre sus formas de medición (Fawzi et al., 2021), aunque es posible dar cuenta de algunos de sus rasgos más destacados, sus dimensiones, así como algunos de los factores principales que la potencian o debilitan.

La confianza involucra una disposición voluntaria de vulnerabilidad y dependencia por parte de quien confía, en el marco de sus propias experiencias, contexto y expectativas positivas respecto a aquello en lo que se confía (Fawzi et al., 2021; Ognyanova, 2019). En el caso de los medios, las expectativas de las audiencias están vinculadas a la función social de estos y las percepciones acerca de la calidad del periodismo (Abdenour et al., 2021; Jun, 2023; Sierra et al., 2023).

A partir de una síntesis de múltiples contribuciones, Fawzi et al. (2021) definen la confianza en los medios como:

...la disposición del individuo a ser vulnerable ante los objetos mediáticos, basada en la expectativa de que estos actuarán a) de manera satisfactoria para el individuo y/o b) de acuerdo con las normas y valores dominantes en la sociedad (es decir, las funciones democráticas de los medios) (p. 3).

Para van Dalen (2020), la confianza remite a una relación entre los medios, en tanto depositarios de esta, y la audiencia que la otorga:

La confianza en la prensa no solo se refiere a la expectativa de que los medios proporcionen información confiable, sino también a la expectativa de que cumplan de manera satisfactoria una función social más amplia, como responsabilizar a otras instituciones en su papel de “cuarto poder” y facilitar un adecuado funcionamiento del espacio público (p. 3).

Desde una perspectiva sociológica, Taneja & Yaeger (2019) subrayan el carácter transaccional y sostenido en el tiempo que distingue a la relación de confianza entre públicos y medios. Ambas partes desean satisfacer intereses propios y presuponen que no tendrán lugar comportamientos oportunistas. Las audiencias esperan que las organizaciones noticiosas sean fiables para poder beneficiarse del consumo informativo (p. 2).

Sobre esta base, un vínculo basado en la confianza se orienta hacia “un futuro desconocido” (Fawzi et al., 2021, p. 3), e implica incertidumbre y riesgo, porque los públicos no tienen control ni garantías sobre la selección y la producción informativa, que pueden terminar alejándose de sus intereses y subvirtiendo la orientación favorable inicial hacia las instituciones mediáticas, sus profesionales y/o contenidos (Fawzi et al., 2021; Ognyanova, 2019; Strömbäck et al., 2020).

En la literatura académica la confianza aparece muy ligada a la noción de credibilidad. Mientras algunos autores hacen referencia a su tratamiento como conceptos prácticamente intercambiables (Fisher, 2018; Fletcher & Park, 2017; Taneja & Yaeger, 2019), otros refrendan la idea de la credibilidad como un “sub-fenómeno” o componente de la confianza (Sampio & Mompert, 2014; van Dalen, 2020; Vázquez-Barrio et al., 2021).

En este sentido, la credibilidad es un juicio o valor atribuido por un actor —audiencia— a otro actor o recurso —instituciones, fuentes, contenidos—, en relación a determinado hecho o evento (Sampio & Mompert, 2014). Es el resultado de un proceso de evaluación subjetiva de las cualidades de una instancia de información, a partir de la apreciación de su relevancia, y atendiendo a cuestiones como la experiencia, la confiabilidad, la completitud, la precisión y el sesgo (Jun, 2023; Llamero et al., 2019; Rodríguez-Fernández et al., 2020).

Según van Dalen (2020), la credibilidad es la “verosimilitud percibida” y su objeto es más restringido que el de la confianza, su enfoque es más limitado y es diferente su marco temporal. En primer lugar, la credibilidad suele referirse a mensajes o eventos más específicos, mientras la confianza se orienta a objetos más globales, incluyendo los medios de comunicación en su conjunto (p. 4).

En segundo lugar, el enfoque de la credibilidad se orienta hacia la veracidad de la información, a diferencia del enfoque de la confianza que alcanza a la misión y el funcionamiento de los medios en la sociedad. Y, en tercer lugar, el marco temporal de la credibilidad es más inmediato, se asocia a “un juicio evaluativo” respecto a un mensaje al que se ha estado expuesto; frente al “juicio predictivo” asociado a la confianza que se orienta hacia el futuro (van Dalen, 2020, p. 4).

Puede concluirse que, amén de sus puntos en común, el concepto de credibilidad está más próximo a una evaluación perceptiva y puntual de un contenido o hecho en determinado momento; al tiempo que la confianza remite a una decisión activa, que asume las inseguridades de una relación que desborda el presente (Fawzi et al., 2021).

Atendiendo a los propósitos de este trabajo, se asume la confianza como constructo principal, en relación con un tipo de medio nativo digital e independiente en Cuba. El interés investigativo se dirige, precisamente, hacia el vínculo de la audiencia con el medio, entendido como “un rasgo psicológico bastante estable” (van Dalen, 2020, p. 4), orientado a sus características generales, sin particularizar en determinados servicios, mensajes o procesos, y relativamente sostenido en el tiempo.

Es un vínculo, además, que implica la asunción de riesgos por parte de la audiencia, no solo aquellos asociados a la imposibilidad de verificación y la falta de garantías en torno a la misión social del periodismo, sino también otros riesgos que se desprenden de un contexto adverso para la producción, distribución y consumo de propuestas mediáticas alternativas.

2.2. Dimensiones y predictores de la confianza

En la investigación sobre la confianza en los medios se identifican dos dimensiones fundamentales: una específica y otra general. Además, los estudios sobre el tema se distinguen por la heterogeneidad de los actores y recursos objetos de confianza que abordan; y también por la diversidad de factores de influencia o predictores analizados (Fawzi et al., 2021).

En cuanto a las dimensiones de la confianza, Fawzi et al. (2021) señalan que existe un consenso acerca de la diferenciación entre una perspectiva específica y otra general. La primera hace referencia a la confianza que un actor tiene respecto a instancias más concretas y cercanas, como un profesional del periodismo o un proyecto mediático particular.

La perspectiva general, por su parte, es la más extendida en las investigaciones. Alude a vínculos que exceden el espacio interpersonal y se centra en “la confianza mediática como una forma de confianza *institucional* (es decir, la confianza que las personas tienen en las instituciones públicas y los roles profesionales)” (Fawzi et al., 2021, p. 4).

Otros autores respaldan esta equiparación de la confianza en los medios con la confianza en otras instituciones como el gobierno, el parlamento o las empresas (Abdenour et al., 2021; van Dalen, 2020). Así, confiar en los medios en tanto instituciones es confiar “en el periodismo como una práctica profesional” y en la selección temática y la cobertura informativa que de esta se desprende (Taneja & Yaeger, 2019, p. 2).

La distinción entre las formas específica y general resulta de interés para los propósitos de este estudio. Si bien se centra en una tipología mediática puntual (enfoque específico), en este caso un proyecto nativo digital independiente cubano, sus resultados pueden contribuir a una discusión más amplia, que involucra al ecosistema mediático del país en su dimensión institucional (enfoque general).

Esto se debe al contraste entre la estructura mediático-partidista oficial de la nación, subordinada a la acción política externa a la prensa (Somohano Fernández & Peña Serret, 2023) y los proyectos mediáticos independientes. Dichos proyectos emergen como actores contenciosos frente al poder (Celecia Pérez, 2020), se encuentran desprovistos de reconocimiento legal y están sometidos a condiciones de riesgo (Olivera Pérez, 2023). El estudio de la confianza en *Periodismo de Barrio*, por tanto, tributa al conocimiento de la relación entre la audiencia y la propuesta alternativa que suponen los medios independientes.

Más allá de las dimensiones referidas, las investigaciones acumulan una diversidad notable en cuanto a las instancias objetos de la confianza. Estas van desde los medios o noticias en general, las tipologías mediáticas o canales más específicos —prensa escrita, radio, televisión, medios digitales—, las marcas periodísticas en particular, los periodistas, los contenidos y coberturas (Strömbäck et al., 2020).

Por ejemplo, Williams (2012) distingue tres ejes principales de la confianza orientada a los reporteros, las corporaciones o el contenido noticioso. En el nivel interpersonal (persona-a-persona) está la confianza entre un consumidor de noticias y un reportero; en el institucional (persona-a-sistema) se encuentra la confianza en una corporación de noticias específica; y en el nivel informacional (persona-a-contenido) está la confianza en el contenido noticioso (p. 119).

Por otro lado, en su estudio acerca del impacto del consumo noticioso a través de las redes sociales y la desconfianza general en las noticias y en los medios, Park et al. (2020) distinguen entre la confianza en *fuentes generales de noticias*, que incluyen uno o varios medios como los impresos, la televisión, la radio, los sitios web o redes sociales que las personas emplean para informarse; y la confianza en la *fente principal de noticias*, en referencia a un medio en particular, reconocido como el fundamental a través del cual se accede a los contenidos.

A propósito de lo anterior, Daniller et al. (2017) subrayan la relevancia del objeto específico de la confianza en el que se centran las investigaciones. Cuando esta se orienta globalmente a la prensa o los medios, predominan evaluaciones más negativas, en comparación con la confianza vinculada a las fuentes de noticias propias de las personas, o sea, aquellas que suelen usar de forma particular.

Su estudio demuestra que “los altos niveles de confianza en las fuentes propias de noticias coexisten cómodamente con visiones extremadamente negativas de ‘los medios’”, entendidos como un conjunto (Daniller et al., 2017, pp. 6-7).

El señalamiento crítico de Daniller et al. (2017) es de interés para la investigación sobre un medio nativo digital en Cuba. Se trata de una plataforma noticiosa concreta que, por su ubicación periférica en el ecosistema mediático nacional, constituye una fuente propia, personal, elegida por su audiencia. Esto puede implicar resultados más consistentes respecto a enfoques investigativos generalistas, dirigidos a la totalidad de medios nacionales, internacionales o independientes.

Otro encuadre en torno al objeto de la confianza es el asumido por Sierra et al. (2023), que indagan sobre la *confianza general en las noticias* según dos perfiles principales de usuarios: quienes acuden a fuentes tradicionales (prensa, radio, televisión) y quienes se informan a través de dispositivos digitales (teléfonos móviles, tabletas o computadoras).

Asimismo, Chung Joo et al. (2012) analizan factores tradicionales y tecnológicos que inciden en la percepción de la credibilidad, pero en relación con marcas o tipologías específicas de fuentes noticiosas en línea: medios convencionales como *usatoday.com* y *nytimes.com*; medios independientes como *drudgereport.com* y *axisoflogic.com*; y servicios de agregación como *news.google.com* y *news.yahoo.com*.

Las perspectivas comparadas entre las plataformas tradicionales y digitales son igualmente relevantes para el presente estudio, centrado en un proyecto en línea y alternativo. Las investigaciones varían en cuanto a sus resultados. De un lado, asocian niveles superiores de confianza al consumo noticioso a través de medios como la televisión, la prensa y la radio (Fan et al., 2021; Sierra et al., 2023). Y de otro, plantean índices elevados de confianza relativos al uso tanto de la televisión y los sitios web periodísticos, como de los medios nativos digitales (Kalogeropoulos et al., 2019). Esta modificación parece desprenderse del incremento del consumo de noticias en ambientes digitales y de la proliferación de medios independientes.

Atendiendo a los disímiles objetos de confianza y enfoques referidos, y siguiendo a Strömbäck et al. (2020), es posible confirmar que no existe un acuerdo acerca de la medición y operacionalización de la confianza en los medios. Se trata de un vínculo que en la literatura se orienta de manera inespecífica hacia los medios como conjunto, hacia algunas marcas periodísticas o hacia sus profesionales. Además, tampoco abundan las incursiones acerca de las relaciones entre estos objetos/sujetos de la confianza y sus distintas dimensiones o perspectivas (p. 144).

En lo concerniente a los factores de incidencia en la confianza general en los medios, Ognyanova (2019) los agrupa en tres grandes categorías: individuales, mediáticos y contextuales. En el primer caso se incluyen: indicadores sociodemográficos, personalidad, propensión a confiar, exposición a los medios, experiencias previas, ideología política, interés político y confianza política.

Entre los factores mediáticos se encuentran: características del contenido noticioso, agendas y marco, tipo de medio y características de la organización. Los factores contextuales integran: discusión interpersonal, influencia de las redes sociales, respaldo y crítica por parte de los consumidores o las élites, y condiciones políticas y económicas a nivel macro (Ognyanova, 2019). La mayoría de los estudios sobre la confianza en los medios se dedica a los factores individuales y, en menor medida, abordan los elementos de carácter mediático y contextual (Fawzi et al., 2021).

De acuerdo con estas clasificaciones, la presente investigación se orienta hacia la dimensión específica de la confianza (Fawzi et al., 2021) y se propone indagar en torno a factores potencialmente predictivos como *la concepción sobre el rol cívico* (ideal del periodismo), *el comentar públicamente en las plataformas del medio* (personalidad, exposición), *la satisfacción con el tema político* (agenda, interés político) y *la percepción sobre la calidad en el contraste de fuentes* (características del contenido).

Respecto a la concepción sobre los roles, Rodríguez-Virgili et al. (2023) evidencian correlaciones estadísticamente significativas entre la relevancia del periodismo, la opinión sobre sus funciones (adversarial, divulgadora e interpretativa) y la confianza. Según este abordaje, además, la función interpretativa sobresale por su capacidad potenciadora de la confianza.

Otras incursiones, como la de Abdenour et al. (2021), también demuestran el nexo que se establece entre la opinión ciudadana sobre los roles periodísticos y la confianza, por encima de otras variables como la ideología política y la edad. En su investigación, estos autores concluyen que los roles que más capacidad predictiva tienen sobre la confianza en las noticias son el adversarial, con el mayor impacto, y el diseminador.

Las opciones interactivas y de participación en línea han sido igualmente estudiadas en relación con la confianza o la credibilidad en los medios. Los aportes de Stefanone et al. (2019) señalan una conexión positiva entre la percepción de la credibilidad y la disposición a compartir información. Mientras, Taneja & Yaeger (2019) exponen una relación similar entre la confiabilidad y el tráfico directo a los sitios web. Ambas actividades manifiestan grados importantes de involucramiento de las audiencias y del uso intencional de los contenidos.

La investigación de Fletcher & Park (2017), por su parte, refleja una asociación negativa entre la confianza de las audiencias en las noticias y su participación en los medios digitales. Las personas con bajos niveles de confianza, según sus hallazgos, tienen menos probabilidades de reproducir comportamientos como el de compartir y comentar.

A propósito de otros factores explicativos de la confianza y la credibilidad, como el interés en asuntos políticos, el conocimiento político y una alta implicación política, la literatura acredita correlaciones positivas (Fawzi et al., 2021). Estos resultados, sin embargo, no son concluyentes, pues en otras indagaciones se invierten. Es el caso del estudio de Stefanone et al. (2019), en el que el interés político no constituye un predictor de la credibilidad.

Sobre las fuentes informativas, la investigación de Llamero et al., (2019) confirma que los procedimientos para proveer información oportuna, la contextualización y el análisis interpretativo, la cita de fuentes y la inclusión de enlaces a fuentes primarias en las noticias en línea, condicionan un posicionamiento positivo en torno a la credibilidad.

Atendiendo a la revisión de la literatura, se evidencia que factores individuales como la concepción sobre los roles periodísticos o la predisposición a participar inciden en la confianza en los medios de comunicación. Del mismo modo, otros indicadores relativos a la percepción sobre los productos y servicios de información comportan un potencial predictivo de la confianza.

Por tanto, con base en las contribuciones académicas y en las características del medio nativo digital objeto de estudio, se plantea la siguiente hipótesis:

- H1: La concepción sobre el rol cívico en el periodismo, el uso de contenidos para comentar públicamente en las plataformas del medio, la percepción sobre la calidad en el contraste de fuentes y la satisfacción con el abordaje del tema político potencian positivamente la confianza en *Periodismo de Barrio*.

3. Metodología

La selección de *Periodismo de Barrio* como caso de estudio responde a criterios vinculados, primero, con su carácter de medio nativo digital e independiente y, segundo, con distinciones en cuanto a su perfil editorial, las agendas que cubre y la relación con su audiencia.

En calidad de medio alternativo comparte con otros proyectos similares su posicionamiento opuesto al modelo de prensa estatal cubano y su operación en condiciones de riesgo. Acumula una trayectoria de casi una década que evidencia una progresiva consolidación organizacional, dada por la confluencia de profesionales diversos y la gestión multisituada del trabajo. Esto lo ha convertido en un proyecto de interés para la investigación académica reciente (Henken, 2017; Olivera Pérez, 2023; Somohano Fernández, 2022, 2023).

Su perfil editorial se diferencia en el ecosistema de medios independientes por su enfoque investigativo y analítico, ligado a un ideal de periodismo como servicio público, vigilante y cívico (Somohano Fernández, 2022), que se expresa en la cobertura de temas como medio ambiente, cambio climático y comunidades vulnerables. Su vínculo con la audiencia se sustenta en la creación de comunidad y ha sido examinado de forma abierta y transparente por el propio medio (*Periodismo de Barrio*, 2021).

Periodismo de Barrio está situado, además, en coordenadas de disputa entre un modelo de medios oficiales, centralizado y subordinado a la regulación externa del poder político, y un conjunto heterogéneo de plataformas periodísticas digitales independientes, con narrativas, agendas y prácticas que reconocen y visibilizan la diversidad social y política de la población cubana (Olivera Pérez & Fernández Hernández, 2022). Con ello se ha ampliado la estructura y expresión de la esfera pública nacional, estimulada por el mayor acceso y uso de Internet de las audiencias del país, marcadas crecientemente por la migración (Celecia Pérez et al., 2024).

Este contexto confirma la relevancia de estudiar la relación entre los medios alternativos y sus públicos en Cuba. Específicamente, la presente investigación se centra en los predictores de la confianza y para ello emplea una metodología cuantitativa, a través de un cuestionario en línea a la audiencia de *Periodismo de Barrio*. El diseño del instrumento tomó en cuenta los resultados de un levantamiento similar, desarrollado en el año 2021, que permitió valorar la eficacia de varios indicadores y preguntas que se mantuvieron o modificaron en el presente estudio.

Además, se revisaron otros cuestionarios desarrollados por medios nativos digitales en la región latinoamericana, como el proyecto periodístico independiente *El hilo*, se consultaron cuatro personas expertas y se aplicó un pilotaje donde participaron 10 miembros activos de la comunidad de *Periodismo de Barrio*. De este modo, se actualizó el instrumento a tono con tendencias actuales en el estudio de las audiencias y se obtuvieron criterios para el perfeccionamiento de la medición de las variables, el contenido, la comprensión e interpretación de las preguntas.

El cuestionario en línea se estructuró en 39 preguntas, agrupadas en seis secciones temáticas: demografía, psicografía, acceso a servicios, experiencias de uso de productos y servicios, perfil e imagen, y expectativas respecto al medio. Para el presente trabajo se utilizaron las respuestas de cuatro preguntas con escalas (confianza en *Periodismo de Barrio*, percepción sobre el contraste de fuentes, satisfacción con los temas, e importancia de la presencia de aspectos del rol cívico en los contenidos), una pregunta dicotómica (uso de contenidos) y una pregunta de elección única (país de residencia).

La encuesta se configuró en la plataforma *Google Form* y se aplicó entre el 23 de octubre y el 23 de noviembre de 2023. Este tipo de técnica autoadministrada, en línea y autoseleccionada, no permite determinar con precisión la tasa de respuesta esperada, ni la representatividad estadística del universo de la audiencia del medio. Sin embargo, se aplicaron las mejores prácticas para incrementar la tasa de respuesta: se enfocó en un público específico, se comprobó y pilotó, se utilizaron varios medios para su promoción, se emplearon mensajes personalizados y motivadores, y se enviaron recordatorios (Manzo & Burke, 2012).

El propósito del levantamiento de información y las garantías de anonimato y confidencialidad de los datos se informaron previamente a las personas que participaron en el estudio. En total, 211 respondieron el cuestionario, de ellas el 51.2 % identificadas con el género masculino, el 46.5 % con el femenino y el 1.4 % con el no binario. La estructura de edades y niveles educativos de la muestra se corresponde con el perfil de *Periodismo de Barrio*, en tanto medio digital orientado al análisis, la interpretación e investigación, pues predominan las personas menores de 45 años y con un nivel educativo universitario.

El 44.1 % de la muestra está en el rango de edad entre 25 y 34 años, el 21.3 % entre 35 y 44 años, el 14.7 % son jóvenes entre 16 y 24 años, mientras el 11.4 % son personas entre 45 y 54 años y el 8.5 % son mayores de 55 años. El 45.5 % tiene nivel universitario y cerca de un tercio (31.3 %) posee posgrado, al tiempo que poco más de la quinta parte (22.8 %) tiene nivel técnico medio o bachiller.

Para comprobar la hipótesis se aplicó una regresión lineal sustentada en un modelo de regresión múltiple, que toma como variable dependiente (VD): la confianza en *Periodismo de Barrio*; como variable independiente (VI) los indicadores: *percepción sobre el contraste de fuentes, rol cívico, comentar públicamente, temática política*; y como variable de control (VC): *residencia*.

Para aumentar la precisión del modelo se tomó *la residencia* como VC, debido a la importancia que ha tenido históricamente la migración en la conformación de audiencias con intereses en la realidad cubana, y la tendencia transnacional que se aprecia en su sistema mediático, sobre todo en los proyectos independientes del poder político-estatal del país (Olivera Pérez & De Maio, 2023). Otras variables sociodemográficas como la edad y el género no se contemplaron en el modelo de regresión, pues los datos descriptivos no indicaban potenciales variaciones en la confianza según estos grupos de personas.

Tabla 1. Matriz metodológica del modelo de regresión

| Variable | Indicador | Tipo de variable | Unidad de medida | Valores o categorías de respuesta |
|----------------|-----------------------------------|------------------|---|--|
| Y | Confianza en Periodismo de Barrio | Ordinal | Nivel de confianza | Resultados de 0 a 10 Nada de confianza = 0 Mucha confianza = 10 |
| X ₁ | Contraste de fuentes | Ordinal | Calidad percibida en el contraste de fuentes | Insuficiente = 1 Regular = 2 Buena = 3 Muy buena = 4 Excelente = 5 |
| X ₂ | Rol Cívico | Latente | Se formó con tres variables que miden nivel de importancia de la presencia del rol cívico en los contenidos | Las tres variables son ordinales. Se calculó media aritmética. Los valores van desde 1 a 5. |
| X ₃ | Comentar públicamente | Nominal | Uso de los contenidos para comentar públicamente | No uso = 0 Uso = 1 |
| X ₄ | Temática Política | Ordinal | Nivel de satisfacción con el tema política | Nada satisfecho = 1 Poco satisfecho = 2 Ni satisfecho / ni insatisfecho = 3 Muy satisfecho = 4 Totalmente satisfecho = 5 |
| X ₅ | Residencia | Nominal | País de residencia | En Cuba = 1 En otro país = 2 |

Fuente: Elaboración propia.

El tipo de variable, su unidad de medida y valores se describen en la Tabla 1.

Para garantizar la validez de la regresión se aplicaron pruebas de significación, normalidad y colinealidad. Con base en el esquema y la matriz metodológica de la operacionalidad de las variables que componen el modelo, la expresión matemática de su ecuación quedó de la siguiente manera:

$$\hat{Y} = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + u$$

4. Resultados

La escala de confianza ajustada para la información descriptiva indica que el 80.6 % (valores 8 al 10) de las personas encuestadas tienen una alta confianza en *Periodismo de Barrio* (M= 8.59; DE= 1.37) (Tabla 2). Se observa una ligera variación de acuerdo con el país de residencia, pues las personas que radican en otros países, representativas del 36 % de la muestra, tienen mayor confianza en el medio (M= 8.84; DE= 1.084) en comparación con quienes se encuentran en Cuba (M= 8.44; DE= 1.495), que constituyen el 64 % de los encuestados.

Igualmente, es alta la importancia otorgada a las prácticas periodísticas que tipifican *el rol cívico* (M= 4.33; DE=.618), el cual se centra en la conexión entre el periodismo, la ciudadanía y la vida pública (Mellado, 2019). Entre las prácticas que integran este rol se encuentran: la presencia de la voz de la ciudadanía en las informaciones (M= 4.38; DE=.755), el impacto de las decisiones de las autoridades sobre comunidades específicas y zonas rurales (M= 4.34; DE=.797) y la explicación sobre cómo un acontecimiento concreto puede influir en la vida cotidiana (M= 4.27; DE=.694).

De manera semejante, la satisfacción es alta en relación con la agenda política (M= 4.0; DE= .902), superior al promedio de satisfacción global con el abordaje temático que realiza *Periodismo de Barrio* (M= 3.88; DE=.628). El tema político es, además, uno de los tres con mayores niveles de satisfacción de los incluidos en la medición. Los otros dos son comunidades vulnerables; y género, mujeres e infancias.

Tabla 2. Media y desviación estándar según variables empleadas en la regresión

| Variable confianza | Media | DE |
|---|-------|-------|
| Confianza en el medio | 8.59 | 1,372 |
| Confianza en el medio (residentes en Cuba) | 8.44 | 1,495 |
| Confianza en el medio (residentes en otro país) | 8.84 | 1,084 |
| Pregunta: ¿Cuánta confianza dirías que tienes en Periodismo de Barrio? Valores ajustados: 0 a 2 =Baja confianza. 3 a 7 = Moderada o media confianza. 8 a 10 = Alta confianza. | | |
| Variable concepción de los roles periodísticos | Media | DE |
| Rol cívico | 4.33 | .618 |
| La voz de la ciudadanía en las informaciones | 4.38 | 0.755 |
| Impacto de las decisiones de las autoridades sobre comunidades específicas y zonas rurales | 4.34 | 0.797 |
| Explicación sobre cómo un acontecimiento concreto puede influir en la vida cotidiana | 4.27 | 0.694 |
| Rol vigilante | 4.36 | .643 |
| Rol servicio | 4.15 | .661 |
| Rol leal | 4.16 | .777 |
| Pregunta: ¿Qué importancia tiene para ti que en los contenidos de Periodismo de Barrio encuentres los siguientes roles? Valores: 1 = Nada importante. 2 = No muy importante. 3 = Algo importante. 4 = Muy importante. 5 = Extremadamente importante. | | |
| Variable satisfacción con las temáticas | Media | DE |
| Política | 4.0 | .902 |
| Global | 3.88 | .628 |
| Pregunta: Del conjunto de temas que suele cubrir Periodismo de Barrio, ¿con cuáles te sientes más satisfecho/a en su abordaje? Valores: 1 = Nada satisfecho/a. 2 = Poco satisfecho/a. 3 = Ni satisfecho/a ni insatisfecho/a. 4 = Muy satisfecho/a. 5 = Totalmente satisfecho/a. | | |
| Variable calidad percibida | Media | DE |
| Contraste de fuentes | 3.69 | .865 |
| Global | 3.65 | .900 |
| Pregunta: ¿Cómo valoras la calidad de los siguientes aspectos de Periodismo de Barrio? Valores: 1 = Insuficiente. 2 = Regular 3 = Buena. 4 = Muy buena. 5 = Excelente. | | |

Fuente: Elaboración propia.

Por otra parte, la calidad percibida respecto al contraste de fuentes es moderadamente alta ($M= 3.69$; $DE= .865$), en un rango semejante a la calidad promedio de los diferentes aspectos del medio que fueron evaluados ($M= 3.65$; $DE= .900$). Así, por ejemplo, la información, la forma de contar historias, la identidad visual, la selección de temas y el manejo de datos fueron calificados como aspectos con mayor calidad que el contraste de fuentes.

Por último, contrario al comportamiento de las variables anteriores, el uso de contenidos para comentar públicamente en el sitio web del medio o en sus redes sociales es de los menos frecuentes ($N= 53$; 25.1%). Para tener una perspectiva más precisa, vale indicar que de 11 usos que se midieron, 9 alcanzaron frecuencias superiores al 35% .

En resumen, son altas la confianza en *Periodismo de Barrio*, la concepción sobre el rol cívico y la satisfacción con el tema político; mientras es moderadamente alta la calidad percibida en relación con el contraste de fuentes y baja la frecuencia con la que se usan contenidos para comentar en el sitio web o en las redes sociales. La muestra del estudio también indica que, por cada dos personas residentes en Cuba, una es residente en otro país.

La hipótesis de la investigación considera que *la concepción sobre el rol cívico, el comentar públicamente en las plataformas del medio, la satisfacción con el tema político y la percepción sobre la calidad en el contraste de fuentes* (VI) influyen en la confianza en *Periodismo de Barrio* (VD), incluida la *VC residencia*. Para contrastar la hipótesis se aplicó una regresión lineal múltiple empleando el software SPSS (versión 24).

La regresión dio como resultado un modelo robusto y estadísticamente significativo ($p < .05$), que no presenta problemas de colinealidad (Tabla 3). Las VI en su conjunto explican en 26 % (R^2 ajustado = .260) la variación en la confianza. Además, las cuatro VI son significativas ($p < .01$) y tienen una relación positiva con la VD.

Tabla 3. Resultados del modelo de regresión (coeficientes, colinealidad)

| Resumen del modelo ^b | | | | | | | |
|---|--------------------------------|-------------|-----------------------------|-------|---------------------------------|------------------------------|-------|
| R | R cuadrado | | R cuadrado ajustado | | Error estándar de la estimación | | |
| .527 ^a | .278 | | .260 | | 1,180 | | |
| a. Predictores: (Constante). Comento públicamente. País de residencia. Rol cívico. Política. Contraste de fuentes | | | | | | | |
| b. Variable dependiente: Confianza en PB | | | | | | | |
| Coeficientes ^a | | | | | | | |
| Modelo | Coeficientes no estandarizados | | Coeficientes estandarizados | t | Sig. | Estadísticas de colinealidad | |
| | B | Desv. Error | Beta | | | Tolerancia | VIF |
| (Constante) | 3,174 | .685 | | 4,636 | .000 | | |
| Rol cívico | .529 | .138 | .238 | 3,830 | .000*** | .911 | 1,098 |
| Política | .276 | .097 | .181 | 2,845 | .005** | .867 | 1,153 |
| Contraste de fuentes | .360 | .103 | .227 | 3,500 | .001** | .838 | 1,193 |
| País de residencia | .413 | .171 | .145 | 2,407 | .017* | .975 | 1,026 |
| Comento públicamente | .518 | .190 | .164 | 2,733 | .007** | .974 | 1,026 |
| a. Variable dependiente: Confianza en PB | | | | | | | |
| *** $p < .001$; ** $p < 0.01$; * $p < 0.05$ | | | | | | | |

Fuente: Elaboración propia.

Entre las VI, *la concepción sobre el rol cívico* ($\beta = .238$) y *la calidad percibida del contraste de fuentes* ($\beta = .227$) tienen un mayor peso en predecir la confianza, lo que tiene sentido debido al alto nivel de instrucción de la audiencia de *Periodismo de Barrio*. Los resultados indican que una mayor *satisfacción con la temática política* ($\beta = .181$) y una mayor frecuencia en *el comentar los contenidos* en el sitio web y las redes sociales ($\beta = .164$) incrementan la confianza en el medio. Este comportamiento podría estar asociado con su perfil crítico e independiente del poder político en Cuba.

Por otra parte, la relación entre la VC *residencia* y la VD *confianza* también resultó estadísticamente significativa ($p < .05$) y positiva ($\beta = .145$). Por tanto, el residir en otro país influye en tener mayor confianza en el medio, lo cual confirma los datos descriptivos presentados al inicio de la sección; y también podría estar relacionado con el tipo de relación política que tiene la migración cubana con el gobierno del país.

5. Discusión de los resultados

Los resultados muestran que la confianza de la audiencia en *Periodismo de Barrio* es alta, lo que sugiere una lectura mixta y crítica en relación con la literatura. Por una parte, contrasta con las correlaciones entre el uso de medios en línea (Fan et al., 2021) o de dispositivos digitales (Sierra et al., 2023) y los niveles más bajos de confianza en las noticias, en comparación con la mayor confianza otorgada a medios tradicionales como la prensa, la radio y la televisión. Por otra parte, son coherentes con indagaciones que también vinculan la confianza con el empleo de fuentes alternativas, entre las que se encuentran los medios nativos digitales (Kalogeropoulos et al., 2019).

Las investigaciones señalan que la mayor confianza en los medios tradicionales se asocia al compromiso de las audiencias, los niveles de exigencia de sus hábitos informativos y, por tanto, su preferencia por fuentes alineadas con sus intereses y valores (Sierra et al., 2023). Esto va de la mano del reconocimiento de los estándares históricos de la prensa, la radio y la televisión, que ofrecen una “información más seria, exhaustiva y profunda” (Fan et al., 2021).

Sin embargo, estos mismos argumentos aplican para un medio nativo digital como *Periodismo de Barrio*, con un enfoque interpretativo e investigativo de la realidad cubana, que promulga un sistema de valores con el que se identifica notablemente su audiencia. Así quedó registrado en otras preguntas del cuestionario, donde las personas encuestadas señalaron que la información (96.7 %)¹ era el elemento de mayor calidad; mientras la inclusión y respeto por la diferencia (83.9 %) constituía el principal valor con el que asociaban al medio.

Las agendas cubiertas por *Periodismo de Barrio* pueden contribuir también a enmarcar los altos niveles de confianza que tiene su audiencia. Siguiendo la distinción entre *noticias duras* (informaciones sobre el ámbito internacional, política, economía, asuntos sociales) y *blandas* (informaciones sobre celebridades, entretenimiento, arte, deporte), propuesta por Fan et al. (2021), es posible vincular la producción noticiosa del medio con la primera de estas clasificaciones, que se relaciona con niveles superiores de credibilidad.

Atendiendo a estos elementos, el presente estudio amplía la comprensión sobre la confianza en los medios nativos digitales y, con ello, contribuye a un mejor entendimiento sobre los desplazamientos en los patrones de consumo de fuentes tradicionales y emergentes de información noticiosa.

Más específicamente, la regresión lineal múltiple resultó significativa y permite demostrar la hipótesis formulada. Este resultado dialoga con los aportes de otros estudios a nivel internacional, confirma la evidencia empírica en varios sentidos y, sobre todo, afianza la idea de que la confianza en los medios es una construcción contextual. En el caso de *Periodismo de Barrio* la confianza está asociada, por una parte, a las características del medio y el perfil de su audiencia y, por otra, a la relación de ambos (medio y audiencia) con el sistema mediático y político cubano.

Respecto al perfil de la audiencia, un primer plano de entendimiento está ligado a su alto nivel educativo, pues tres de cada cuatro personas encuestadas (76.8 %) posee nivel universitario. Si bien esta no fue una variable incluida en la regresión, y por tanto no fue posible establecer un vínculo con la confianza, es muy relevante para comprender los hallazgos del estudio. Estos van en sentido contrario a las investigaciones que plantean la existencia de un nexo entre el elevado nivel educativo y el bajo nivel de confianza en los medios (Fawzi et al., 2021).

Es preciso detenerse en la constitución de *Periodismo de Barrio* como medio independiente del poder político en Cuba, para explicar esta relación entre el perfil de la audiencia y los altos niveles de confianza. Desde su posición alterna y de carácter litigante frente al sistema de medios oficiales, este proyecto nativo digital constituye una fuente propia, elegida deliberadamente por su audiencia, tanto al interior como fuera del país. Dicha elección se deriva de la progresiva construcción de repertorios mediáticos (Sierra et al., 2023) más amplios, con un carácter alternativo, contrastado y crítico sobre la realidad nacional.

El incremento del acceso a Internet y la emergencia de plataformas digitales han contribuido a la diversificación de las fuentes noticiosas de las audiencias. Esto es reflejo, además, de la existencia de una demanda informativa, que no encuentra correlato en las agendas y los enfoques del modelo verticalista y centralizado de los medios en Cuba (Olivera Pérez & Fernández Hernández, 2022).

¹ Porcentaje de personas que evaluaron como buena, muy buena y excelente la información, en una escala de cinco valores (1= Insuficiente, 2= Regular, 3= Buena, 4= Muy buena, 5= Excelente).

Así se evidencia en las razones más frecuentes, esgrimidas por las personas encuestadas, para consultar *Periodismo de Barrio*. A saber: conocer sobre la realidad cubana (69,2 %), profundizar en el análisis de lo que acontece (64 %) y contrastar las versiones de los hechos (55,5 %). A diferencia de los estudios que subrayan el uso de los medios tradicionales para verificar las noticias como una manifestación de la confianza que inspiran (Fan et al., 2021), esta investigación sugiere lo contrario, dado el rol alternativo que suelen tener los medios independientes en contextos de alto control de la información por parte del Estado.

Ahora bien, los resultados también indican como variable predictiva *la percepción sobre la calidad en el contraste de fuentes*. Si bien la inclusión del contexto y los vínculos con fuentes primarias pueden influir en gran medida en la credibilidad (Llamero et al., 2019), es muy probable que las personas con alto nivel educativo, más que exponerse sistemáticamente a noticias en línea (Fletcher & Park, 2017), opten por plataformas que le brindan información y análisis de contexto.

En consecuencia, la relación de confianza que se explica en el presente estudio se observa para un tipo de medio digital, orientado al periodismo de calidad, crítico, analítico e investigativo; y una audiencia con un alto nivel de escolaridad. Este planteamiento es congruente con el hecho de que la variable *concepción sobre el rol cívico del periodismo* tuviera el mayor peso explicativo de la confianza, según el modelo de regresión.

Asimismo, aunque en la literatura revisada no se encuentran datos conclusivos sobre los roles preferidos por las audiencias, existe evidencia respecto a cómo las opiniones de la ciudadanía sobre los deberes periodísticos en la sociedad se vinculan con los niveles de confianza (Abdenour et al., 2021). De tal modo, por ejemplo, si el periodismo cumple con su función explicativa y contribuye a interpretar mejor la realidad, los medios generan o inspiran mayor confianza (Sierra et al., 2023).

En *Periodismo de Barrio*, si sus productos periodísticos incorporan la voz de la ciudadanía y explican los impactos de las decisiones de las autoridades en comunidades específicas, o de los acontecimientos concretos en la vida cotidiana, como parte de la *concepción del rol cívico del periodismo*, su audiencia incrementaría la confianza. Por tanto, es probable que la orientación de la audiencia hacia el periodismo investigativo y cívico esté asociada con el perfil editorial del medio, aunque ello requeriría más evidencia empírica.

Otra variable predictora, vinculada con un tipo de uso de los contenidos, y con la personalidad y la propensión a la exposición pública de las personas, es *el comentar en las plataformas del medio*. En la literatura se indican diversas motivaciones para comentar las noticias en línea, que van desde el deseo por expresar opiniones sobre asuntos de interés público, intercambiar información, desahogarse, interactuar socialmente, disfrutar de una discusión, hasta empoderarse como integrantes de una ciudadanía activa (Fletcher & Park, 2017).

Los estudios iniciales sobre las relaciones entre la confianza y el uso de los medios sugieren que existe una relación entre ambos; pero hallazgos más recientes no han confirmado esa conexión (Taneja & Yaeger, 2019). De ahí que los datos obtenidos en el presente trabajo, más que alinearse con resultados existentes en esta área, parecen reforzar la idea contextual y multidimensional de la confianza.

Para el contexto cubano es importante destacar dos elementos cuyo efecto acumulativo, muy probablemente, explique la predisposición al comentario público, como parte de la actual relación de las audiencias con los medios independientes. El primero es el desgaste del ideal participativo ciudadano que enarbó el proceso revolucionario, iniciado a mediados del siglo XX, caracterizado cada vez más por su opuesto, la concentración de poder (Guanche, 2012). El segundo se trata del papel propagandista asignado a los medios, en detrimento de su rol como garantes del debate y la fiscalización pública; y junto con ello, las limitaciones en el acceso de las personas a los medios como plataformas para ejercer su derecho a la deliberación y la participación ciudadana (Rodríguez-Brito & Marrero Santana, 2021).

La cuarta variable predictora de la confianza es *la satisfacción con el abordaje de la temática política*. Aunque en principio se trata de un indicador asociado con los contenidos del medio, varios elementos permiten sugerir que este hallazgo está relacionado con dinámicas políticas y mediáticas más generales de la sociedad cubana.

Como se ha explicado, *Periodismo de Barrio* es un medio crítico e independiente del poder político-partidista y estatal cubano, cuya labor no es legal en Cuba. Adicionalmente, en el entramado de medios independientes que comparten una condición semejante en términos legales, se distingue por un periodismo balanceado, analítico y centrado en las comunidades más vulnerables (Somohano Fernández, 2023).

El planteamiento anterior es consistente con lo señalado en otros estudios respecto a la relación entre política y periodismo. Por ejemplo, el interés político, el conocimiento político y la participación política se han observado correlacionados positivamente con la confianza y la credibilidad (Fawzi et al., 2021; Fletcher & Park, 2017); mientras que, por el contrario, las percepciones de influencias políticas y comerciales indebidas están fuertemente asociadas con niveles más bajos de confianza (Kalogeropoulos et al., 2019). Además, se ha reseñado como un rasgo relevante para entender la confianza en los medios, la constitución de ecosistemas mediáticos diferenciados según la ideología (Sierra et al., 2023).

Por tanto, estos resultados parecen indicar que la audiencia incrementa su confianza en *Periodismo de Barrio* al encontrar un abordaje alternativo, sobre todo al de los medios estatales cubanos, en torno a los sucesos políticos que tienen lugar en el país. Este comportamiento se corrobora con las respuestas a una pregunta incluida en el cuestionario, que indagaba sobre los medios más frecuentemente consultados por las personas participantes (escala con valores 1 al 5). Estos resultaron ser los de otros países ($M= 3.93$; $DE= .89$) y los independientes cubanos ($M= 3.84$; $DE= 1.01$).

Además, *Periodismo de Barrio* en cierta medida canaliza la expresión pública de un segmento de la población cubana con una construcción amplia, plural y crítica de su condición de ciudadanía, que no solo pasa por el activismo político, sino también por dinámicas sociales más amplias asociadas a agendas como comunidades vulnerables y medio ambiente. De este modo, para las personas encuestadas tiene mucha importancia (escala con valores 1 al 5) encontrar en el contenido del medio investigaciones en profundidad sobre abusos de poder y corrupción ($M= 4.49$; $DE= .76$), el cuestionamiento a individuos, grupos o instancias de poder ($M= 4.41$; $DE= .76$), y la voz de la ciudadanía ($M= 4,38$; $DE= .76$).

La construcción de la confianza en *Periodismo de Barrio* también implica la asunción, por parte de la audiencia, de riesgos que van más allá de sus experiencias y expectativas respecto a agendas y coberturas. Casi un tercio de las personas encuestadas (29 %) comparte preocupaciones acerca del rastro digital que dejan en los contenidos publicados por el medio. Entre ellas se encuentran el monitoreo por parte del Estado, la presión en el ámbito laboral y la incompreensión social por el consumo de estos contenidos.

Lo anterior vuelve a subrayar la relevancia del perfil de la audiencia, dada la variación asociada al *lugar de residencia*. Como ya se ha mencionado, las personas que residen en otros países tienen mayor confianza en *Periodismo de Barrio*, en comparación con quienes viven en Cuba, lo cual debe entenderse en el marco del tipo de relación política, identitaria y socioemocional de la migración cubana con el gobierno y con el país. Este comportamiento es característico de los medios diaspóricos, los cuales suelen jugar un papel como fuente de información alternativa, que sirve tanto a la emigración como a las poblaciones de origen, abre los espacios de expresión democrática y se resiste a la propaganda estatal (Mpfu, 2013, pp. 115-116).

Los hallazgos discutidos, si bien corresponden al examen de un conjunto de variables predictoras de la confianza en un medio de comunicación específico, también dan cuenta de dinámicas de transformación del sistema mediático cubano y de sus audiencias. En primer lugar,

está la propia emergencia y relativa consolidación de plataformas mediáticas nativas digitales, que implican un cuestionamiento a la calidad del periodismo en medios estatales-partidistas y a sus modos históricos de regulación y subordinación política (Olivera Pérez & Fernández Hernández, 2022; Somohano Fernández, 2022).

En segundo lugar, se encuentra el hecho de que estos medios nativos digitales, entre los que se encuentra *Periodismo de Barrio*, aun en condiciones adversas para el ejercicio periodístico, hayan construido un vínculo con segmentos de audiencias dentro y fuera del país, que consumen sus agendas y enfoques en tanto propuestas alternativas. Actores mediáticos *otros*, con procesos operativo-organizacionales (Somohano Fernández, 2023) y culturas profesionales distintas (Olivera Pérez & Fernández Hernández, 2022), se suman a ese ecosistema mediático y lo interpelan, a pesar de la postura institucional que insiste en su no reconocimiento y exclusión.

En tercer lugar y derivado de lo anterior, la incorporación de los medios independientes a las fuentes noticiosas habituales de las audiencias y, en particular, el hallazgo sobre la capacidad predictiva del *comentar en las plataformas del medio y la satisfacción con el abordaje de la temática política* sobre la confianza en *Periodismo de Barrio*, revelan la crisis de representatividad de la pluralidad política en el periodismo oficial (Muñiz-Zúñiga & Castillo-Salina, 2016). Ante la incapacidad de los medios estatales para garantizar el debate público, es entendible que una ciudadanía altamente instruida acuda a espacios alternativos que canalicen esa demanda participativa y de deliberación (Rodríguez-Brito & Marrero Santana, 2021).

En resumen, si la confianza remite a una decisión activa de los públicos, que comporta incertidumbre y funda un nexo que se sostiene en el tiempo, entonces su abordaje respecto a un proyecto como *Periodismo de Barrio*, que confronta a la institucionalidad hegemónica de los medios oficiales en Cuba, puede dar cuenta, también, de desplazamientos significativos en la relación histórica de los públicos con esa institucionalidad.

6. Conclusiones

El modelo de análisis de la confianza en el medio nativo digital *Periodismo de Barrio* integra variables relativas a las características sociodemográficas de la audiencia, las percepciones sobre los contenidos del medio y las relaciones de ambos (audiencia y medio) con el sistema mediático y político del país. Su capacidad explicativa, sin embargo, debe entenderse en el marco de un tipo de medio orientado al análisis crítico, la explicación y la investigación; un perfil de audiencia con alto nivel de instrucción y múltiples lugares de residencia; y un ecosistema mediático fragmentado e ideologizado.

Los resultados permiten plantear que, contrario a la idea extendida en varios estudios, los medios nativos digitales pueden ser depositarios de una alta confianza, en contraste con los medios tradicionales. Algunos elementos parecen favorecer este comportamiento, entre ellos: un contexto donde medios nativos digitales constituyen voces alternativas al poder político instituido, el desarrollo de una propuesta periodística afín con los ideales normativos de la profesión, y la correspondencia del perfil editorial del medio con una audiencia altamente instruida y una concepción crítica de su condición ciudadana.

En otra dirección, de acuerdo con el análisis realizado, la confianza específica en un medio también puede dar cuenta de las dinámicas e interdependencias de los sistemas de medios en general. El caso estudiado ilustra cómo el análisis de la confianza en *Periodismo de Barrio*, es indicativo de los desplazamientos en la relación histórica de los públicos con la institucionalidad mediática cubana tradicional.

En un contexto global que desafía al periodismo, debido a la proliferación de las *fake news* y la desinformación, así como la cada vez más alta intervención tecnológica en la producción y circulación de contenidos, el estudio de la confianza en los medios constituye un tema muy

relevante. En este sentido, *Periodismo de Barrio* destaca por formar parte del repertorio de medios de sus lectores, aun cuando quienes residen fuera de Cuba acceden a fuentes de información más diversas, y quienes residen en el país perciben un mayor riesgo respecto su rastro digital.

La disposición a la vulnerabilidad y a la búsqueda de voces alternativas por parte de la audiencia son condiciones paradójicas de la confianza en *Periodismo de Barrio*. En correspondencia con ello, la importancia otorgada al rol cívico del periodismo, el activismo asociado al comentar contenidos en las plataformas del medio, de conjunto con la satisfacción con el abordaje de la temática política y la percepción sobre la calidad en el contraste de fuentes, son variables predictoras de una mayor confianza.

De lo anterior se desprende la necesidad de revisar más detenidamente el papel de las tipologías mediáticas, los dispositivos de acceso y producción, así como de los ambientes tradicionales o digitales de consumo, en los niveles de confianza.

Los hallazgos permiten sugerir la exploración en profundidad sobre las relaciones entre productos y servicios informativos, y las expectativas de las audiencias. Además, proporcionan algunas pistas para entender la migración como factor de incidencia en confianza en el periodismo, y abren nuevas interrogantes para pensar la confianza de las audiencias en los medios desde una perspectiva contextual, fluida y multisituada.

7. Contribución

| Tarea | Autor 1 | Autor 2 |
|--------------------------------|---------|---------|
| Conceptualización | | X |
| Análisis formal | X | X |
| Obtención de fondos | | |
| Administración del proyecto | X | |
| Investigación | X | X |
| Metodología | X | X |
| Tratamiento de datos | X | X |
| Recursos | | |
| Software | X | |
| Supervisión | | X |
| Validación | X | |
| Visualización de resultados | X | X |
| Redacción – borrador original | X | X |
| Redacción – revisión y edición | X | X |

Bibliografía

Abdenour, J., McIntyre, K., & Smith Dahmen, N. (2021). Seeing Eye to Eye: A Comparison of Audiences' and Journalists' Perceptions of Professional Roles and How They Relate to Trust. *Journalism Practice*, 15(3), 329-347. <https://doi.org/10.1080/17512786.2020.1716828>

Celecia Pérez, C. (2020). Periodismo independiente cubano en línea: Ampliación de lo público desde una dimensión contenciosa. *Comunicación y Sociedad*, e7644, 1-28. <https://doi.org/10.32870/CYS.V2020.7644>

Celecia Pérez, C., Moreno Rodríguez, G., & Ortega Luna, G. (2024). La dimensión transnacional de la comunicación pública en Cuba. Ver la Isla desde cualquier lugar. *Educación, Arte, Comunicación: Revista Académica e Investigativa*, 13(1), Article 1. <https://doi.org/10.54753/eac.v13i1.2190>

- Chung Joo, C., Nam, Y., & Stefanone, M. A. (2012). Exploring online news credibility: The relative influence of traditional and technological factors. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 17(2), 171-186. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2011.01565.x>
- Costera Meijer, I. (2020). Understanding the Audience Turn in Journalism: From Quality Discourse to Innovation Discourse as Anchoring Practices 1995–2020. *Journalism Studies*, 21(16), 2326-2342. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2020.1847681>
- Daniller, A., Allen, D., Tallevi, A., & Mutz, D. C. (2017). Measuring Trust in the Press in a Changing Media Environment. *Communication Methods and Measures*, 11(1), 76-85. <https://doi.org/10.1080/19312458.2016.1271113>
- Fan, B., Liu, S., Pei, G., Wu, Y., & Zhu, L. (2021). Why Do You Trust News? The Event-Related Potential Evidence of Media Channel and News Type. *Frontiers in Psychology*, 12(April), 1-9. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.663485>
- Fawzi, N., Steindl, N., Obermaier, M., Prochazka, F., Arlt, D., Blöbaum, B., Dohle, M., Engelke, K. M., Hanitzsch, T., Jakob, N., Jakobs, I., Klawier, T., Post, S., Reinemann, C., Schweiger, W., & Ziegele, M. (2021). Concepts, causes and consequences of trust in news media—a literature review and framework. *Annals of the International Communication Association*, 45(2), 154-174. <https://doi.org/10.1080/23808985.2021.1960181>
- Fisher, C. (2018). What Is Meant By ‘Trust’ In News Media? En K. Otto & A. Köhler (Eds.), *Trust in Media and Journalism* (pp. 19-38). Springer Fachmedien Wiesbaden. https://doi.org/10.1007/978-3-658-20765-6_2
- Fletcher, R., & Park, S. (2017). The Impact of Trust in the News Media on Online News Consumption and Participation. *Digital Journalism*, 5(10), 1281-1299. <https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1279979>
- Gallego, J. R. (2023). *Análisis de las formas de propiedad bajo las que operan los medios cubanos de información periodística que no cuentan con reconocimiento oficial en Cuba* [Tesis de doctorado inédita]. Universidad Iberoamericana.
- Gallup, & Knight Foundation. (2018). *Indicators of news media trust. A Gallup/Knight Foundation Survey*. Gallup. <https://knightfoundation.org/reports/indicators-of-news-media-trust/>
- García Santamaría, S. (2019). Periodismo Alternativo Cubano: Un acercamiento a la violencia indirecta en perspectiva comparada. *Persona y Sociedad*, 33(2), 113-136. <https://doi.org/10.53689/pys.v33i2.276>
- Gómez Rodríguez, G., & Celecia Pérez, C. (2022). Periodismo alternativo en contextos de violencia. Características y desafíos de dos experiencias situadas en México. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, 67(245). <https://doi.org/10.22201/fcpys.2448492xe.2022.245.77465>
- Guanche, J. C. (2012). *La verdad no se ensaya: Cuba, el socialismo y la democracia*. Editorial Caminos.
- Henken, T. A. (2017). Cuba’s Digital Millennials: Independent Digital Media and Civil Society on the Island of the Disconnected. *Social Research: An International Quarterly of the Social Sciences*, 2, 429-456. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6127111>
- Jun, N. (2023). Do People Trust News on Media Overall as Much as They Trust the News They Actually Use? A Study on Credibility of “News I Use” and Credibility of News on Media Overall. *Asian Journal for Public Opinion Research*, 11(3), 234-256. <https://doi.org/10.15206/ajpor.2023.11.3.234>
- Kalogeropoulos, A., Suiter, J., Udris, L., & Eisenegger, M. (2019). News Media Trust and News Consumption: Factors Related to Trust in News in 35 Countries. *International Journal of Communication*, 13, 3672-3693. <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/10141>
- Llamero, L., Fenoll, V., & Domingo, D. (2019). Predictors of credibility of online media in the spanish polarized media system. *Communication and Society*, 32(2), 127-138. <https://doi.org/10.15581/003.32.2.127-138>

- Manzo, A. N., & Burke, J. M. (2012). Increasing response rate in web-based/internet surveys. *Handbook of survey methodology for the social sciences*, 327-343.
- Mellado, C. (2019). Journalists' Professional Roles and Role Performance. En C. Mellado, *Oxford Research Encyclopedia of Communication*. Oxford University Press.
<https://doi.org/10.1093/acrefore/9780190228613.013.832>
- Mpofu, S. (2013). Social media and the politics of ethnicity in Zimbabwe. *Ecquid Novi: African Journalism Studies*, 34(1), 115-122.
- Muñiz-Zúñiga, V., & Castillo-Salina, Y. (2016). Intermedia agenda setting en medios nacionales cubanos: Casos Granma y Noticiero Nacional de Televisión. Estudio sobre temas no experienciales. *Question, Revista Especializada en Periodismo y Comunicación*, 1(51), 445-467.
<https://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/article/view/3369>
- Newman, N., Fletcher, R., Robertson, C. T., Ross Arguedas, A., & Nielsen, R. K. (2024). *Reuters Institute Digital News Report 2024*. Reuters Institute for the Study of Journalism.
<https://doi.org/10.60625/RISJ-VY6N-4V57>
- Nielsen, R. K. (2016). The many crises of Western journalism: A comparative analysis of economic crises, professional crises, and crises of confidence. En J. C. Alexander, E. B. Breese, & M. Luengo (Eds.), *The Crisis of Journalism Reconsidered: Democratic Culture, Professional Codes, Digital Future* (pp. 77-97). Cambridge University Press; Cambridge Core.
<https://doi.org/10.1017/CBO9781316050774.006>
- Ognyanova, K. (2019). The social context of media trust: A network influence model. *Journal of Communication*, 69(5), 539-562. <https://doi.org/10.1093/joc/jqz031>
- Olivera Pérez, D. (2023). De la brecha a la conexión: Roles periodísticos en contextos de riesgo. *Virtualis*, 13(26), 7-27. <https://doi.org/10.46530/virtualis.v13i26.430>
- Olivera Pérez, D., & De Maio, M. (2023). Cuban Media During the Presidency of Raúl Castro: A Multidimensional Approach to Understanding Patterns of Change and Continuity in Media Systems. *The International Journal of Press/Politics*, 28(3), 493-515.
<https://doi.org/10.1177/19401612211047188>
- Olivera Pérez, D., & Fernández Hernández, C. (2022). Servicio público vs. Autonomía, el dilema de la cultura periodística cubana. *Revista de Comunicación de la SEECI*, 55, 123-146.
<https://doi.org/10.15198/seeci.2022.55.e778>
- Padilla Herrera, A., Ramírez Hernández, E. B., & Corcho Hernández, D. (2017). Comunicación pública y democracia en Cuba: Las controversias entre medios estatales y alternativos. En A. Cabral, C. Bolaño, D. Araújo, F. Andacht, & F. Paulino (Eds.), *Nuevos Conceptos y Territorios en América Latina* (pp. 494-519).
- Park, S., Fisher, C., Flew, T., & Dulleck, U. (2020). Global Mistrust in News: The Impact of Social Media on Trust. *JMM International Journal on Media Management*, 22(2), 83-96.
<https://doi.org/10.1080/14241277.2020.1799794>
- Periodismo de Barrio. (2021). *La comunidad que somos. Resultados del sondeo a nuestra audiencia*.
<https://drive.google.com/file/d/14F5iI0YMrFQ6tTud-0CyhUoiph22RM/view?usp=sharing>
- Rodrigo-Alsina, M., & Cerqueira, L. (2019). Periodismo, ética y posverdad. *Cuadernos.info*, 44, 225-239. <https://doi.org/10.7764/cdi.44.1418>
- Rodríguez-Brito, A., & Marrero Santana, L. (2021). La etnografía en sitios de redes sociales. Aportes metodológicos para el estudio de las prácticas de participación ciudadana en el contexto cubano. *Controversias y Concurrencias Latinoamericanas*, 13(23), Article 23.
<https://ojs.sociologia-alas.org/index.php/CyC/article/view/263>
- Rodríguez-Fernández, M. M., Martínez-Fernández, V. A., & Juanatey-Boga, Ó. (2020). Credibility of online press: A strategy for distinction and audience generation. *Profesional de la Información*, 29(6), 1-18. <https://doi.org/10.3145/epi.2020.nov.31>

- Rodríguez-Virgili, J., Sierra, A., & Serrano-Puche, J. (2023). Roles Profesionales Y Funciones Del Periodismo: Expectativas Y Confianza De Los Españoles. *Vivat Academia. Revista de Comunicación*, 24-46. <https://doi.org/10.15178/va.2023.156.e1470>
- Sampio, D. P., & Mompert, J. L. G. (2014). Calidad y credibilidad, un binomio inexorable para el futuro de los medios. *Periodística*, 0(16), 11-28. <https://doi.org/10.2436/20.3008.02.35>
- Sapir, E. V. (2022). Can we trust measures of trust? Measurement invariance in trust in EU news media. *SN Social Sciences*, 2(10), 1-21. <https://doi.org/10.1007/s43545-022-00534-1>
- Sierra, A., Serrano-Puche, J., & Rodríguez-Virgili, J. (2023). Perceptions of journalism and trust in news among traditionalist and digitalist media users: A comparative analysis of Denmark, Spain and USA. *Anàlisi : Quaderns de Comunicació i Cultura*, 68, 7-25.
- Somohano Fernández, A. (2022). Conformación de modelos oposicionales de intervención múltiple en medios independientes cubanos: Periodismo de Barrio y El Estornudo. *Comunicación y Sociedad*, e8358, 1-23. <https://doi.org/10.32870/cys.v2022.8358>
- Somohano Fernández, A. (2023). Horizontalidad y policentrismo en los procesos de producción periodística en medios independientes cubanos. *Estudos em Comunicação*, 36. <https://doi.org/10.25768/1646-4974N36A05>
- Somohano Fernández, A., & Peña Serret, D. (2023). Percepciones sobre autonomía y condiciones extramediativas del ejercicio profesional en periodistas de medios nativos digitales en México y Cuba. *Intersecciones en Comunicación*, 2(17). <https://doi.org/10.51385/ic.v2i17.179>
- Stefanone, M. A., Vollmer, M., & Covert, J. M. (2019). In News We Trust? Examining Credibility and Sharing Behaviors of Fake News. *Proceedings of the International Conference on Social Media & Society (SMSociety)*, 136-147. <https://doi.org/10.1145/3328529.3328554>
- Strömbäck, J., Tsfati, Y., Boomgaarden, H., Damstra, A., Lindgren, E., Vliegenthart, R., & 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), 139-156. <https://doi.org/10.1080/23808985.2020.1755338>
- Taneja, H., & Yaeger, K. (2019). Do people consume the news they trust? Incidental news usage and the high-choice media environment. *CHIConference on Human Factors in Computing Systems Proceedings (CHI 2019)*, 1-10. <https://doi.org/10.1145/3290605.3300770>
- van Dalen, A. (2020). Journalism, Trust, and Credibility. En K. W.-J. T. Hanitzsch (Ed.), *The Handbook of Journalism Studies* (pp. 356-371). University of Southern Denmark Journalism., <https://doi.org/10.4324/9781315167497-23>
- Vázquez-Barrio, T., Torrecillas-Lacave, T., & Suárez-Álvarez, R. (2021). Credibilidad de los contenidos informativos en tiempos de fake news: Comunidad de Madrid. *Cuadernos.info*, 49, 192-214. <https://doi.org/10.7764/cdi.49.27875>
- Vázquez-Herrero, J., Negreira-Rey, M.-C., Silva-Rodríguez, A., & Rodríguez-Vázquez, A.-I. (2022). Los medios bajo el prisma de la audiencia española: Cuestión de confianza. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 28(2), 447-459. <https://doi.org/10.5209/esmp.77807>
- Williams, A. E. (2012). Trust or Bust?: Questioning the Relationship Between Media Trust and News Attention. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 56(1), 116-131. <https://doi.org/10.1080/08838151.2011.651186>