

Empleo del Análisis de correspondencias múltiples para la identificación del acceso diferencial al sistema de medios de comunicación en la ciudad de Buenos Aires y el conurbano bonaerense 2007 - 2009.

Carlos F. De Angelis.

Cita:

Carlos F. De Angelis (2011). *Empleo del Análisis de correspondencias múltiples para la identificación del acceso diferencial al sistema de medios de comunicación en la ciudad de Buenos Aires y el conurbano bonaerense 2007 - 2009. IX Jornadas de Sociología. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.*

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/000-034/644>

Empleo del Análisis de correspondencias múltiples para la identificación del acceso diferencial al sistema de medios de comunicación en la ciudad de Buenos Aires y el conurbano bonaerense 2007 - 2009.

Carlos F. De Angelis

cfdeangelis@gmail.com

Facultad de Ciencias Sociales, UBA

Resumen

El Análisis de correspondencias múltiple es una técnica exploratoria que permite el análisis multivariado de un conjunto de atributos o características de una muestra o población dentro de la lógica de la “reducción de información”. Mediante esta técnica se busca identificar factores latentes en un conjunto de información y al mismo tiempo observar las distancias existentes entre las categorías de las variables originales. Esta técnica desarrollada en 1973 por el matemático y lingüista francés Jean-Paul Benzècri, permite al decir de Pierre Bourdieu que “se trata de una técnica que "piensa" en términos de relación, precisamente como yo intento hacerlo con la noción de campo”.

En la ponencia que se propone se planteará el objetivo de analizar el consumo de los medios de comunicación masivos en la ciudad de Buenos Aires y los dos primeros cordones del Conurbano Bonaerense entre 2007 y 2009 por parte de la población en general, para identificar el acceso diferencial a dichos soportes por parte de los actores.

El acceso diferencial a la información que suministra el “sistema de medios” o “los media” en su conjunto, también puede generar niveles de marginalidad o al menos, incrementar la desigualdad y por lo tanto se genera también una apropiación diferencial de las formas simbólicas que producen, limitando el “capital simbólico” de los sujetos marginados y asegurando en términos generales, un modelo de reproducción social donde se beneficiarán los sectores más favorecidos de la sociedad.

Palabras clave: sistema de medios - análisis de correspondencias – acceso - comunicación – desigualdad

Planteo del problema

El avance de las tecnologías en el campo de las comunicaciones ha permitido calificar a la presente etapa de la humanidad como la Sociedad de la información. Distintos enfoques dieron lugar a distintas denominaciones para este complejo fenómeno: sociedad del conocimiento (Drucker, 2003), informatización de la sociedad (Nora, S. y Minc, A., 1980), sociedad de la comunicación (Vattimo, 1990), revolución informacional, era de la postinformación (Negroponte, 1995), entre otras (Dueta, 2002).

Mattelart (2002) ubica a la Sociedad de la información dentro del paradigma tecno-informacional cuyo fin último debería garantizar la reordenación geoeconómica del planeta afín con los valores de la democracia de mercado y un mundo unipolar.

Desde una visión optimista, la Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información (CMSI)ⁱ, en su declaración formal expresó el “deseo y compromiso comunes de construir una Sociedad de la Información centrada en la persona, integradora y orientada al desarrollo, en que todos puedan crear, consultar, utilizar y compartir la información y el conocimiento”ⁱⁱ,

Asimismo con el surgimiento y masificación de Internet se fortaleció una visión de la globalización en torno a este sistema tecnológico, planteándose incluso como una herramienta libertaria de la multitud, con capacidad emancipadora por la posibilidad de establecimiento de redes autónomas (Hardt, M. y Negri A., 2004).

Castells, en cambio, en “La Galaxia Internet” (2000) planteaba, sobre los comienzos del tercer milenio, un presente de marginalidad para aquellos que no tuvieran acceso o que tuvieran un acceso limitado a la red, así como para quienes no poseyeran la capacidad de explotar las potencialidades de la red, construyendo el concepto de desigualdad en Internet, también conocida como “brecha digital”ⁱⁱⁱ.

En este trabajo se considera que el “sistema de medios” identificados como aquellos medios técnicos capaces de producir, transmitir y recibir formas simbólicas (Thompson, 1998) es más amplio que Internet y, en su conjunto también pueden generar niveles de marginalidad o al menos, acceso desigual como ha apuntado Castells.

En este sentido, aquí se plantea que un acceso diferencial a la información que suministra el “sistema de medios” o “los *media*” y por lo tanto se genera también una apropiación diferencial de las formas simbólicas que producen, limitando el “capital simbólico” de los sujetos marginados y asegurando en términos generales, un modelo de reproducción social donde se beneficiarán los sectores más favorecidos de la sociedad (Bourdieu, 1988) (Bourdieu, 2007).

El presente informe tiene como finalidad analizar algunas tendencias recientes en las modalidades informativas de los habitantes de la ciudad de Buenos Aires y los dos primeros cordones de conurbano bonaerense. Se mostrará el diferente acceso de los estratos al sistema de medios, para poner entre paréntesis algunas visiones optimistas como la presentada por la CMSI.

Metodología del estudio

La metodología del presente estudio se corresponde con una estrategia cuantitativa.

Uno de los aspectos principales de esta estrategia se refiere a la posibilidad de generalizar los resultados a la población donde se extrajo la muestra, el control de ciertos aspectos del proceso y su exposición numérica que permite la posibilidad de réplica y comparación a estudios similares (Hernández Sampieri, 2006).

Cabe agregar que la estrategia cuantitativa pretende describir fenómenos sociales mediante la medición cuantitativa de las variables definidas a niveles operacionales

(Blalock, 1987) y generalizar sus resultados en los marcos históricos temporales donde se desarrolla la investigación.

Para el presente estudio se procederá a analizar los resultados de 9381 encuestas tomadas en forma mensual en el período diciembre de 2007 - junio de 2009. En cada uno de los diecisiete meses relevados, la muestra consistió en aproximadamente 500 casos, registrados en forma personal y distribuidos en la ciudad de Buenos Aires y veinticuatro partidos del conurbano bonaerense^{IV}.

Tomados en forma mensual, el error muestral de las estimaciones es de +/-4,3%, sin embargo evaluados en forma consolidada el error muestral desciende al +/-1%. En las mayoría de las tablas presentadas se incorpora el p valor para evaluar su significación, es decir la capacidad inferencial, donde se encuentren valores por debajo de 0,05 los estimadores serán considerados como significativos.

La información fue producida por una consultora privada^V. En este sentido se la podría considerar como proveniente de datos secundarios, sin embargo, ante la posibilidad de reprocesarlos a partir de las bases de datos pueden considerarse como datos primarios en la explotación, no así en su producción.

La pregunta principal aplicada en la encuesta que aquí se analiza fue ¿Por qué medio de comunicación suele informarse principalmente? Para esta pregunta se aceptó operacionalmente la primera respuesta espontánea dada por el encuestado. Se clasificaron los medios principales explicitados, que coincidieron con los soportes comentados anteriormente: televisión, radio, diarios papel, diarios on line^{VI} / otros medios de internet y revistas, luego se agruparía a medios minoritarios en torno a la categoría de “otros”.

Adicionalmente en las encuestas realizadas se efectuaron preguntas de clasificación para determinar los datos estructurales de los entrevistados entre las que se destacan, el índice de nivel socioeconómico, la edad, el nivel educativo del encuestado, y la posesión de conexión de Internet en el hogar. Estas preguntas permitirán “objetivar” al consumo de medios dentro de la estructura que delimitan las variables seleccionadas.

Una aproximación al sistema de medios

Si bien la definición de “sistema de medios” incluye intrínsecamente a una gran cantidad de soportes del pasado y del presente, aquí se analizará la incidencia de cinco actuales de información masiva: televisión, radio, diarios papel, diarios on line/Internet y revistas. Estos tienen una historia y desarrollo cultural, social y tecnológico muy diferentes pero sin embargo coexisten como distintas modalidades informativas.

Mientras el primer periódico o diario en papel de la era moderna tendría su origen en 1605 en el Imperio Sacro Germánico (Weber, 2006), Internet surge en 1972 a partir de la red Arpanet, cuyo desarrollo tuvo como finalidad constituir un sistema de comunicaciones militar, capaz de sobrevivir a un ataque nuclear, formado una serie de computadoras organizadas en torno del concepto de “red de redes” (Castells, 2000). El primer sitio web de información diaria fue el diario *The Chicago Tribune* en

1992, (Albornoz, 2007), mientras que en Argentina el primer diario digital nacería unos pocos años más tarde^{vii}.

Por su parte, la primera transmisión radiofónica del mundo se realiza comenzado el siglo XX, más exactamente el 24 de diciembre de 1906^{viii} mientras que en la Argentina su inicio arrancarí 14 años más tarde, el 27 de agosto de 1920. En tanto la primera transmisión pública televisiva del mundo la efectuaría la BBC en 1927^{ix}, mientras que la Argentina tendría que esperar hasta 1951^x.

Entre los 350 años que distan el primer periódico hasta los primeros pasos de la organización de Internet, surgieron otros medios entre los que se destacan la radio y la televisión y también el cine. Santarella Oria de Rueda (2004) plantea una suerte de modelo de desarrollo de estos medios donde la radio en sus inicios habría seguido las pautas de los periódicos adoptando una jerga particular conocida como el “diario hablado”, y la televisión configuraría la “radio con imágenes”.

Si bien hoy día proliferan las especulaciones sobre la desaparición futura del diario papel (Verón, 2008), todos los medios coexisten en la actualidad. No obstante, debe considerarse que la “convergencia digital” plantea interrogantes a futuro ya que los dispositivos digitales y su “sistema de signos utilizado en la codificación de los mensajes en los nuevos soportes informativos aglutina todos los códigos empleados anteriormente en los medios de comunicación de masas” (Santaella Oria de Rueda, 2004, pág. 96). Esta condición sin dudas, está provocando transformaciones sustantivas en los medios de comunicación.

Sin embargo, es el objetivo del presente trabajo mostrar que persiste un acceso diferencial al sistema de medios según condiciones socioeconómicas y culturales de la población. Para alcanzar dicho objetivo se tomará una serie de datos producidos con una metodología cuantitativa basada en encuestas de opinión.

El consumo de medios en AMBA: análisis de las tendencias generales

La tabla 1 muestra los principales medios, sobre el cual se informan los habitantes de las áreas de ciudad de Buenos Aires y los dos primeros cordones del conurbano bonaerense.

Tabla 1
Por qué medio de comunicación suele informarse principalmente

	Frecuencia	Porcentaje
Televisión	5508	58,7
Diario on line y otros de Internet	1298	13,8
Diarios	1224	13,0
Radio	1113	11,9
Revistas	32	,3
Otros	44	,5
Sin datos	13	,1
Ns/Nc	149	1,6
Total	162	1,7
Total	9381	100,0

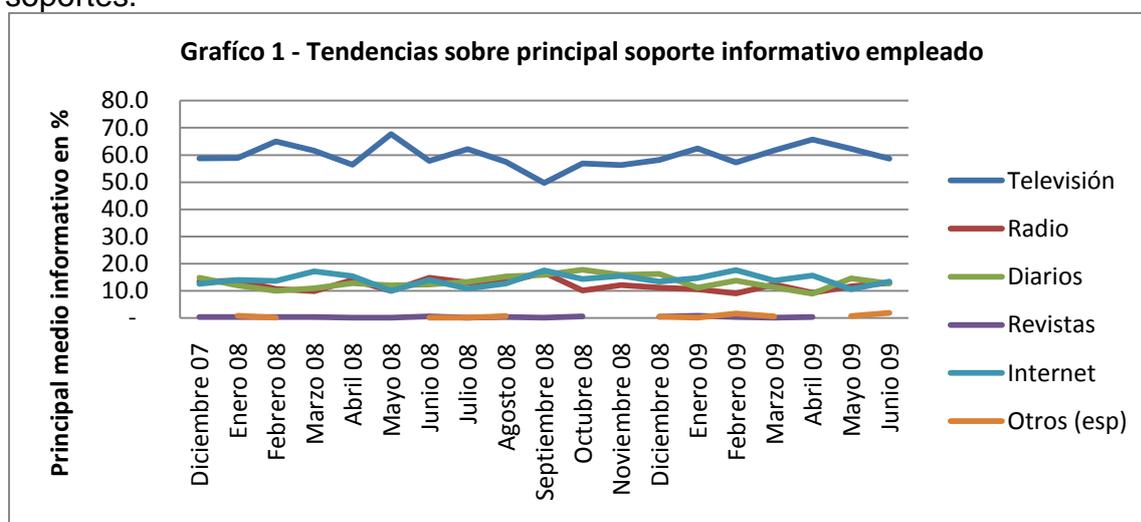
Fuente: Elaboración propia

Los datos muestran un predominio de la televisión como primer medio empleado por la población analizada. Como expresa Enrique Bustamante, “la televisión se presenta como un escaparate pionero de las promesas y riegos de las ventajas y desafíos de la convergencia mediática” (2003, pág. 197). La potencia de la televisión implica la amplificación de los alcances de los mensajes allí construidos y la multiplicación de la información presentada en las sucesivas emisiones, multiplicada en la televisión paga o cable.

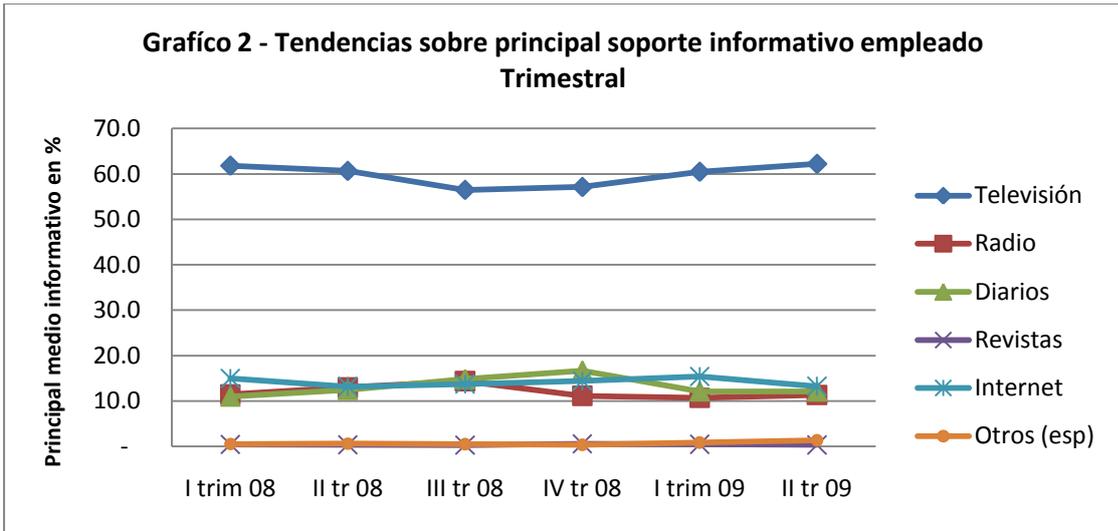
Luego puede observarse que Internet, diarios papel y la radio se encuentran muy cercanos entre sí. Si se considera que la estimación global tiene un error del +/- 1% la presencia de Internet como soporte informativo, que reúne a diarios on line y otras páginas informativas, prácticamente iguala a la incidencia al diario papel. Sin embargo, se determina que la radio, medio “tradicional” no pierde su vigencia, al menos comparándola con los otros dos soportes.

En cambio, las revistas, soporte informativo de relevancia en otra época tiene una incidencia residual, superado por la categoría Otros que agrupa desde “enterarse lo que pasa por medio de otras personas” hasta formas más novedosas de información como los servicios de celulares.

Analizada la tendencia a lo largo del tiempo (Gráfico 1) se puede determinar las fluctuaciones en la recepción principal de información en torno a los diversos soportes.

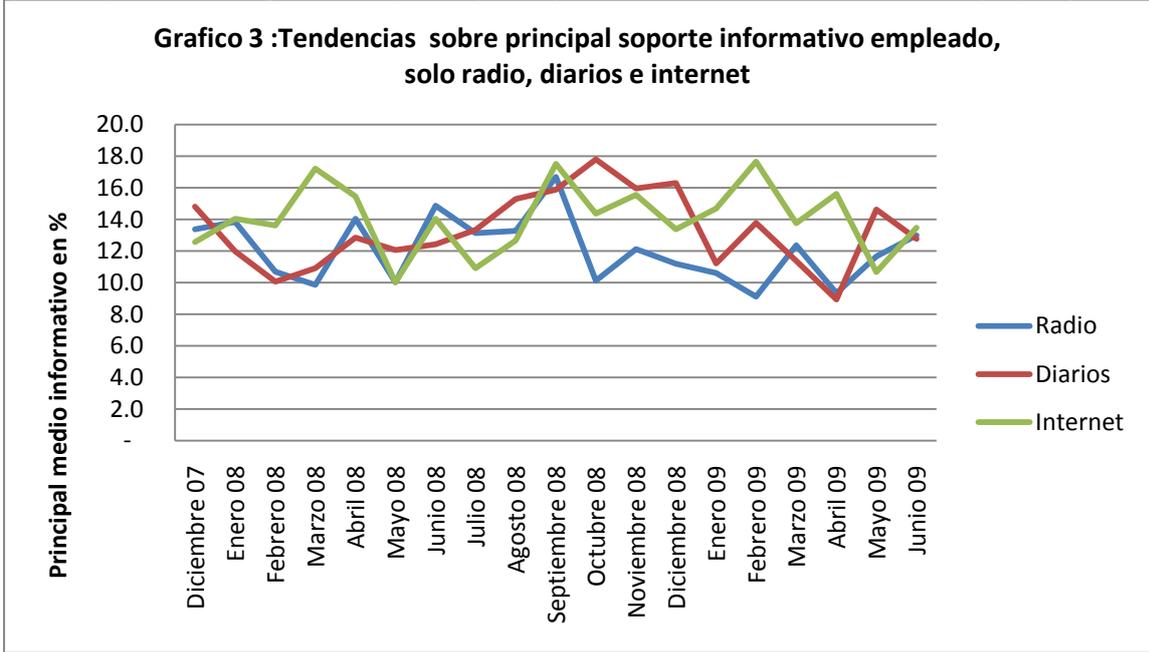


El gráfico 2 despliega los datos en forma trimestral, donde se pueden identificar las tendencias suavizadas.



La televisión si bien presenta cierta fluctuación del orden del 18%, entre el máximo alcanzado en mayo de 2008 (67,7%) y el mínimo de septiembre de 08 (49,7), en ningún mes deja de ser el principal medio informativo. También los periódicos en papel y diarios on line e Internet suelen presentar fluctuaciones, lo que determina un predominio cambiante, muy cercanos a la radio.

El gráfico 3 presenta en cambio sólo las tendencias observadas para los tres medios que disputan el segundo soporte principal noticioso: Internet, diarios papel y radio.



Cuando se excluye la televisión, el panorama observado es de mucha competitividad, en primeros meses de 2008, la presencia de Internet es predominante, a la vez que se aprecia la caída de los dos otros soportes, por ejemplo en marzo de 2008, la presencia de Internet fue del 17,2%, del conjunto de diarios papel fue del 10,9% y la radio 9%. Sin embargo esta tendencia se modifica a partir de junio de 2008, observando un ascenso del diario papel como principal medio para alcanzar su máximo en octubre de ese año.

En esos días se produce el conflicto del Gobierno Nacional con el sector agrario en relación a la aplicación del decreto 125 de retenciones móviles^{xi}. La magnitud del conflicto tuvo pocos precedentes en la historia argentina reciente, que llegó a calificarse como destituyente del orden constitucional^{xii}. Una hipótesis que puede plantearse para explicar ese cambio de tendencia fue la presencia de dicho conflicto de raíces complejas que pudo haber volcado a parte de la población hacia fuentes de información de mayor análisis (García, 2010).

Una de las cuestiones que surgen del uso de diarios on line y otras fuentes provenientes en Internet como medio de información se ubicaría en torno a las posibilidades de acceder a una amplia variedad de fuentes informativas. En torno a esto se comparan los resultados de la página de internet más consultada contra el periódico habitualmente leído.

Tabla 2 Diarios y revistas contra páginas de internet más consultadas

Diarios y revistas principalmente leídas^{xiii}		Páginas de Internet más consultadas^{xiv} (respuesta múltiple suma más de 100%)	
Clarín	69,33%	Clarín.com	61,95%
La Nación	14,40%	Lanacion.com	28,70%
Página 12	4,46%	Infobae.com	17,60%
Perfil	1,86%	Yahoo.com	7,66%
Revista Gente	0,20%	Ole.com	7,42%
Diario Ole	0,47%	Pagina12.com	6,87%
Revista Veintitrés	0,27%	TN24horas.com	5,17%
Revista El gráfico	0,03%	Perfil.com	1,91%
Revista Noticias	0,40%	Minutouno.com	1,87%
Diario La Razón	1,10%	Larazon.com	1,21%
Ámbito Financiero	0,60%	Nuevodiarioeldia.com	1,01%
El Cronista	0,33%	Cronica.com.ar	0,80%
Revista Debate	0,03%	Ambitoweb	0,60%
Diario Crónica	1,06%	elmundo.es	0,52%
Diario Popular	1,63%	Otros	2,46%
Otros	3,83%	Ns/Nc	19,14%

Fuente: Elaboración propia

La comparación muestra niveles similares de concentración en los medios más importantes de Argentina: Clarín y La Nación^{xv} tanto en papel como en Internet. No obstante este segundo diario obtiene una mayor presencia en la web.

En forma paralela en Internet se observan algunos resultados particulares como la penetración de infobae.com portal del Grupo Hadad, y la penetración de yahoo.com, sitio de correo electrónico trasnacional situado como proveedor de noticias, mayormente integradas por información producida por medios tradicionales, diarios y agencias de noticias. También puede consignarse que dentro de "otros" se identifican consumos particulares como diarios extranjeros o cadenas como CNN. A pesar de esto, casi el noventa por ciento de los consumos de medios on line se realizan en medios tienen su correlato en papel^{xvi}.

Análisis de las tendencias según la estructura del receptor

El consumo de uno u otro soporte no es homogéneo en toda la población. Como se observa la tabla 3 la presencia de Internet es creciente a medida que se incrementa el nivel socioeconómico. El camino inverso lo recorre la televisión, su presencia aumenta, conforme desciende el nivel socioeconómico de la población, tal es así que las tres cuartas partes del nivel más bajo, solo se informa mediante televisión.

La radio presenta la particularidad de tener presencia homogénea en todos los estratos. Sin embargo la lectura habitual de diario papel se asoma como un artículo destinado a la “*elite*”, más del 20% de los miembros del sector ABC1^{xvii} consumen este bien cultural como fuente de información contra el 15% del estrato siguiente C2.

Tabla 3 - Medio de comunicación principal para informarse por nivel socioeconómico

		NSE				Total
		ABC1	C2	C3	D/E	ABC1
Por qué medio de comunicación suele informarse principalmente	Televisión	46,9%	52,5%	63,5%	74,2%	59,7%
	Radio	12,3%	12,2%	12,3%	11,2%	12,1%
	Diarios	20,4%	15,8%	11,1%	7,3%	13,3%
	Revistas	,3%	,3%	,5%	,1%	,3%
	Diario on line/Internet	19,6%	18,7%	12,0%	6,6%	14,1%
	Otros	,4%	,4%	,5%	,6%	,5%
Total		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

P valor menor de 0,00001 Base 9368 casos. Fuente: Elaboración propia

La edad de la población también juega un rol importante en la elección del medio informativo. Los más jóvenes prácticamente tienden a abandonar el diario papel, motivo que pone en juego la supervivencia del formato en el mediano y largo plazo, porque en contrapartida los mayores usuarios del soporte son los sectores tienen más de 41 años de edad. Casi el 20% de los menores de 30 años se informan por Internet.

La audiencia de la radio tiene un patrón semejante al del diario papel, se incrementa al tiempo que aumenta la edad. Finalmente la televisión tiene un comportamiento inverso, si bien es hegemónico en todas las franjas etáreas, su consumo disminuye al tiempo que aumenta la edad.

Tabla 4: Medios de comunicación principal para informarse por* Edad

		Edad				Total
		15-19	20-30	31-40	41-65	15-19
Por qué medio de comunicación suele informarse principalmente	Televisión	65,1%	56,9%	59,2%	57,6%	58,7%
	Radio	4,7%	8,5%	12,4%	16,9%	11,9%
	Diarios	7,3%	12,2%	12,3%	16,2%	13,0%
	Revistas	,2%	,4%	,2%	,4%	,3%
	Diario on line/Internet	19,0%	19,8%	13,4%	7,3%	13,8%
	Otros	,8%	,4%	,6%	,3%	,5%
	Ns/Nc	2,7%	1,7%	1,9%	1,2%	1,6%
Total		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

P valor menor de 0,00001 Base 9368 casos. Fuente: Elaboración propia

Poseer conexión a Internet en el hogar es condición casi excluyente para informarse por esa vía, no obstante aún entre quienes tienen conexión domiciliar se informan principalmente por televisión, sin embargo, esta fuente informativa se incrementa en un 17% entre quienes no tienen conexión, factor íntimamente relacionado con el nivel socioeconómico.

Tabla 5. Medios principal de comunicación para informarse por ¿tiene Conexión a Internet desde el hogar?

		¿Tiene Conexión a Internet desde el hogar?		Total
		Si	No	Si
Por qué medio de comunicación suele informarse principalmente	Televisión	52,3%	69,3%	58,7%
	Radio	11,0%	14,0%	12,1%
	Diarios	15,1%	9,8%	13,1%
	Revistas	,3%	,3%	,3%
	Diario on line/Internet	19,7%	3,8%	13,8%
	Otros	,4%	,5%	,5%
	Ns/Nc	1,2%	2,1%	1,5%
Total		100,0%	100,0%	100,0%

P valor menor de 0,00001 Base 8454 casos. Fuente: Elaboración propia

El nivel educativo alcanzado resulta de relevante influencia para seleccionar el medio informativo. Para las tres cuartas partes de los que solo han alcanzado el nivel primario, la televisión es la fundamental fuente de noticias, contra "sólo" la mitad entre quienes han alcanzado el terciario o universitario, aunque no lo hayan completado.

El diario papel también presenta un importante diferencial entre los de mayor nivel educativo y el resto, Internet presenta el mismo patrón, pero tiene una presencia mayor en los entrevistados que han alcanzado el nivel medio que el diario papel.

Tabla 6 Medios de comunicación principal para informarse por Nivel educativo alcanzado

		Nivel educativo alcanzado			Total
		Hasta primario completo	Hasta secundario completo	Terciario o Universitario incompleto y más	Hasta primario completo
Por qué medio de comunicación suele informarse habitualmente	Televisión	73,8%	65,1%	50,3%	58,8%
	Radio	12,2%	11,3%	12,5%	11,9%
	Diarios	8,1%	9,5%	17,4%	13,1%
	Revistas	,3%	,2%	,4%	,3%
	Diario on line/Internet	1,5%	11,7%	18,2%	13,9%
	Otros	1,3%	,6%	,2%	,5%
	Ns/Nc	2,9%	1,7%	1,0%	1,5%
Total		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

P valor menor de 0,00001 Base 9292 casos, Fuente: Elaboración propia

Como se ha podido mostrar hasta aquí, la elección del soporte informativo está fuertemente ligada a las condiciones socioeconómicas, educativas y distribución étnica.

Modelo multivariado mediante el análisis de correspondencia múltiple

Para realizar el análisis conjunto de los condicionantes estructurales del acceso al “sistema de medios” se construyó un modelo de análisis de correspondencia múltiple (ANACOR). Esta es una técnica multivariada factorial de reducción de la dimensión de un conjunto de tablas que describe y sintetiza las relaciones existentes entre un grupo de variables nominales (Pérez, 2004).

El término "análisis de correspondencias" fue propuesto por primera vez en el otoño de 1962. La primera presentación bajo este título se hizo por Jean Paul Benzècri en el Collège de France en 1963. (Murtagh, 2005), aunque su desarrollo completo fue presentada por el autor diez años más tarde en su libro *L'Analyse des Données. Volume II. L'Analyse des Correspondances* (Benzècri, 1973).

El ANACOR tiene la finalidad de representar la relación entre dos o más variables nominales y sus distintas categorías, en un plano bidimensional. Si bien el grado de asociación entre dos variables categóricas suele analizarse mediante tablas de contingencia y coeficientes de asociación, su interpretación, cuando existen más de dos variables con categorizaciones más que dicotómicas resulta confusa (Ibáñez Schuda, 2005).

Adicionalmente los coeficientes basados en el chi cuadrado para análisis de tablas bivariadas realizan un análisis global de las misma ocultando relaciones en sectores de los cuadros. El ANACOR, en cambio, muestra los grados de proximidad entre las categorías de las diferentes variables. De este modo si existe un alto grado de asociación estas categorías aparecerán en el diagrama en forma cercana.

Sus desarrollos como técnicas de análisis de datos se vinculan estrechamente al grupo de procedimientos denominados “análisis factorial”. Allí se analizan la relación mutua o de “interdependencia”^{xviii} entre varias variables, es decir no se distinguen variables dependientes e independientes (D’Ancona, 2004).

Asimismo el análisis de correspondencias emplea un algoritmo similar al de análisis de componentes principales. El objetivo principal de visualización es compartida por ambos. Ambos comienzan con una tabla de datos o una matriz como entrada. Ambos construyen una salida de baja dimensión euclidiana, que puede ser visualizado como un tipo del mapa. Las matemáticas detrás de los dos es también muy similar: los factores del análisis de correspondencia, y los componentes principales de los componentes principales análisis, se definen a partir de los vectores propios de una matriz simétrica (Murtagh, 2005).

La importancia de la visualización en el análisis de correspondencias es resaltada por Greenacre que lo define como “la representación tabular gráfica de los datos”. En este sentido explica que “el análisis de correspondencias es una generalización de un simple concepto gráfico con el que todos estamos familiarizados, es decir, el diagrama de dispersión... interpretar las distancias entre puntos en un diagrama de dispersión, cuando los diagramas de dispersión puede ser visto como un mapa espacial de los datos” (Greenacre, 2008, pág. 1).

La presentación de la información multivariada en un plano permite una interpretación comprensible y parsimoniosa del conjunto de la información. En ese sentido “el análisis de correspondencia es una técnica relacional de análisis de datos cuya filosofía se corresponde exactamente... con aquello que es la realidad del mundo social. Se trata de una técnica que “piensa” en términos de relación, precisamente como yo intento hacerlo con la noción de campo” (Bourdieu & Wacquant, 2005).

El ANACOR construye un mapa perceptual por lo que necesita cuantificar las variables categóricas de entrada para transformarlas en valores numéricos para ubicarlas en un plano. La técnica tiene como finalidad la obtención de un número reducido de factores, normalmente dos o tres, que permitirá interpretar en forma simplificada las extensas relaciones posibles entre un gran número de variables (Visauta Vinacua, 1998).

Para el análisis propuesto se van a considerar en forma conjunta cinco variables: “Medios de comunicación consumidos”, “Nivel socioeconómico” (NSE), “Edad”, “Nivel educativo alcanzado” y “Posesión de conexión a Internet desde el hogar”.

Los casos que proceden se observan en la tabla 7, porque el ANACOR elimina los casos en los que no se tiene información resultando en 8424 casos, que es la base que se empleará a lo largo del análisis.

Tabla 7: Resumen del procesamiento de los casos

Casos activos válidos	8434
Casos activos con valores perdidos	947
Total	9381
Casos usados en el análisis	9381

En la tabla 8 se aprecia las dos dimensiones o factores, con sus respectivos valores propios (autovalores). Estos pueden interpretarse como un coeficiente R de Pearson. El autovalor al cuadrado es la inercia En el análisis de correspondencia se denomina inercia al valor del chi cuadrado dividido el número total de casos, este concepto también es referido como “coeficiente medio cuadrático de contingencia” (Greenacre, 2008).

Los autovalores indicados indican el peso de la dimensión en la solución total. La dimensión 1 explica el 42,2% de la variación total y la dimensión 2 el 32,3%. Los dos factores o dimensiones en conjunto explican casi un 75% de la variabilidad de los cinco atributos seleccionado.

Los autovalores e inercias indican el mayor peso de la primera la primera dimensión por sobre la segunda y debe ser tenido en cuenta para interpretar y, por consiguiente permitirá interpretar el gráfico 4 que muestra en las cinco variables y que se muestra más adelante.

Tabla 8: Resumen del modelo

Dimensión	Varianza explicada	
	Inercia	Total (Autovalores)
1	2.112	.422
2	1.615	.323
Total	3.727	.745
Media	1.864	.373

La tabla 9 muestra las medidas de discriminación, que representan la varianza de las variables cuantificadas. La interpretación de estas medidas es relativamente sencilla, dado que un valor mayor muestra una mejor discriminación entre categorías de una variable y una mayor cercanía de los sujetos al centroide de su categoría en dicha dimensión; es decir, una mayor separación y una mayor homogeneidad interna.

El concepto principal de la técnica del análisis de correspondencia es que permite construir un nuevo espacio donde el primer eje o dimensión del nuevo espacio es el que de todas las “posibles proyecciones” de la nube de puntos sobre un nuevo eje, la mínima deformación sea la obtenida precisamente con esa dimensión (Ferrán Aranaz, 1996). Como puede observarse comparando las tablas 8 y 9, la inercia total

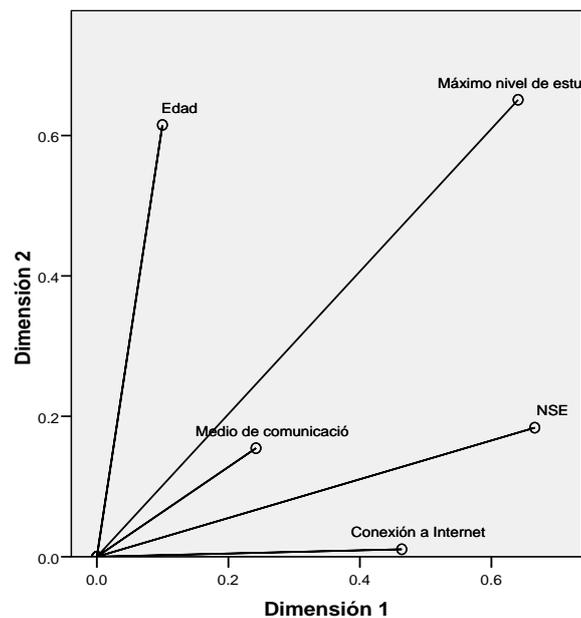
se “distribuye” entre todas las variables que integran cada dimensión, de allí el mayor o menor peso de cada variables dentro del factor.

Tabla 9: Medidas de discriminación

	Dimensión		Media
	1	2	
Medio de comunicación por el que suele informarse principalmente	.242	.155	.198
Edad	.100	.615	.357
NSE	.666	.184	.425
¿Tiene Conexión a Internet desde el hogar?	.464	.011	.237
Máximo nivel de estudios que alcanzado	.641	.651	.646
Total activo	2.112	1.615	1.864

Se espera que las medidas de discriminación “discriminen” las variables para cada factor o dimensión. Al respecto, en las dos dimensiones que elabora el modelo en la primera dimensión o eje se destaca el nivel socioeconómico, el nivel educativo y la conexión a Internet. En el segundo eje tiene preponderancia la edad y el nivel educativo alcanzado. En términos gráficos queda como lo indica el gráfico 4.

Gráfico 4: Variables discriminadas para cada dimensión



Normalización principal por variable.

Este gráfico puede interpretarse de la siguiente forma: los vectores con menor ángulo a cada dimensión son mejor “interpretados” por el factor correspondiente. De este modo la variable “Conexión a Internet desde el hogar” prácticamente se recuesta sobre la dimensión uno, cercano se encuentra “Nivel socioeconómico” y con una mayor distancia “Medios de comunicación”. Cercano al segundo eje queda la variable “Edad”. El nivel educativo alcanzado se encuentra prácticamente cruzando la tabla, por lo que no es discriminado bien por ninguno de los dos componentes.

La tabla 8 señala las correlaciones entre las variables incorporadas en primera dimensión. Dado que la dimensión es un factor que “captura” parte de la variabilidad de las variables. En este sentido se observa una alta correlación, por otra parte esperable del nivel de estudios alcanzado por el respondente y el nivel socioeconómico del hogar. El nivel socioeconómico también correlaciona con la presencia de conexión a Internet en el hogar.

Por el contrario, la variable “Edad” solo correlaciona con el nivel de estudios alcanzado. El principal medio de comunicación con el que los encuestados se informan correlaciona en el nuevo espacio transformado con su nivel socioeconómico, la posesión de conexión a Internet en el hogar y el máximo nivel de estudios alcanzado.

Tabla 8: Correlaciones de las Variables transformadas

Dimensión: 1

	Medio de comunicación empleado	Edad	NSE	Conexión a Internet desde el hogar	Máximo nivel de estudios alcanzado
Medio de comunicación empleado(a)	1.000	.075	.208	.225	.216
Edad	.075	1.000	.079	.075	.227
NSE	.208	.079	1.000	.412	.562
Conexión a Internet desde el hogar(a)	.225	.075	.412	1.000	.319
Máximo nivel de estudios alcanzado(a)	.216	.227	.562	.319	1.000
Autovalores	2.060	.982	.868	.683	.407

a Se han imputado los valores perdidos con la moda de la variable cuantificada.

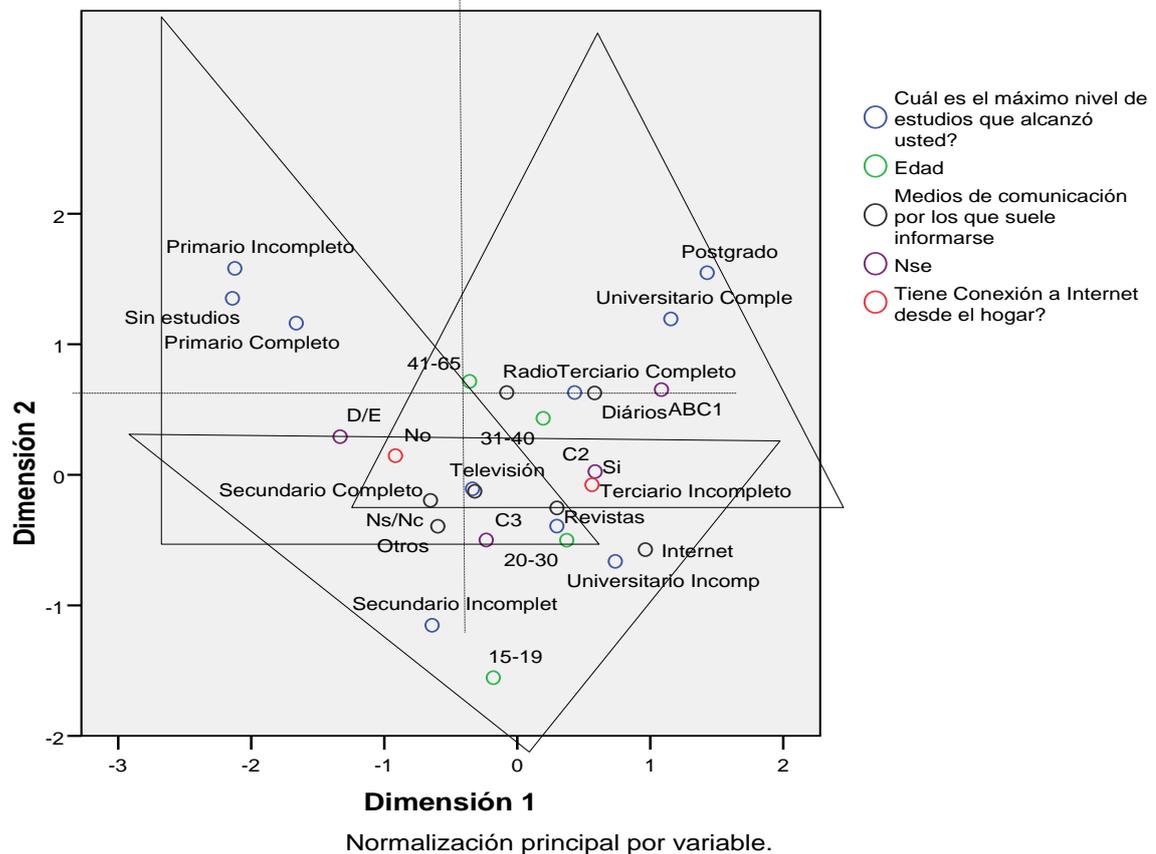
Se observa a partir del Gráfico 5 las disposiciones diferenciales analizadas mediante el diagrama conjunto de puntos de categoría. En primera instancia se denota que los niveles educativos cercanos se organizan en los dos cuadrantes superiores, el izquierdo para los de bajos niveles educativos y el derecho para los altos niveles, discriminando para ambas dimensiones. La presencia de la variable edad, provoca que secundario incompleto se encuentre cercano a los más jóvenes en la franja de quince a diecinueve años, lógicamente en esa franja se encuentre quienes no finalizaron el nivel medio, más otros que lo abandonaron.

En cambio, los niveles socioeconómicos de los hogares se ubican en forma preferente en el primer eje o dimensión. Se observa de izquierda a derecha el escalamiento desde los niveles D y E hasta el ABC1. Correctamente se presentan las cercanías con los niveles educativos bajos y altos respectivamente.

Globalmente el diagrama permite su organización en torno a tres triángulos. Mientras Televisión queda en el centro cercano al cruce de los dos ejes, por ser compartido por los distintos niveles socioeconómicos, educativos y de edades. La categorías de Diarios queda cercano a los niveles socioeconómicos altos, de alta formación educativa y de edades intermedias. Internet queda especialmente en el cuadrante de abajo a la derecha por estar “tensionado” entre de los sectores

socioeconómicos más altos, para acercarse a las edades de los más jóvenes, y los niveles socioeconómicos medios C2 y C3, y los que sí tienen conexión. En ese sentido la medios de información de Internet se pueden considerar en menor grado como un medio “democratizado”, sin embargo pendiente de la conexión en el hogar.

Gráfico 5. Diagrama conjunto de puntos de categorías



Conclusiones

Las discusiones actuales sobre el fin del diario papel y su reemplazo por Internet^{xix}, se dan en un marco donde la mayor parte de la población analizada, habitantes de la ciudad de Buenos Aires y el Gran Buenos Aires utilizan la televisión como principal recurso informativo.

Sin embargo se debe destacar que efectivamente se puede apreciar que Internet ya supera levemente a los diarios papel como principal “proveedor” de noticias, aunque la estructura concentrada de los diarios papel propias de las áreas urbanas consideradas se reproduce en la información presente en Internet a través de los diarios on line de los propios medios o su “rebote” en otras páginas.

Un medio tradicional como la radio conserva su vigencia, aunque por debajo de diarios papel e diarios on line e Internet. Este medio es consumido en forma similar en los distintos estratos de la población, aunque se denota una mayor audiencia en los sectores de mayor edad, rasgo compartido con el periódico impreso.

Los medios a los que se accede según el sector socioeconómico y cultural de pertenencia son diferentes, particularmente la televisión es el medio principal de los sectores más bajos según el nivel socioeconómico y educativo, y entre quienes no tienen conexión a internet en su hogar.

Por el contrario, los lectores de diarios impresos son mayormente pertenecientes a los sectores altos y medios (ABC1 y C2). Con referencia a Internet se observa una estructura similar de acceso limitado, sin embargo en los sectores más jóvenes, se comienza a notar la entrada de sectores de menores recursos.

Esta distancia de los jóvenes que se desvinculan de la lectura de diarios en formato papel sin dudas jugará un rol sobre el empleo de este soporte que va perdiendo su función tradicional de vincular noticias e información en general, con el “espacio público” (Habermas, 2009).

Queda finalmente como pregunta de investigación, cuál es el rol de los periódicos en formato papel, dada la menor recepción entre la población que se observa. Una hipótesis permite sugerir que si su valor mayor es, hacia la segunda década del siglo XXI, su capacidad de construir “agenda informativa” hacia los demás medios, más que su lectoría propiamente dicha, como lo fue tradicionalmente.

En este sentido marchan las teorías de “agenda setting” (McCombs, 2006), que relacionan la capacidad de los medios de influir en la agenda ciudadana, pero también observan la transferencia de información entre los distintos medios y soportes, sobre todo a la luz de la construcción de conglomerados de producción de noticias y su integración en sistemas empresariales más amplios (Arsenault, A. y Castells M., 2008).

El debate de la influencia de los medios “hegemónicos”^{xx} en Argentina, como se los denomina en algunos círculos, excede el marco de este trabajo, pero sin embargo, permite construir un nuevo interrogante en vista de la información presentada.

Bibliografía

Albornoz, L. (2007). *Periodismo digital. Los grandes diarios en la Red*. Buenos Aires: La Crujía Ediciones.

Arsenault, A. y Castells M. (2008). The Structure and Dynamics of Global Multimedia Business Networks. En *International Journal of Communication* (págs. 707-748).

Beasley-Murray, J. (2010). *Poshegemonía: Teoría política y América Latina*. Buenos Aires: Paidós.

Benzècri, J. P. (1973). *L'Analyse des Données. Volume II. L'Analyse des Correspondances*. París: Dunod.

Blalock, H. (1987). El problema de la medición: desfase entre los lenguajes de la teoría y de la investigación. En C. A. Salvia, *Hacia una “estética plural” de la investigación social*. Buenos Aires: Carrera de Sociología, Facultad de Ciencias Sociales, Oficina de publicaciones.

Bourdieu, P. (1988). *Cosas dichas*. Buenos Aires: Gedisa Editorial.

- Bourdieu, P. (2007). *El sentido práctico*. Buenos Aires: Siglo XXI Editores.
- Bourdieu, P., & Wacquant, L. (2005). *Una invitación a la sociología reflexiva*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- Bustamante, E. (2003). Televisión digital: globalización de procesos muy nacionales. En E. (. Bustamante, *Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación. Las industrias culturales en la era digital* (págs. 167-206). Barcelona: Gedisa.
- Castells, M. (2000). *La Galaxia Internet*. Barcelona: Plaza & Janets.
- D'Ancona, M. Á. (2004). *Análisis multivariantes. Teoría y práctica en la investigación social*. Madrid: Editorial Síntesis.
- Drucker, P. (2003). *Gestión del Conocimiento*. Bilbao: Deusto.
- Dueta, D. C. (2002). Sociedad de la información y el conocimiento. Entre el optimismo y la desesperanza. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales* , Año XLV (185).
- Ferrán Aranaz, M. (1996). *Spss para Windows. Programación y análisis estadístico*. Madrid: McGraw Hill.
- García, M. (2010). *Las dos caras de los diarios. Papel y On line, dos presentaciones y una misma historia*. Recuperado el 25 de 11 de 2010, de Prensa Escrita: <http://prensaescrita.suite101.net/article.cfm/las-dos-caras-de-los-diarios#ixzz16xk0icCx>
- Greenacre, M. (2008). *La práctica del análisis de correspondencia*. Madrid: Fundación BBVA.
- Habermas, J. (2009). *Historia y crítica de la opinión pública*. Barcelona: Editorial Gustavo Gill.
- Hardt, M. y Negri A. (2004). *Multitud. Guerra y democracia en la era del Imperio*. Buenos Aires: Debate.
- Hernández Sampieri, R. y. (2006). *Metodología de la investigación*. México: Mc Graw Hill.
- Ibáñez Schuda, S. (2005). *El trabajo visto por los jóvenes chilenos. Un análisis de las representaciones sociales de los jóvenes urbano populares*. Montevideo: Cinterfor/OIT.
- Mattelart, A. (2002). *Historia de la sociedad de la información*. Barcelona: Editorial Paidós.
- McCombs, M. (2006). *Estableciendo la agenda: El impacto de los medios en la opinión pública y en el conocimiento*. Buenos Aires: Editorial Paidós.

Murtagh, F. (2005). *Correspondence Analysis and Data Coding with Java and R*. Boca Ratón, FL: Chapman & Hall/CRC.

Negroponte, N. (1995). *El mundo digital*. Barcelona: Ediciones B.

Nora, S. y Minc, A. (1980). *La informatización de la sociedad*. México: Fondo de Cultura Económica.

Pérez, C. (2004). *Técnica de Análisis Multivariante de Datos*. Madrid: Editorial Pearson, Prentice Hall.

Santaella Oria de Rueda, M. A. (2004). Nuevos modelos narrativos: los géneros periodísticos en los soportes digitales. En J. y. Serrano Ocea, *Redacción para periodistas: informar e interpretar* (pág. Capítulo 4). Madrid: Editorial Ariel.

Thompson, J. B. (1998). *Los medios y la modernidad. Una teoría de los medios comunicación*. Barcelona: Paidós.

Vattimo, G. (1990). *La sociedad transparente*. Barcelona: Paidós.

Verón, E. (31 de agosto de 2008). ¿Diario digital o diario papel? *Diario Perfil*.

Visauta Vinacua, B. (1998). *Análisis estadístico con SPSS para Windows, Vol. II*. México: Editorial Mc Graw Hill.

Weber. (2006). *Newspapers: 400 Years Young!* Recuperado el 2010 de 12 de 2, de " World Association of Newspapers: <http://www.wan-iffra.org>

Notas

ⁱ La Conferencia Mundial de la Sociedad de la Información es una conferencia organizada en torno a las Naciones Unidas organizada en dos fases, la primera desarrollada en entre 10 y el 12 de diciembre de 2003, Ginebra, Suiza y la segunda en Túnez en:2005 <http://www.itu.int/wsis/index-es.html>

ⁱⁱ Declaración de principios de Primera Fase de la CMSI

ⁱⁱⁱ Se puede ver un informe periodístico al respecto publicado en el Diario El País de España en "Internet también crea marginados"

http://www.elpais.com/articulo/sociedad/Internet/crea/marginados/elpepusoc/20100126elpepusoc_1/Tes consulta 20/11/10.

^{iv} Los partidos del Gran Buenos Aires son: Avellaneda, General San Martín, Hurlingham, Ituzaingó, José C. Paz, Lanús, Lomas de Zamora, Malvinas Argentinas, Morón, Quilmes, San Isidro, San Miguel, Tres de Febrero, Vicente López, Almirante Brown, Berazategui, Esteban Echeverría, Ezeiza, Florencio Varela, La Matanza, Merlo, Moreno, San Fernando y Tigre. El conjunto de la zona geográfica entre ciudad de Buenos Aires y los 24 partidos del GBA se conoce como AMBA o Área Metropolitana Buenos Aires.

^v La información fue relevada por la consultora Identidad más Estrategia en el marco de una encuesta sistemática denominada "Comunidad". Dicha consultora gentilmente cedió los datos que se analizan a los efectos de la producción del presente informe.

^{vi} La expresión "diarios on line" no se puede considerar como generalizada entre las audiencias que suelen referirse genéricamente a informarse "por Internet", aunque las fuentes generalmente sean diarios on line como se podrá observar más adelante.

^{vii} LaNacion.com comenzó a publicarse el 17 de diciembre de 1995, mientras que Clarín.com el 10 de marzo de 1996.

^{viii} [http://es.wikipedia.org/wiki/Primera transmisi%C3%B3n radiof%C3%B3nica](http://es.wikipedia.org/wiki/Primera_transmisi%C3%B3n_radiof%C3%B3nica) Consulta 01/12/2010

-
- ^{ix} <http://es.wikipedia.org/wiki/Televisi%C3%B3n> consulta 01/12/2010
- ^x <http://www.argentina.gov.ar/argentina/portal/paginas.dhtml?pagina=2901> consulta 01/12/2010
- ^{xi} Un detallado relato del origen y características del conflicto puede encontrarse en La crisis mundial y el conflicto del agro, de Enrique Arceo, Eduardo Basualdo y Nicolás Arceo publicado en forma conjunta con el diario Página 12, el Centro Cultural de la Cooperación y la Universidad de Quilmes.
- ^{xii} Kirchner contra el campo: "¡Terminen con esta cantinela destituyente!" en <http://www.laprensa.com.ar/Note.aspx?Note=332654> revisión 3/10/2010
- ^{xiii} Base 1224 casos que suelen informarse en diarios papel en forma principal
- ^{xiv} Base 1298 casos que suelen informarse en diarios on line e Internet en general en forma principal
- ^{xv} Clarín fue fundado en 1945 por Roberto Noble y hoy lidera la tirada de diarios en Argentina en agosto de 2010 fue 319.042 xv periódicos de lunes a viernes y 635.278 los días domingos. La Nación por su parte es uno de los diarios más antiguos del país, fundado en 1870 por Bartolomé Mitre tiene una tirada de 158.926 periódicos de lunes a viernes para agosto de 2010 y 295.679 diarios promedio los días domingo en ese mismo mes.
- ^{xvi} Sin embargo algunos sitios informativos como TN24horas.com pertenecen al grupo Clarín, pero hacen referencia a la producción del canal pago Todo Noticias, que se emite en Argentina.
- ^{xvii} El índice de Nivel socioeconómico fue elaborado siguiendo las pautas de la Asociación Argentina de Marketing http://www.taller-de-radio.com.ar/files/Nivel_Socio_Economico.pdf consultado 30/11/10. El ACB1 se refiere a los estratos más altos de la población: en su mayoría empresarios, profesionales y alta gerencia. C2 y C3 se refiere a los estratos medios, en general provenientes de hogares donde el principal sostén del hogar tiene un trabajo formal y nivel educativo medio. D y E son los sectores bajos, definidos por su baja calificación laboral, como el bajo nivel educativo alcanzado. Cabe consignarse que el nivel socioeconómico es un índice que corresponde a los hogares.
- ^{xviii} Los análisis de interdependencia se separan fundamentalmente de los análisis de "dependencia" donde existe una variable dependientes que buscará explicar mediante una o más variables independientes. Típico de este modelo de análisis es el modelo de regresión.
- ^{xix} <http://www.minutouno.com.ar/minutouno/nota/134957-El-diario-New-York-Times-anticipa-el-fin-de-su-edicion-de-papel/> revisado 21/11/2010
- ^{xx} <http://tiempo.elargentino.com/notas/medios-y-miedos-hegemonicos> revisión del 02/12/2010. Algunos autores sostienen que el concepto de "hegemonía" no tiene validez en la actualidad (Beasley-Murray, 2010).