



## Percepción ciudadana y confianza mediática en Panamá

### Citizen Perception and Media Trust in Panama

**José Herrera**

Universidad de Panamá, Facultad de Comunicación Social, Panamá  
[jose.herreraa@up.ac.pa](mailto:jose.herreraa@up.ac.pa) <https://orcid.org/0009-0007-5643-5272>

Fecha de recepción: 11/12/2025

Fecha de aceptación: 27/02/2026

DOI: <https://doi.org/10.48204/synergia.v5n1.9866>

### Resumen

La confianza mediática constituye un indicador fundamental de la calidad del ecosistema informativo y del fortalecimiento democrático. En Panamá, donde conviven medios tradicionales, plataformas digitales y nuevas formas de circulación de contenidos, analizar la credibilidad que la ciudadanía otorga a las distintas fuentes informativas resulta especialmente pertinente en un contexto marcado por la polarización política, la mediatización del debate público y la expansión de actores no periodísticos en la difusión de noticias. El objetivo de este estudio fue analizar el nivel de confianza ciudadana en los medios de comunicación en Panamá, sus variaciones según grupo etario y tipo de medio, así como sus implicaciones para la democracia informativa.

Se desarrolló un estudio exploratorio de enfoque cuantitativo, con diseño descriptivo y corte transversal. La información se recopiló mediante un cuestionario estructurado aplicado a 150 ciudadanos panameños, seleccionados a través de un muestreo por cuotas con distribución etaria. La decisión de trabajar con este número respondió a criterios de viabilidad operativa, accesibilidad de los participantes y disponibilidad presupuestaria, por lo que los resultados no pretenden generalizarse a toda la población nacional, sino ofrecer una aproximación diagnóstica inicial. La muestra se distribuyó de manera equitativa entre tres grupos de edad: 18 a 29 años, 30 a 49 años y 50 años o más. El cuestionario fue administrado mediante formulario digital, lo cual debe considerarse como una posible fuente de sesgo, especialmente en los participantes de mayor edad con acceso y familiaridad tecnológica. El análisis se efectuó mediante estadística descriptiva, utilizando distribuciones porcentuales y frecuencias.

Los resultados evidencian una mayor confianza en la radio (36.7%), seguida de la televisión (26.6%) y la prensa (24.6%), mientras que las redes sociales registran el nivel más bajo (12%). Asimismo, se identificó una relación positiva entre la edad y la confianza mediática, siendo los adultos mayores quienes expresan mayores niveles de credibilidad hacia las fuentes informativas. Entre los jóvenes se observó una paradoja relevante: consumen con frecuencia contenidos informativos en plataformas digitales, pero expresan menor confianza en ellos.





Se concluye que la confianza mediática en Panamá se configura como un fenómeno híbrido, en el que la legitimidad histórica de los medios tradicionales coexiste con el escepticismo frente a los entornos digitales. Este escenario plantea retos concretos para los medios, las instituciones públicas, la academia y la ciudadanía, especialmente en materia de transparencia, alfabetización mediática, pluralismo informativo y fortalecimiento del debate democrático.

**Palabras clave:** comunicación de masas, credibilidad, percepción social, alfabetización mediática, opinión pública, comportamiento de la audiencia; Panamá.

## Abstract

Media trust is a fundamental indicator of the quality of the information ecosystem and democratic strengthening. In Panama, where traditional media, digital platforms, and new forms of content circulation coexist, analyzing the credibility citizens assign to different information sources is particularly relevant in a context marked by political polarization, the mediatization of public debate, and the expansion of non-journalistic actors in news dissemination. The aim of this study was to analyze citizens' trust in the media in Panama, its variations by age group and media type, and its implications for informational democracy.

An exploratory quantitative study with a descriptive cross-sectional design was conducted. Data were collected through a structured questionnaire administered to 150 Panamanian citizens, selected through quota sampling with age-group distribution. The decision to work with this number was based on operational feasibility, participant accessibility, and budget availability; therefore, the results are not intended to be generalized to the entire national population but rather to provide an initial diagnostic approach. The sample was equally distributed among three age groups: 18–29, 30–49, and 50 years or older. The questionnaire was administered through a digital form, which should be considered a possible source of bias, especially among older participants with technological access and familiarity. Data were analyzed using descriptive statistics, including percentage distributions and frequencies.

The results show higher trust in radio (36.7%), followed by television (26.6%) and print media (24.6%), while social media shows the lowest level (12%). A positive relationship between age and media trust was also identified, with older adults expressing higher levels of credibility toward information sources. Among younger participants, a relevant paradox was observed: they frequently consume news content on digital platforms but report lower trust in them.

The study concludes that media trust in Panama is configured as a hybrid phenomenon in which the historical legitimacy of traditional media coexists with skepticism toward digital environments. This scenario poses concrete challenges for the media, public institutions, academia, and citizens, particularly in terms of transparency, media literacy, informational pluralism, and the strengthening of democratic debate.

**Keywords:** mass communication, credibility, social perception, media literacy, public opinion, audience behaviour; Panama.





## Introducción

La confianza en los medios de comunicación es uno de los cimientos invisibles, pero decisivos, del orden democrático. Una sociedad puede disponer de múltiples canales de información, abundancia tecnológica e inmediatez noticiosa y, aun así, vivir bajo una profunda fragilidad comunicativa si la ciudadanía no cree en quienes narran la realidad pública. La confianza no se limita a una percepción subjetiva sobre un medio o un periodista; constituye una relación social entre emisores, audiencias, instituciones y contextos históricos. Allí donde la credibilidad se desgasta, también se debilitan la deliberación pública, la formación de opinión y la posibilidad de construir consensos mínimos.

Durante los últimos años, este vínculo entre ciudadanía y medios ha experimentado transformaciones significativas a escala global. La digitalización acelerada, el crecimiento exponencial de las redes sociales, la sobrecarga informativa y la circulación de contenidos falsos, engañosos o descontextualizados han producido un entorno en el que la información ya no se valora solamente por su disponibilidad, sino por su verificabilidad. Wardle y Derakhshan (2017) describen este escenario mediante el concepto de information disorder, que alude a las nuevas formas de desorden informativo generadas por la mezcla de desinformación, mala información y contenidos manipulados que circulan a gran velocidad.

En América Latina, la confianza mediática adquiere características particulares. La relación entre medios, poder político y grupos económicos ha condicionado históricamente el nivel de legitimidad pública de la información. Becerra y Mastrini (2023) señalan que la concentración de la propiedad, la débil independencia editorial y la escasa pluralidad real afectan la percepción ciudadana sobre la calidad democrática de los sistemas mediáticos. Latinobarómetro (2023), por su parte, muestra que la confianza en los medios en la región se mantiene en niveles moderados o bajos, en un entorno de creciente desencanto institucional. Panamá forma parte de esa trama latinoamericana, pero presenta rasgos propios que vuelven necesario un análisis más situado. El país mantiene una fuerte presencia de medios tradicionales, especialmente radio y televisión, que todavía conservan peso simbólico en la vida





cotidiana. Sin embargo, este ecosistema convive con la expansión de plataformas digitales, cuentas informativas en redes sociales, espacios de opinión no sujetos a los mismos estándares periodísticos y nuevas formas de consumo fragmentado. A ello se suman fenómenos específicos del contexto panameño, como la percepción de centralización de la agenda mediática, las discusiones sobre pauta estatal, la influencia de intereses políticos y económicos en la cobertura, y el creciente protagonismo de influencers o comentaristas digitales que inciden en la interpretación pública de los hechos.

La importancia de estudiar la confianza mediática en Panamá es aún mayor en el momento actual. En años recientes, el país ha atravesado procesos de alta sensibilidad pública, entre ellos tensiones sociales, debates sobre corrupción, conflictos por temas ambientales, protestas ciudadanas y contiendas electorales intensamente mediatizadas. En ese marco, la confianza en la información no es un asunto abstracto ni distante: se vuelve crucial porque condiciona la manera en que los ciudadanos comprenden la realidad, evalúan a sus instituciones y participan en la vida democrática. La confianza importa hoy más que hace cinco años porque el volumen de información disponible ha crecido, pero no necesariamente lo ha hecho su legitimidad.

Desde el plano teórico, la literatura contemporánea coincide en que la confianza mediática no depende solo del contenido noticioso, sino también de factores estructurales y relacionales. Gies (2021) subraya que la percepción de credibilidad está asociada a la transparencia, la diversidad de voces y la capacidad de los medios para representar preocupaciones sociales concretas. Newman et al. (2024) advierten además que las nuevas generaciones muestran una relación más utilitaria y menos afectiva con los medios, en la que el consumo no implica necesariamente credibilidad. Esta observación resulta especialmente sugerente en contextos como el panameño, donde los jóvenes utilizan intensamente las redes sociales para informarse, pero no siempre consideran confiables esos mismos espacios.

En ese sentido, esta investigación parte de la premisa de que la confianza mediática no puede entenderse solo como una preferencia individual, sino como un termómetro del estado de la comunicación pública. Analizar qué medios inspiran mayor o menor credibilidad, cómo varía esa percepción según la edad y qué implicaciones tiene ello para la democracia permite abrir





una conversación necesaria sobre el futuro del periodismo, la salud del debate público y la responsabilidad compartida de medios, Estado, academia y ciudadanía.

El objetivo general de este estudio fue analizar el nivel de confianza mediática en Panamá, sus variaciones por edad y tipo de medio, y las implicaciones que ello tiene para la democracia informativa.

## **Materiales y Métodos**

La presente investigación se desarrolló bajo un enfoque cuantitativo, con diseño descriptivo y corte transversal. Dadas las condiciones de levantamiento de la información, el tamaño de la muestra y el alcance interpretativo de los resultados se define con mayor precisión como un estudio exploratorio. Esta denominación responde a la necesidad de evitar afirmaciones de representatividad nacional que no serían metodológicamente sostenibles con una muestra de 150 participantes en una población de más de cuatro millones de habitantes. En consecuencia, el propósito del estudio no fue producir inferencias generalizables para toda la población panameña, sino ofrecer un primer acercamiento empírico a las percepciones ciudadanas sobre la confianza mediática en el país.

La muestra estuvo compuesta por 150 ciudadanos panameños, distribuidos de manera equitativa en tres rangos etarios: 50 participantes entre 18 y 29 años, 50 entre 30 y 49 años y 50 de 50 años o más. Esta estructura respondió a un criterio analítico orientado a observar posibles diferencias generacionales en la percepción de confianza. Por tal razón, la selección no corresponde a un muestreo aleatorio simple, sino a un muestreo por cuotas con estratificación etaria, en el que se procuró incorporar participantes de distintos niveles educativos, zonas de residencia y hábitos de consumo informativo, dentro de las limitaciones logísticas del estudio. La elección del tamaño muestral obedeció a criterios de viabilidad operativa, disponibilidad presupuestaria, tiempo de aplicación y acceso efectivo a los participantes. En consecuencia, se reconoce expresamente que la muestra es limitada y que su utilidad reside en el valor exploratorio del diagnóstico, más que en la representatividad estadística a nivel nacional. Esta





aclaración resulta necesaria para transparentar el alcance del estudio y responder de manera rigurosa a posibles cuestionamientos metodológicos.

El instrumento principal fue un cuestionario estructurado, diseñado para identificar niveles de confianza en distintos medios de comunicación y explorar percepciones sobre la independencia editorial, el papel democrático de los medios y la presencia de desinformación. El cuestionario incluyó preguntas cerradas, de opción múltiple y dicotómicas, así como una pregunta abierta final orientada a recoger sugerencias ciudadanas sobre qué deberían hacer los medios para recuperar la confianza pública. Su diseño tomó como referencia investigaciones previas del Reuters Institute Digital News Report (Newman et al., 2024) y estudios regionales sobre credibilidad, adaptados al contexto panameño.

La aplicación del cuestionario se realizó entre mayo y junio de 2025 mediante formularios digitales de Google Forms. Esta modalidad facilitó la recolección de datos en un tiempo razonable y permitió alcanzar a participantes de diferentes entornos. Sin embargo, también introdujo un posible sesgo de acceso, ya que quienes respondieron debían contar con conectividad, algún nivel de alfabetización digital y disposición para completar el formulario en línea. Este aspecto es particularmente relevante en el caso de los adultos mayores, ya que los participantes de este grupo etario que lograron responder el cuestionario no representan necesariamente al conjunto promedio de personas mayores del país, sino a un segmento con condiciones tecnológicas específicas.

Las preguntas fueron redactadas en lenguaje claro, evitando tecnicismos innecesarios, con el fin de facilitar la comprensión del instrumento por parte de los participantes. El cuestionario se orientó a captar el juicio ciudadano sobre los medios desde la experiencia cotidiana del consumo informativo, más que desde categorías exclusivamente técnicas o profesionales. Esta decisión buscó privilegiar la percepción vivida, entendida como una dimensión fundamental de la confianza social.

El análisis de los datos se efectuó mediante estadística descriptiva. Se calcularon frecuencias absolutas y porcentajes para cada variable de interés, con especial atención a las diferencias por



tipo de medio y grupo etario. Dado el carácter exploratorio del estudio, no se realizaron pruebas inferenciales, sino una lectura comparativa de tendencias que permitiera describir el comportamiento general de la muestra y proponer interpretaciones situadas del fenómeno.

## Figura 1

### *Cuestionario de confianza mediática*

N°	Pregunta	Tipo de respuesta
1	¿Cuál es el medio que utiliza con mayor frecuencia para informarse?	Múltiple (TV, radio, prensa, redes)
2	¿Qué nivel de confianza le genera la televisión nacional?	Alta / Media / Baja
3	¿Qué nivel de confianza le genera la radio panameña?	Alta / Media / Baja
4	¿Qué nivel de confianza le genera la prensa escrita?	Alta / Media / Baja
5	¿Qué nivel de confianza le generan las redes sociales?	Alta / Media / Baja
6	¿Considera que los medios actúan con independencia editorial?	Sí / No / A veces
7	¿Cree que los medios fortalecen la democracia en Panamá?	Sí / No / No sabe
8	¿Ha identificado información falsa proveniente de algún medio?	Sí / No
9	¿Qué deberían hacer los medios para recuperar la confianza ciudadana?	Abierta

## Resultados y Discusión

Los resultados del estudio muestran una distribución desigual en los niveles de confianza hacia los distintos medios de comunicación en Panamá. La radio ocupa el primer lugar como medio más confiable entre los participantes, con un 36.7%, seguida por la televisión con 26.6% y la prensa con 24.6%. En el último lugar aparecen las redes sociales, con apenas 12% de confianza. Esta jerarquía evidencia una preferencia clara por los medios tradicionales, particularmente aquellos asociados con trayectorias históricas más consolidadas y una relación cotidiana más cercana con las audiencias.

**Figura 2***Nivel de confianza por tipo de medio (n=150)*

<b>Medio de comunicación</b>	<b>Personas que confían</b>	<b>Porcentaje (%)</b>
Radio	55	36.7
Televisión	40	26.6
Prensa escrita	37	24.6
Redes sociales	18	12.0

El predominio de la radio como fuente de mayor credibilidad sugiere que este medio conserva un valor simbólico importante dentro del ecosistema mediático panameño. Más allá de sus limitaciones técnicas o comerciales, la radio sigue siendo percibida como una voz cercana, inmediata y menos artificiosa que otros formatos. Su arraigo en espacios locales, comunitarios y regionales podría explicar en parte esta ventaja comparativa frente a medios más expuestos a cuestionamientos por concentración, espectacularización o dependencia de agendas externas.

La televisión, aunque se mantiene como un medio de alto consumo nacional, aparece en segundo lugar. Este resultado indica que aún conserva un grado importante de legitimidad, pero también refleja cierto desgaste. La percepción de parcialidad en coberturas políticas, la centralización de contenidos en la capital y el tratamiento reiterativo de determinados temas parecen incidir en una confianza menos robusta que la otorgada a la radio. La televisión sigue siendo relevante, pero ya no ocupa de forma indiscutible el lugar privilegiado que tuvo en otras décadas.

La prensa se ubica en una posición intermedia, ligeramente por debajo de la televisión. Este comportamiento puede interpretarse desde dos ángulos complementarios. Por un lado, la prensa todavía representa, para parte de la ciudadanía, un espacio asociado con mayor profundidad analítica, investigación y tradición profesional. Por otro, su transición al entorno digital, la disminución del hábito de lectura impresa y la competencia con formatos más inmediatos han reducido su centralidad en el consumo cotidiano de información.



Las redes sociales registran el nivel más bajo de confianza. Aunque son utilizadas ampliamente como canal de acceso a noticias y contenidos de actualidad. Los participantes no las perciben como espacios plenamente confiables. Este dato confirma que el uso frecuente de una plataforma no implica necesariamente legitimidad informativa. La velocidad de circulación, la presencia de rumores, la falta de filtros editoriales y la mezcla entre opinión, propaganda y hechos verificables parecen alimentar una percepción de mayor vulnerabilidad frente a la desinformación.

En relación con la edad, los datos muestran una tendencia consistente: a mayor edad, mayor confianza en los medios. Los jóvenes entre 18 y 29 años expresan los niveles más bajos de confianza, mientras que los adultos mayores manifiestan los más altos. Esta relación permite hablar de una brecha generacional en la percepción mediática, que no solo remite a hábitos de consumo distintos, sino a formas diferentes de evaluar la autoridad y la credibilidad de las fuentes.

**Figura 3**

*Nivel de confianza según grupo etario*

Grupo etario	Confianza (%)	Desconfianza (%)	Total encuestados
18-29 años	32	68	50
30-49 años	44	56	50
50 años o más	58	42	50

*Nota:* Porcentajes ajustados proporcionalmente al total de la muestra(n=50).

Uno de los hallazgos más relevantes del estudio es la llamada paradoja juvenil. Los participantes más jóvenes son, al mismo tiempo, quienes más interactúan con contenidos informativos en redes y quienes menos confianza depositan en esos espacios. Esta aparente contradicción revela una forma de consumo más instrumental que afectiva: los jóvenes usan redes por disponibilidad, rapidez y hábito, pero no necesariamente creen en ellas como fuentes confiables. En otras palabras, el acceso no equivale a credibilidad.





Este hallazgo tiene especial importancia para comprender el presente y el futuro del ecosistema mediático panameño. No se trata de una juventud desinteresada por la información, sino de una generación que se informa bajo sospecha. Consulta, compara, reacciona, comparte y verifica, pero no concede fácilmente autoridad. Esa actitud crítica puede interpretarse como signo de madurez digital, pero también como síntoma de una crisis más profunda en la legitimidad de los intermediarios informativos.

En términos generales, el estudio encontró que la confianza alta en los medios es minoritaria. La mayoría de los encuestados se ubica entre una confianza moderada y una confianza baja, lo que sugiere una relación ambivalente con el sistema mediático: no existe un rechazo absoluto, pero tampoco una adhesión sólida o estable.

**Figura 4.**

*Nivel general de confianza*

Nivel	Personas	Porcentaje
Alta	42	28.0
Moderada	63	42.0
Baja	45	30.0
Total	150	100.0

La categoría de confianza moderada, que alcanza el mayor porcentaje, sugiere que una parte significativa de la ciudadanía mantiene una postura de reserva. No desestima por completo la función de los medios, pero tampoco la asume con convicción plena. Este espacio intermedio puede interpretarse como una zona de disputa simbólica: la confianza no se ha roto del todo, pero necesita ser sostenida, reparada y legitimada de manera continua.

El 30 % de confianza baja indica, además, que existe un segmento importante de la población que observa los medios con distancia crítica. Entre las razones posibles se encuentran la percepción de falta de objetividad, el sensacionalismo, la insuficiente verificación, la influencia de intereses ajenos al periodismo y la débil conexión entre la agenda mediática y los problemas cotidianos de la ciudadanía.

En síntesis, los resultados muestran que la confianza mediática en Panamá se organiza en torno a dos grandes ejes. El primero es la persistencia del prestigio relativo de los medios





tradicionales, especialmente de la radio. El segundo es la creciente desconfianza hacia los espacios digitales como entornos informativos confiables. Entre ambos polos se configura un ecosistema híbrido en el que conviven legitimidades heredadas, consumos fragmentados y dudas persistentes sobre la verdad pública.

## **Discusión**

Los hallazgos de esta investigación permiten afirmar que la confianza mediática en Panamá no puede reducirse a una simple preferencia entre formatos o plataformas. Se trata de un fenómeno social, cultural y político que refleja la manera en que la ciudadanía evalúa la calidad del vínculo entre información, poder y vida pública. Los datos obtenidos muestran que ese vínculo no está roto, pero sí tensionado, fragmentado y en proceso de redefinición.

El liderazgo de la radio como medio de mayor confianza no debe interpretarse únicamente como una preferencia tecnológica o nostálgica. Más bien, expresa la permanencia de una legitimidad construida históricamente desde la cercanía, la cotidianidad y la capacidad de acompañar la vida social con una voz reconocible. En sociedades donde la oralidad mantiene peso cultural y donde las distancias territoriales o simbólicas entre centro y periferia siguen siendo significativas, la radio conserva una ventaja que trasciende la inmediatez. Su fortaleza no radica solo en transmitir información, sino en encarnar una relación de proximidad.

La televisión y la prensa, aunque todavía conservan credibilidad relativa, parecen situarse en una zona de transición. Los participantes no las ubican en una condición de descrédito absoluto, pero sí bajo una mirada más vigilante. Esto coincide con lo planteado por Newman et al. (2024), quienes sostienen que la ciudadanía contemporánea confía menos de forma automática y tiende a evaluar los contenidos según criterios de transparencia, coherencia y utilidad pública. En el caso panameño, esta vigilancia puede estar influida por la percepción de agendas centralizadas, el peso de actores políticos y económicos en la construcción noticiosa y la sensación de que ciertos sectores sociales aparecen subrepresentados en la cobertura.





En cuanto a las redes sociales, el bajo nivel de confianza encontrado resulta especialmente elocuente. Su centralidad en el acceso a la información no se traduce en legitimidad periodística. Este hallazgo confirma lo señalado por Wardle y Derakhshan (2017) sobre el desorden informativo y por Salaverría (2020) sobre la vulnerabilidad del ecosistema iberoamericano ante la desinformación. En Panamá, este fenómeno adquiere una tonalidad particular, pues las redes sociales se han consolidado como espacio de circulación de noticias, denuncias, opiniones, propaganda y contenido viral, muchas veces sin fronteras claras entre unos y otros. La expansión de influencers informativos, páginas de opinión y cuentas anónimas contribuye a una atmósfera de alta circulación, pero baja certificación.

La brecha generacional encontrada en el estudio merece una consideración especial. Que los adultos mayores expresen más confianza en los medios puede explicarse, en parte, por una socialización informativa forjada en contextos de mayor centralidad mediática, donde las instituciones periodísticas gozaban de autoridad más clara y estable. Los jóvenes, en cambio, se han formado en un entorno de abundancia, competencia de fuentes y sospecha permanente. Su menor confianza no necesariamente significa apatía, sino una forma distinta de relacionarse con la verdad mediática. La paradoja juvenil hallada en esta investigación —alto consumo digital y baja credibilidad— coincide con tendencias internacionales, pero también revela un desafío local: los medios panameños no solo deben atraer a las nuevas generaciones, sino convencerlas de que su trabajo merece confianza.

Desde una perspectiva democrática, esta situación tiene implicaciones profundas. Si la ciudadanía consume información sin creer plenamente en quienes la producen o distribuyen, el debate público se vuelve más vulnerable a la manipulación, al cinismo y a la fragmentación. La confianza mediática no es un lujo del periodismo: es una condición para que la deliberación democrática tenga suelo común. El Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo en Panamá (2025) ha advertido que la cohesión social depende, entre otros factores, de la calidad de la información pública y de la confianza en las instituciones que la hacen circular. En ese marco, la desconfianza sostenida puede erosionar no solo la reputación de los medios, sino también la capacidad de la democracia para organizar consensos informados.





El concepto de fenómeno híbrido, presente en esta investigación, adquiere aquí su sentido más pleno. Panamá muestra un ecosistema mediático donde no ha desaparecido la legitimidad histórica de los medios tradicionales, pero tampoco puede negarse la centralidad cotidiana de los entornos digitales. No hay una sustitución total de un modelo por otro, sino una coexistencia tensa entre formas heredadas de autoridad y nuevas dinámicas de circulación. El problema es que esa coexistencia no ha sido resuelta institucional ni culturalmente. Mientras los medios tradicionales conservan capital simbólico, las plataformas digitales imponen velocidad, volumen e influencia. El resultado es un sistema donde el acceso a la información se amplía, pero la certeza pública se vuelve más frágil.

En este punto, conviene señalar que la reconstrucción de la confianza no puede recaer exclusivamente en los medios. La responsabilidad es compartida. Los medios deben fortalecer la verificación, transparentar criterios editoriales, ampliar la diversidad de voces y reducir prácticas que alimenten la sospecha pública. El Estado, por su parte, debe garantizar reglas claras y transparentes en materia de pauta oficial, acceso a la información y protección de la libertad de expresión, evitando que la relación entre poder y medios se perciba como opaca o utilitaria. La academia tiene el deber de impulsar alfabetización mediática, pensamiento crítico y formación ciudadana, mientras que la sociedad debe asumir una cultura informativa menos pasiva y más responsable.

Aunque los resultados del presente estudio son limitados por su carácter exploratorio y por el tamaño muestral, ofrecen una señal significativa: la confianza mediática en Panamá no está extinguida, pero ya no puede darse por sentada. Es una construcción en disputa. Y en esa disputa se juega no solo el futuro del periodismo, sino también la densidad democrática del país.





## Conclusiones

Los resultados de esta investigación permiten concluir, en primer lugar, que la confianza mediática en Panamá se distribuye de manera desigual según el tipo de medio. La radio emerge como la fuente informativa que genera mayor credibilidad entre los participantes, lo que confirma la vigencia de su legitimidad histórica y su cercanía con las audiencias. La televisión y la prensa conservan niveles intermedios de confianza, mientras que las redes sociales se ubican claramente en el último lugar, con el porcentaje más bajo de credibilidad.

En segundo lugar, el estudio confirma la existencia de una brecha generacional en la percepción mediática. Los adultos mayores expresan más confianza en los medios que los jóvenes, lo que sugiere que la experiencia histórica de consumo informativo influye de manera importante en la valoración de la credibilidad. Esta diferencia no es menor: uno de los objetivos centrales de la investigación era precisamente observar las variaciones por edad, y los resultados muestran que la confianza no se distribuye homogéneamente entre generaciones.

En tercer lugar, el trabajo identifica una paradoja juvenil particularmente relevante para el contexto panameño. Los jóvenes consultan con frecuencia contenidos informativos en plataformas digitales, pero no confían plenamente en ellas. Este hallazgo revela que el problema actual no es simplemente de acceso a la información, sino de legitimidad de los canales y mediadores que la presentan. En otras palabras, la juventud no ha abandonado la búsqueda de noticias; ha abandonado la confianza automática.

Asimismo, la investigación permite afirmar que Panamá presenta un ecosistema mediático híbrido. Esta expresión no debe entenderse como una simple coexistencia entre medios viejos y nuevos, sino como una articulación conflictiva entre formas tradicionales de autoridad informativa y dinámicas digitales de circulación acelerada, fragmentada y vulnerable a la desinformación. Para el futuro del país, este fenómeno implica que la fortaleza democrática dependerá de la capacidad de integrar la credibilidad profesional del periodismo con las exigencias de un entorno digital dominado por la velocidad, la interacción y la competencia por la atención.





Si no se actúa frente a este escenario, el riesgo no es únicamente comunicativo. La persistencia de bajos niveles de confianza puede favorecer la desinformación, debilitar la deliberación pública, aumentar el descrédito institucional y erosionar la capacidad de la ciudadanía para tomar decisiones informadas. En consecuencia, no basta con señalar de manera abstracta la necesidad de mejorar la confianza; es indispensable identificar responsables concretos y líneas de acción.

En este sentido, los medios de comunicación deben fortalecer sus prácticas de verificación, transparencia editorial y pluralidad de voces. El Estado debe garantizar reglas claras en el uso de la pauta oficial, proteger la libertad de expresión y promover un entorno comunicativo menos opaco. La academia está llamada a profundizar la alfabetización mediática y digital, no solo como tema educativo, sino como herramienta de ciudadanía democrática. Finalmente, la sociedad civil debe consolidar hábitos de consumo crítico que distingan entre información verificada, opinión, propaganda y manipulación.

Por último, debido a su carácter exploratorio y a las limitaciones de la muestra, este estudio no pretende ofrecer conclusiones definitivas sobre la totalidad de la población panameña. Sin embargo, sí aporta evidencias valiosas para comprender tendencias actuales y abre una ruta de investigación necesaria. Futuras investigaciones deberían ampliar el tamaño de la muestra, incorporar técnicas mixtas, explorar diferencias territoriales y examinar de manera más profunda el peso de factores como la polarización, la pauta estatal, la influencia de influencers informativos y la percepción de independencia editorial en la construcción de confianza mediática en Panamá.





## Referencias Bibliográficas

- Assis, C. de Lima, Becker, A., Guerrero, M. A., Márquez-Ramírez, M., Mellado, C., Moreira, S. V., Oller Alonso, M., Olivera, D., Ramos, D., & Waisbord, S. (2024, August 28). Google's support for news media in Latin America may lead to dependency. *LatAm Journalism Review*.
- Becerra, M., & Mastrini, G. (2023). *Medios, audiencias y poder en América Latina*. Siglo XXI Editores.
- Cazzamatta, R. (2025). Regressive "alternative" media and their role in disrupting democratic communication in Latin America. *Media, Culture & Society*.
- Echeverría, M. (2024). Bringing history back into media systems theory: Multiple media system legacies in Latin America. *Journal of Media Sociology*.
- Gies, H. (2021). Covering and uncovering Latin America's media struggles. *Journal of Communication Inquiry*, 45(3), 201–217.
- Latinobarómetro. (2023). *Informe 2023: Democracia, medios y confianza*. Corporación Latinobarómetro.
- Lubianco, J. (2021, June 23). Trust in news is growing, but Latin America is below world average. *LatAm Journalism Review*.
- Milhorance, F. (2018). *Media trust and use among urban news consumers in Brazil*. City, University of London.
- Newman, N., Fletcher, R., Robertson, C. T., Eddy, K., & Nielsen, R. K. (2024). *Reuters Institute Digital News Report 2024*. Reuters Institute for the Study of Journalism.
- Nielsen, R. K., & Graves, L. (2017). *News you don't believe: Audience perspectives on fake news*. Reuters Institute for the Study of Journalism.
- Parra Saiani, P. (2024). Broken trust: Confidence gaps and distrust in Latin America. *Social Indicators Research*, 166(2), 305–328.
- Pecorari, N., & Cuesta, J. (2024). Citizen participation and political trust in Latin America and the Caribbean. *European Journal of Development Research*, 36(1), 47–63.
- Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. (2025, February). *Restoring trust to ensure social cohesion: Panamá*. PNUD Panamá.
- Renzullo, R. (2025). *Digital disinformation trends in Latin America (GIGA Policy Study 05/2025)*. GIGA Institute for Latin American Studies.





- Rodríguez, M., & Zechmeister, E. J. (2018). Media pluralism, public trust, and democracy: New evidence from Latin America and the Caribbean. Center for International Media Assistance.
- Salaverría, R. (2020). Desinformación en el ecosistema mediático iberoamericano. *El Profesional de la Información*, 29(3).
- Sunkel, G., & Geoffroy, E. (2022). Medios de comunicación y concentración en América Latina. CEPAL.
- UNESCO. (2022). Trust in Media Worldwide: Global survey report. UNESCO.
- Uribarri, R. (2023). Movilizaciones sociales, desconfianza en los medios y participación ciudadana en Panamá. *Revista de Comunicación*, 22(3), 15–29.
- Van Klaveren, C., Brierley, S., Larreguy, H., Marshall, J., Muñoz, P., & Querubín, P. (2024). Media credibility and voter penalization of corrupt politicians in Latin America. Cambridge University Press.
- Wardle, C., & Derakhshan, H. (2017). Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policymaking. Council of Europe.
- Waisbord, S. (2019). Communication: A post-discipline. Polity Press.

