

WORKING PAPER

Los medios de comunicación y la orientación política

Antonio Francisco Alaminos Fernández

SERCOM - 1/2011



Universitat d'Alacant
Universidad de Alicante



Instituto
Interuniversitario de
Desarrollo Social
y Paz



Los medios de comunicación y la orientación política

Antonio Alaminos Fernández

1) Introducción, objetivos e hipótesis

Los medios de comunicación sirven para dar a conocer a los ciudadanos todo lo que sucede y que no experimentan directamente. Por eso, de alguna forma, actúan educando dado que junto a la selección de las noticias (Pascual Serrano, 2009) introducen una interpretación de ellas.

Por ello, los objetivos se refieren a determinar si existe una relación clara entre los medios de información empleados y la orientación política de las audiencias. Si las noticias fueran objetivas y neutrales, sería indiferente el medio empleado. De alguna forma, de existir esta relación indicaría una diferencia en como se ofrecen las noticias y opinión, así como una sintonía en la forma de valorar las cosas. Para ello, considerare tres medios: la televisión, la prensa y la radio. De esta forma, podrá determinarse si las posibles diferencias ideológicas de las audiencias son indiferentes o no al medio empleado.

Otra de las cuestiones de interés es si existe una relación entre la edad de los individuos y el empleo de las nuevas tecnologías como Internet para informarse. Estas cuestiones pueden formularse en forma de hipótesis para las que contrastar los datos empíricos. Las hipótesis son las siguientes.

H1. Existen diferencias en el medio de TV empleado para informarse según ideología.

H2. Existen diferencias en el medio de Prensa empleado para informarse según ideología.

H3. Existen diferencias en el medio de Radio empleado para informarse según ideología.

H4. La posible selección según ideología es consistente en los tres medios. Por ejemplo, que no existe diferencia ideológica entre las cadenas de radio y si en las de TV o prensa.

H5. Para aquellos que emplean varios medios, hay consistencia ideológica entre los canales de TV, los de radio y la prensa empleada. Por ello, no sería habitual el contrastar la información y la opinión en medios diferentes.

H6. Existen diferencias según edad o género en los medios empleados

Para obtener los datos y poder analizar las hipótesis he buscado en diferentes bases de datos de encuestas existentes en Internet que preguntaran por el tema que me interesa. Las más apropiadas, aparecen en la encuesta de opinión pública efectuada como barómetro por el Centro de Investigaciones Sociológicas en abril de 2010. Estas encuestas pueden descargarse gratuitamente desde la web del centro de investigación.

2) Variables empleadas

Las variables elegidas han sido las referidas a preferencia de medio para informarse de noticias y para medir la ideología de las audiencias las variables de recuerdo de voto en elecciones generales, la intención de voto para las próximas elecciones generales y el posicionamiento ideológico en una escala de 1 a 10, donde 1 expresa la posición en la izquierda y 10 en la derecha. Las variables de control consideradas han sido género y edad del entrevistado.

Las preguntas referidas al empleo de medios para informarse se han aplicado después de efectuar un filtro que pregunta sobre el empleo de los medios de comunicación. Aquellos que no los emplean no han sido preguntados. Es decir, que los que eligieron la opción 5, donde nunca emplean los medios de información, no son preguntados por el empleo de medios. La pregunta filtro es la siguiente:

P.9 A continuación, me gustaría hacerle algunas preguntas sobre los periódicos, la radio y la televisión. ¿Con qué frecuencia.....
(MOSTRAR TARJETA A).

1. Todos los días
2. 3-4 días por semana
3. 1-2 días por semana
4. Con menor frecuencia
5. Nunca

	<u>1</u>	<u>2</u>	<u>3</u>	<u>4</u>	<u>5</u>	<u>NS</u>	<u>NC</u>	
9.1 Ve las noticias en la televisión	1	2	3	4	5	8	9	(50)
9.2 Escucha las noticias en la radio	1	2	3	4	5	8	9	(51)
9.3 Aparte de las noticias, escucha o ve otros programas sobre política en la radio o la televisión	1	2	3	4	5	8	9	(52)
9.4 Aparte de la prensa deportiva, lee el periódico (en papel o por Internet)	1	2	3	4	5	8	9	(53)

Tras superar la pregunta filtro, se preguntan las cuestiones que son de interés. Estas aparecen operativizadas como

- 1) Qué cadena de televisión prefiere para informarse. Aparecen cadenas de ámbito nacional como regional. He seleccionado las seis cadenas nacionales que emiten en abierto y con mayor audiencia: La primera, la dos, Antena 3, Cuatro, Tele5 y la Sexta. Para ello efectué un RECODE asignado a “valor perdido” las cadenas que no eran de interés para mi estudio. La pregunta que aparece en el cuestionario es la siguiente.

SÓLO A QUIENES RESPONDEN 1, 2, 3 ó 4 en P.9.1

P.9a ¿Y qué cadena de televisión prefiere Ud. para ver las noticias?(RESPUESTA ESPONTÁNEA)

_____ (55)(56)

N.C. 99

2) Qué periódico prefiere para informarse de política. Aparecen periódicos tanto de ámbito nacional como regional. He seleccionado los periódicos de tirada nacional y con mayor audiencia: "El país", "El mundo", "ABC" y "La razón". Para ello efectué un RECODE asignado a "valor perdido" los periódicos que no eran de interés para mi estudio. La pregunta correspondiente es la que reproduzco a continuación.

SÓLO A QUIENES RESPONDEN 1, 2, 3 ó 4 en P.9.4

P.9c ¿Y qué periódico prefiere Ud. para informarse sobre política? (RESPUESTA ESPONTÁNEA)

_____ (59)(60)

N.C. 99

3) Qué cadena de radio prefiere para informarse de política. Aparecen radios tanto de ámbito nacional como regional. He seleccionado las radios nacionales con mayor audiencia: La Ser, La COPE, Onda Cero y Radio Nacional 1. Para ello efectué un RECODE asignado a "valor perdido" las cadenas de radio que no eran de interés para mi estudio.

SÓLO A QUIENES RESPONDEN 1,2,3 Ó 4 en P.9.2

P.9b ¿Y qué emisora de radio prefiere Ud. para escuchar las noticias? (RESPUESTA ESPONTÁNEA)

(57)(58)

N.C. 99

Para poder medir la dimensión religiosa seleccioné tres preguntas. La intención de voto en las siguientes elecciones nacionales, el recuerdo de voto en las pasadas elecciones nacionales y la autoubicación ideológica en una escala de 1 a 10, donde 1 expresa la extrema izquierda y 10 la extrema derecha. Las variables aparecían operativizadas tal y como se muestra a continuación.

4) La intención de voto en las próximas elecciones. Para operar con unas posiciones ideológicas expresadas en términos de izquierda y derecha solamente considero al Partido Popular, al PSOE y a Izquierda Unida. Para ello efectué un RECODE asignado a “valor perdido” los partidos que no eran de interés para mi estudio.

P.18 Suponiendo que mañana se celebrasen elecciones generales, es decir, al Parlamento español, ¿a qué partido votaría Ud.? (RESPUESTA ESPONTÁNEA).

- | | | | |
|-------------------------|----|------------------------|---------------|
| - PSOE..... | 01 | - CC | 09 |
| - PP | 02 | - Na-Bai | 10 |
| - IU (ICV en Cataluña). | 03 | - UPN..... | 11 |
| - CIU | 04 | - Otros partidos..... | 12 |
| - PNV | 05 | - En blanco | 96 (133)(134) |
| - UPyD | 06 | - No votaría..... | 97 |
| - ERC | 07 | - No sabe todavía..... | 98 |
| - BNG | 08 | - N.C. | 99 |

5) La autoubicación ideológica emplea la variable más habitual. El posicionamiento en una escala de uno a diez. Para su análisis efectué un RECODE asignado a “valor perdido” el no sabe y no contesta. La pregunta que aparece en el cuestionario es la siguiente.

P.24 Cuando se habla de política se utilizan normalmente las expresiones izquierda y derecha. En esta tarjeta hay una serie de casillas que van de izquierda a derecha. ¿En qué casilla se colocaría Ud.? **(MOSTRAR TARJETA ESCALA). (PEDIR A LA PERSONA ENTREVISTADA QUE INDIQUE LA CASILLA EN LA QUE SE COLOCARÍA Y REDONDEAR EL NÚMERO CORRESPONDIENTE).**

(154)(155)

Izda.										Dcha.	
										NS	NC
01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	98	99

6) El recuerdo de voto considera el partido al que se voto en las últimas elecciones. Solamente considero al Partido Popular, al PSOE y a Izquierda Unida. Esta pregunta va detrás de un filtro donde se pregunta si se fue a votar o se tenía edad para hacerlo. En ese sentido, entre los que la responden no están los más jóvenes, que cumplieron 18 años después de 2008. Para seleccionar los partidos que interesan, efectué un RECODE asignado a “valor perdido” los partidos que no eran de interés para mi estudio.

P.27a ¿Y podría decirme el partido al que votó en esas elecciones de marzo de 2004? (RESPUESTA ESPONTÁNEA)

- PSOE	01	- EA	09
- PP.....	02	- CHA.....	10
- IU (ICV en Cataluña). 03		- Na-Bai	11
- CiU	04	- Otros partidos	12 (161)(162)
- ERC.....	05	- En blanco	13
- PNV	06	- No recuerda	98
- BNG.....	07	- No contesta	99
- CC	08		

7) Por último, y como variables de control, se incluyen las referidas al género de los entrevistados y la edad. El sexo es cumplimentado por el entrevistador directamente sin preguntar y para la edad se interroga sobre el último cumpleaños.

P.30 Sexo:

- Hombre	1	
- Mujer	2	(166)

P.31 ¿Cuántos años cumplió Ud. en su último cumpleaños?

_____	(167)(168)
N.C.	99

Una vez descritas las preguntas y variables empleadas y con la finalidad de testar las hipótesis, se han empleado varios procedimientos estadísticos, realizados con el programa SPSS.

3) Procedimientos estadísticos empleados en el análisis

Los procedimientos estadísticos empleados han sido distribuciones de frecuencia, pero sobre todo tablas de contingencia y el estadístico Chi-cuadrado para conocer la existencia de relación entre medios y variables de contenido ideológico (cuando son de carácter nominal), así como la consistencia en los medios que se emplean. Cuando su significación es inferior al 0.5 se entenderá que no existe independencia estadística entre las variables. Es decir, que los que leen el periódico “el país”, posiblemente vean la televisión y escuchen la radio que también es afín con sus ideas. En ese sentido, se mostraría la redundancia en la exposición a los medios y por lo tanto el no contraste de fuentes de información.

La relación entre medios de comunicación y posición ideológica del entrevistado se estudia mediante el empleo de medias. Dado que la ideología se mide de 1 en la izquierda hasta 10 en la derecha, la media indicará la posición media ideológica de los que empleen ese medio de comunicación. Para el contraste de medias se emplea el coeficiente F. Cuando su significación es inferior al 0.5 se entenderá como significativas las diferencias entre medias.

4) Ficha técnica

Los datos utilizados proceden de las encuestas efectuadas por el CIS. En concreto de la encuesta 2834, efectuada en abril. La siguiente ficha técnica, ofrecida por el CIS indica el diseño técnico de la encuesta.

FICHA TÉCNICA

Ámbito:

Nacional.

Universo:

Población española de ambos sexos de 18 años y más.

Tamaño de la muestra:

Diseñada: 2.500 entrevistas.

Realizada: 2.479 entrevistas.

Afijación:

Proporcional.

Ponderación:

No procede.

Puntos de muestreo:

239 municipios y 49 provincias.

Procedimiento de muestreo:

Polietápico, estratificado por conglomerados, con selección de las unidades primarias de muestreo (municipios) y de las unidades secundarias (secciones) de forma aleatoria proporcional, y de las unidades últimas (individuos) por rutas aleatorias y cuotas de sexo y edad.

Los estratos se han formado por el cruce de las 17 comunidades autónomas con el tamaño de hábitat, dividido en 7 categorías: menor o igual a 2.000 habitantes; de 2.001 a 10.000; de 10.001 a 50.000; de 50.001 a 100.000; de 100.001 a 400.000; de 400.001 a 1.000.000, y más de 1.000.000 de habitantes.

Los cuestionarios se han aplicado mediante entrevista personal en los domicilios.

Error muestral:

Para un nivel de confianza del 95,5% (dos sigmas), y $P = Q$, el error real es de $\pm 2,0\%$ para el conjunto de la muestra y en el supuesto de muestreo aleatorio simple.

Fecha de realización:

Del 6 al 14 de abril de 2010.

5) Análisis y contraste de hipótesis

En primer lugar presento la distribución de frecuencia de las variables empleadas, previamente a su recodificación. En el caso de la audiencia de las televisiones, destaca como un 33,4% ve preferentemente TVE1, el 21,8% Antena 3, el 11,3% Telecinco, el 5,2% Cuatro y con una menor audiencia La Sexta con el 3,2%.

Tabla 1
Televisiones

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos TVE1	794	32,0	33,4	33,4
La 2	21	,8	,9	34,3
Antena 3	518	20,9	21,8	56,0
Cuatro	124	5,0	5,2	61,2
Telecinco	268	10,8	11,3	72,5
La Sexta	76	3,1	3,2	75,7
Canal Sur	67	2,7	2,8	78,5
Aragón TV	5	,2	,2	78,7
TPA (Asturias)	2	,1	,1	78,8
IB3 (Baleares)	8	,3	,3	79,2
TVAC (Canarias)	9	,4	,4	79,5
RTVC (Castilla-La Mancha)	7	,3	,3	79,8

	TV3	165	6,7	6,9	86,8
	Canal 9	40	1,6	1,7	88,4
	Canal Extremadura	3	,1	,1	88,6
	TVG	23	,9	1,0	89,5
	Telemadrid	30	1,2	1,3	90,8
	7REG. Murcia	4	,2	,2	91,0
	ETB1	4	,2	,2	91,1
	ETB2	28	1,1	1,2	92,3
	ETB sin especificar	8	,3	,3	92,6
	Canal 24 h.	10	,4	,4	93,1
	CNN+	17	,7	,7	93,8
	Libertad Digital	2	,1	,1	93,9
	Intereconomía	30	1,2	1,3	95,1
	Otras de pago	1	,0	,0	95,2
	Cualquiera sin especificar	52	2,1	2,2	97,4
	Otras respuestas	7	,3	,3	97,6
	Ninguna	13	,5	,5	98,2
	N.S.	1	,0	,0	98,2
	N.C.	42	1,7	1,8	100,0
	Total	2379	96,0	100,0	
Perdidos	0	100	4,0		
Total		2479	100,0		

En el caso de las cadenas de radio la cadena Ser es la que muestra una mayor audiencia con un 32,4%, le sigue Onda Cero con el 14,3%, Radio Nacional 1 con el 10,3% y la Cadena COPE con el 7,7%.

Tabla 2
Cadenas de Radio

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Cadena SER	427	17,2	32,4	32,4
	Cadena COPE	102	4,1	7,7	40,1
	Onda Cero	188	7,6	14,3	54,4
	RNE R1	136	5,5	10,3	64,7
	Punto Radio	25	1,0	1,9	66,6
	Esradio. Libertad Digital	9	,4	,7	67,2
	Radio Intereconomía	11	,4	,8	68,1
	Canal Sur Radio	36	1,5	2,7	70,8
	Aragón Radio	3	,1	,2	71,0
	Radio Castilla-La Mancha	1	,0	,1	71,1
	Catalunya Radio	42	1,7	3,2	74,3
	RAC 1	53	2,1	4,0	78,3
	Radio Nou (Valencia)	4	,2	,3	78,6
	Radio Galega	12	,5	,9	79,5
	Radio Euskadi	37	1,5	2,8	82,3
	Otras musicales que dan noticias	17	,7	1,3	83,6
	Otras locales	33	1,3	2,5	86,1
	Cualquiera sin especificar	40	1,6	3,0	89,2
	Otras respuestas	26	1,0	2,0	91,1
	Ninguna	7	,3	,5	91,7
	N.S.	4	,2	,3	92,0
	N.C.	106	4,3	8,0	100,0
	Total	1319	53,2	100,0	
Perdidos	0	1160	46,8		
Total		2479	100,0		

En esta encuesta el periódico con más lectores es El País, con el 16,3%, le sigue El Mundo con el 8,6%, el ABC con el 3,8% y por último La Razón con un 1,7%. Como indicamos, para el análisis entre ideología y medios se han considerado aquellos con mayor audiencia a nivel nacional.

Tabla 3

Prensa

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	El País	245	9,9	16,3	16,3
	El Mundo	129	5,2	8,6	24,8
	ABC	57	2,3	3,8	28,6
	La Razón	25	1,0	1,7	30,3
	Público	13	,5	,9	31,1
	La Gaceta de los Negocios	11	,4	,7	31,9
	Ideal	4	,2	,3	32,1
	Diario Sur	15	,6	1,0	33,1
	Diario de Cádiz	14	,6	,9	34,1
	Diario de Sevilla	8	,3	,5	34,6
	Córdoba	6	,2	,4	35,0
	El Correo de Andalucía	13	,5	,9	35,9
	La Voz de Cádiz	1	,0	,1	35,9
	La Voz de Almería	13	,5	,9	36,8
	Diario de Jerez	1	,0	,1	36,9
	Diario de Jaén	6	,2	,4	37,3
	Huelva Información	6	,2	,4	37,6
	Granada Hoy	2	,1	,1	37,8
	El Día de Córdoba	1	,0	,1	37,8
	Heraldo de Aragón	19	,8	1,3	39,1
	El Periódico de Aragón	4	,2	,3	39,4
	Diario del Alto Aragón	2	,1	,1	39,5

La Nueva España	32	1,3	2,1	41,6
La Voz de Avilés y El Comercio	4	,2	,3	41,9
Diario de Mallorca	9	,4	,6	42,5
Última Hora	21	,8	1,4	43,9
Baleares	1	,0	,1	44,0
El Día de Canarias	13	,5	,9	44,8
Canarias 7	16	,6	1,1	45,9
La Provincia	17	,7	1,1	47,0
Diario de Avisos	5	,2	,3	47,3
El Diario Montañés	18	,7	1,2	48,5
El Norte de Castilla	20	,8	1,3	49,9
Diario de León	13	,5	,9	50,7
La Gaceta Regional de Salamanca	6	,2	,4	51,1
Diario de Burgos	12	,5	,8	51,9
La Opinión, el Correo de Zamora	4	,2	,3	52,2
El Adelanto de Salamanca	1	,0	,1	52,3
Diario Palentino	4	,2	,3	52,5
Diario de Ávila	1	,0	,1	52,6
La Tribuna de Ciudad Real, Toledo y Talavera	1	,0	,1	52,7
La Tribuna de Albacete	3	,1	,2	52,9
La Vanguardia	79	3,2	5,2	58,1
El Periódico de Cataluña	62	2,5	4,1	62,2
AVUI	15	,6	1,0	63,2
El Punt	18	,7	1,2	64,4
Diario de Tarragona	18	,7	1,2	65,6
Segre	5	,2	,3	65,9
Diari de Girona	1	,0	,1	66,0
Regió Siete	3	,1	,2	66,2
Hoy Diario de Extremadura	16	,6	1,1	67,3
Periódico de Extremadura	5	,2	,3	67,6

Levante	22	,9	1,5	69,1
Las Provincias	18	,7	1,2	70,3
Información de Alicante	23	,9	1,5	71,8
Mediterráneo	10	,4	,7	72,4
La Voz de Galicia	38	1,5	2,5	75,0
Faro de Vigo	19	,8	1,3	76,2
El Correo Gallego	2	,1	,1	76,4
Diario de Pontevedra	1	,0	,1	76,4
El Progreso de Lugo	7	,3	,5	76,9
Diario de Navarra	13	,5	,9	77,8
La Verdad	23	,9	1,5	79,3
La Opinión de Murcia	1	,0	,1	79,3
Berria	2	,1	,1	79,5
El Correo	41	1,7	2,7	82,2
El Diario Vasco	21	,8	1,4	83,6
Noticias de Guipúzcoa	2	,1	,1	83,7
GARA	9	,4	,6	84,3
DEIA	5	,2	,3	84,7
Diario de Noticias	5	,2	,3	85,0
La Rioja	7	,3	,5	85,5
Cinco Días	1	,0	,1	85,5
20 Minutos	35	1,4	2,3	87,8
Qué!	11	,4	,7	88,6
ADN	11	,4	,7	89,3
Otros gratuitos	25	1,0	1,7	91,0
Otros locales	35	1,4	2,3	93,3
Cualquiera	29	1,2	1,9	95,2
Otras respuestas	11	,4	,7	95,9
Ninguno	9	,4	,6	96,5
N.C.	52	2,1	3,5	100,0
Total	1506	60,8	100,0	
Perdidos	0	973	39,2	
Total	2479	100,0		

En la intención de voto un 24,5% afirma que votaría al PSOE, el 22,8% al PP y un 3,5% a Izquierda Unidad. Son los tres partidos que mantendremos en el análisis tras recodificar.

Tabla 4

Intención de Voto en Elecciones Generales

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos PSOE	608	24,5	24,5	24,5
PP	565	22,8	22,8	47,3
IU/ICV	87	3,5	3,5	50,8
CiU	49	2,0	2,0	52,8
PNV	20	,8	,8	53,6
UPyD	72	2,9	2,9	56,5
ERC	16	,6	,6	57,2
BNG	7	,3	,3	57,4
CC	4	,2	,2	57,6
Na Bai	3	,1	,1	57,7
UPN	3	,1	,1	57,8
Otros partidos	53	2,1	2,1	60,0
En blanco	160	6,5	6,5	66,4
No votaría	371	15,0	15,0	81,4
No sabe todavía	377	15,2	15,2	96,6
N.C.	84	3,4	3,4	100,0
Total	2479	100,0	100,0	

En la autoubicación ideológica el 21,5% afirma ubicarse en la posición 5, seguidas de las posiciones 3 (15,6%) y 4 (14,2). En ese sentido, el posicionamiento más frecuente se encuentra en el centro y la izquierda.

Tabla 5**Autoubicación ideológica**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Extrema izquierda	81	3,3	3,3	3,3
	2	123	5,0	5,0	8,2
	3	387	15,6	15,6	23,8
	4	352	14,2	14,2	38,0
	5	533	21,5	21,5	59,5
	6	256	10,3	10,3	69,9
	7	180	7,3	7,3	77,1
	8	125	5,0	5,0	82,2
	9	27	1,1	1,1	83,3
	Extrema derecha	23	,9	,9	84,2
	N.S.	229	9,2	9,2	93,4
	N.C.	163	6,6	6,6	100,0
	Total	2479	100,0	100,0	

Por último, en el Recuerdo de voto, el mayor porcentaje de recuerdo es para el PSOE con el 34,4%, seguido del PP con el 23,2%. El recuerdo para Izquierda Unida es del 2,3%. Un 16,4% afirma que o fue a votar, es decir se abstuvo, y el 3% que no tenía edad para votar.

Tabla 6**Recuerdo de voto**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	PSOE	854	34,4	34,4	34,4
	PP	575	23,2	23,2	57,6
	IU	56	2,3	2,3	59,9
	CiU	45	1,8	1,8	61,7
	Otros partidos	148	6,0	6,0	67,7
	No tenía edad para votar	75	3,0	3,0	70,7
	En blanco	94	3,8	3,8	74,5
	No votó	406	16,4	16,4	90,9
	No recuerda	60	2,4	2,4	93,3
	N.C.	166	6,7	6,7	100,0
	Total	2479	100,0	100,0	

En lo que se refiere a las variables empleadas como control, un 49,2% son hombres y el 50,8% mujeres.

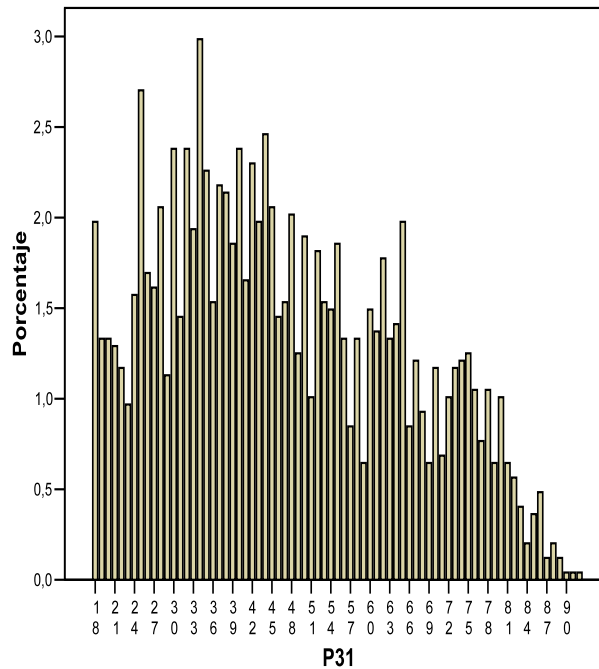
Tabla 7**Distribución Género**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Hombre	1219	49,2	49,2	49,2
	Mujer	1260	50,8	50,8	100,0
	Total	2479	100,0	100,0	

El gráfico muestra la distribución de la muestra según la edad.

Gráfico 1

P31



Seguidamente, se muestra la distribución de las variables empleadas tras aplicar una recodificación (RECODE), donde se asignan a valores perdidos las categorías que no se consideran en las hipótesis de este análisis.

Tabla 8
Audiencias Televisiones

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	TVE1	794	32,0	44,1	44,1
	La 2	21	,8	1,2	45,3
	Antena 3	518	20,9	28,8	74,0
	Cuatro	124	5,0	6,9	80,9
	Telecinco	268	10,8	14,9	95,8
	La Sexta	76	3,1	4,2	100,0
	Total	1801	72,7	100,0	

Perdidos	,00	100	4,0	
	Sistema	578	23,3	
	Total	678	27,3	
Total		2479	100,0	

Tabla 9
Audiencias RADIO

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Cadena SER	427	17,2	50,1	50,1
	Cadena COPE	102	4,1	12,0	62,0
	Onda Cero	188	7,6	22,0	84,1
	RNE R1	136	5,5	15,9	100,0
	Total	853	34,4	100,0	
Perdidos	,00	1160	46,8		
	Sistema	466	18,8		
	Total	1626	65,6		
Total		2479	100,0		

Tabla 10
Audiencias Periódicos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	El País	245	9,9	53,7	53,7
	El Mundo	129	5,2	28,3	82,0
	ABC	57	2,3	12,5	94,5
	La Razón	25	1,0	5,5	100,0
	Total	456	18,4	100,0	
Perdidos	,00	973	39,2		

	Sistema	1050	42,4		
	Total	2023	81,6		
Total		2479	100,0		

Tabla 11

Intención de voto

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	PSOE	608	24,5	48,3	48,3
	PP	565	22,8	44,8	93,1
	IU/ICV	87	3,5	6,9	100,0
	Total	1260	50,8	100,0	
Perdidos	Sistema	1219	49,2		
Total		2479	100,0		

Vamos seguidamente a efectuar el contraste de hipótesis, según la cual se postula la posible relación entre los medios empleados y la posición ideológica.

H1. Existen diferencias en el medio de TV empleado para informarse según ideología.

Tal y como se aprecia en la tabla de contingencia, cuando se considera que televisión se emplea para informarse puede observarse como la TV1 es vista preferentemente por votantes del PSOE (51,4%) o de IU (50,7%) mientras que el porcentaje para los votantes del PP es menor (37%). La Cuatro y La Sexta también muestran porcentajes superiores de votantes de izquierda (IU y PSOE). Por el contrario, son los votantes del PP los que ven en mayor porcentaje Antena 3 (43%), siendo menor el PSOE (18%) o IU (15%).

Tabla 12**Audiencias televisivas según intención de voto**

% de IVD		IVD			Total
		PSOE	PP	IU/ICV	
tvNACIONAL	TVE1	51,4%	37,0%	50,7%	45,1%
	La 2	,6%	,5%	1,4%	,6%
	Antena 3	18,8%	43,2%	15,5%	29,1%
	Cuatro	8,9%	3,7%	15,5%	7,1%
	Telecinco	14,5%	13,3%	11,3%	13,8%
	La Sexta	5,8%	2,3%	5,6%	4,3%
Total		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Estas diferencias entre las preferencias políticas de las audiencias se pueden comprobar mediante un análisis de Chi Cuadrado. Este análisis nos muestra si existe independencia entre las categorías de la columna y las de las filas.

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	88,742	10	,000
Razón de verosimilitud	88,597	10	,000
Asociación lineal por lineal	,390	1	,533
N de casos válidos	1002		

Tal y como puede apreciarse, la intención de voto que se muestra y las televisiones que se ven no son independientes. Chi cuadrado tiene un valor de 88,742 y una significación del ,000. Se comprueba que los votantes de derechas (PP) prefieren ver las noticias de Antena 3 y los de izquierdas (PSOEy IU) TV1 y Telecinco, así como La Sexta y Cuatro.

Para considerar la consistencia de esta relación, consideremos el recuerdo de voto como variable de control de audiencia televisiva. Podemos apreciar como para el caso de TV1 se mantiene la mayor audiencia de los votantes de izquierdas, mientras que Antena 3 es vista preferentemente por personas que recuerdan haber votado a la derecha (PP).

Tabla 13

Audiencia de televisión según recuerdo de voto

% de RECVOT		RECVOT			Total
		PSOE	PP	IU	
tvNACIONAL	TVE1	50,3%	39,3%	55,6%	46,4%
	La 2	,6%	,5%		,5%
	Antena 3	18,9%	42,9%	11,1%	27,5%
	Cuatro	7,6%	2,8%	20,0%	6,3%
	Telecinco	17,4%	12,3%	4,4%	15,0%
	La Sexta	5,2%	2,1%	8,9%	4,2%
Total		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

La aplicación del test de Chi cuadrado muestra que esta relación entre audiencias televisivas y preferencia política se mantiene. Aparece un coeficiente de 106,036 y una significación del ,000.

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	106,036	10	,000
Razón de verosimilitud	103,263	10	,000
Asociación lineal por lineal	,182	1	,670
N de casos válidos	1139		

Por último, el control directo por autoubicación ideológica muestra una autoubicación más hacia la izquierda de las audiencias de TV1 (4,5) y Telecinco (4,5), La Sexta (3,9) o Cuatro (4), mientras que la audiencia de Antena 3 tiene una media ideológica más de centro (5,3).

Tabla 14

Audiencias televisivas según autoubicación ideológica

tvNACIONAL	Media	N	Desv. típ.
TVE1	4,5920	679	1,79396
La 2	3,3529	17	1,57881
Antena 3	5,3371	439	1,78918
Cuatro	4,0619	113	1,62724
Telecinco	4,5156	225	1,69321
La Sexta	3,9859	71	1,69447
Total	4,7124	1544	1,81274

El contraste de medias ofrece un coeficiente F de 19,797 y una significación del 0,000. Con ello se confirma que las diferencias entre las medias ideológicas son significativas desde el punto de vista estadístico.

Puede observarse que tras controlar las audiencias con diferentes controles de posicionamiento ideológico, se aprecia de forma estadísticamente significativa, que existe una relación entre el posicionamiento ideológico (expresado como partido al que se vota y autoubicación ideológica) y la cadena de televisión utilizada para informarse.

H2. Existen diferencias en el medio de Prensa empleado para informarse según ideología.

La tabla de contingencia siguiente considera que periódico emplea para informarse según intención de voto. Puede observarse como El País es leído preferentemente por votantes del PSOE (90,1%) o de IU (83,3%) mientras que el porcentaje para los

votantes del PP es menor (13,8%). El Mundo (50,4%), el ABC (24,4%) y la Razón (11,4%) son empleados sobre todo por los votantes del PP siendo mucho menores los porcentajes del PSOE o IU.

Tabla 15

Periódico que se emplea según intención de voto

		IVD			
		PSOE	PP	IU/ICV	Total
DIARIO	El País	90,1%	13,8%	83,3%	53,1%
	El Mundo	5,4%	50,4%	8,3%	27,1%
	ABC	1,8%	24,4%	8,3%	13,2%
	La Razón	2,7%	11,4%		6,6%
Total		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

La prueba de independencia muestra que existe relación entre los periódicos que leen los votantes de diferentes partidos. El valor del coeficiente Chi cuadrado es de 146,942 y una significación del ,000.

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	146,942	6	,000
Razón de verosimilitud	167,815	6	,000
Asociación lineal por lineal	28,385	1	,000
N de casos válidos	258		

Los controles efectuados por las variables de autoubicación ideológica y recuerdo de voto confirman lo apreciado anteriormente. Para el caso del recuerdo de voto se observa como el País es leído preferentemente por los votantes de izquierda, con

un 86,4% del PSOE y el 81,8% de IU. Nuevamente el Mundo, el ABC y la Razón son los preferidos por los votantes del PP.

Tabla 16

Periódico que se emplea según recuerdo de voto

		RECVOT			
		PSOE	PP	IU	Total
DIARIO	El País	86,4%	16,4%	81,8%	57,4%
	El Mundo	4,9%	50,8%	13,6%	24,4%
	ABC	6,8%	21,1%	4,5%	12,5%
	La Razón	1,9%	11,7%		5,8%
Total		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

El análisis de Chi cuadrado confirma que la relación observada es significativa estadísticamente. Un coeficiente de 152,699 y una significación del ,000.

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	152,699	6	,000
Razón de verosimilitud	168,639	6	,000
Asociación lineal por lineal	35,385	1	,000
N de casos válidos	312		

Por último, al considerar la autoubicación ideológica, se aprecia que la media ideológica de los lectores de el País es de 3,7 bastante a la izquierda, mientras que las medias de los lectores de los otros tres diarios considerados se incrementa gradualmente desde el centro, con un 5,7 para los lectores de El Mundo, un 5,8 para ABC y el 6,8 para los lectores de La Razón.

Tabla 17

Periódico según autoubicación ideológica

DIARIO	Media	N	Desv. tít.
El País	3,7435	230	1,45360
El Mundo	5,7143	119	1,79992
ABC	5,8776	49	1,62830
La Razón	6,8571	21	2,08052
Total	4,7088	419	1,94326

El análisis de varianza, es decir, el contraste de medias, muestra que las diferencias de la media ideológica entre los lectores de los diferentes periódicos son significativas. Se observa un coeficiente F de 19,797 con una significación del ,000.

ANOVA

	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Inter-grupos	306,589	5	61,318	19,797	,000
Intra-grupos	4763,732	1538	3,097		
Total	5070,321	1543			

El resultado de contrastar el posicionamiento ideológico de los lectores de periódicos muestra que existen diferencias en las audiencias según afinidad política. Los lectores de El País son preferentemente votantes del PSOE o Izquierda Unida, mientras que los diarios El Mundo, el ABC y La Razón tienen lectores preferentemente de derechas. Estas diferencias son aún más fuertes y definidas que en el caso de las televisiones.

H3. Existen diferencias en el medio de Radio empleado para informarse según ideología.

Hasta el momento hemos podido comprobar que existían diferencias significativas en el empleo de la televisión y los periódicos para diferentes posicionamientos políticos. La tabla de contingencia siguiente muestra las audiencias de radio según intención de voto. Podemos apreciar como la cadena SER es preferida por los votantes de izquierda. Un 73,8% de los votantes del PSOE y el 75,7% de los votantes de Izquierda Unida. Por el contrario, la COPE y Onda Cero son preferidas significativamente por los votantes del PP. Un 26,1% de los votantes PP escucha la COPE y el 32,9% Onda Cero. La audiencia de estas dos radios es bastante inferior para los votantes de IU y PSOE. La Radio Nacional de España 1 es utilizada por igual entre los tres tipos de votantes.

Tabla 18

Audiencias de radio según intención de voto

		IVD			Total
		PSOE	PP	IU/ICV	
RADIO	Cadena SER	73,8%	27,9%	75,7%	53,3%
	Cadena COPE	4,3%	26,1%	8,1%	14,4%
	Onda Cero	8,2%	32,9%		18,7%
	RNE R1	13,7%	13,1%	16,2%	13,6%
Total		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

La existencia de esta relación entre audiencias de canales de radio y preferencias políticas se comprueba con el test de Chi cuadrado, donde un coeficiente de 132,296 ofrece una significación del ,000. Puede rechazarse la hipótesis de que no existe relación entre el partido al que se afirma votará y la radio que se emplea para escuchar las noticias.

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	132,296	6	,000
Razón de verosimilitud	144,240	6	,000
Asociación lineal por lineal	14,213	1	,000
N de casos válidos	492		

La relación apreciada en la tabla de contingencia anterior se reproduce para el caso del recuerdo de voto. Nuevamente se observa como los votantes de izquierda prefieren la cadena SER (un 67% del PSOE y un 79% de IU) mientras que los de derecha prefieren la COPE (25% votante del PP) y Onda Cero (33,8% de votante PP). Se confirma desde esta variable de recuerdo de voto que RNE 1 es seguida por diferentes sensibilidades políticas.

Tabla 19

Audiencias de radio según recuerdo de voto

		RECVOT			Total
		PSOE	PP	IU	
RADIO	Cadena SER	67,3%	26,5%	79,3%	51,6%
	Cadena COPE	6,2%	25,6%	3,4%	13,8%
	Onda Cero	11,7%	33,8%		19,9%
	RNE R1	14,8%	14,1%	17,2%	14,7%
Total		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Como hemos efectuado hasta el momento, el test de Chi cuadrado nos confirma que no existe independencia estadística entre las dos variables. En ese sentido, las diferencias entre preferencias políticas y audiencia de radios parece confirmarse. El coeficiente de Chi cuadrado es de 127,369 con una significación del ,000 por lo que rechazamos la hipótesis de independencia.

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	127,369	6	,000
Razón de verosimilitud	135,161	6	,000
Asociación lineal por lineal	15,334	1	,000
N de casos válidos	587		

Nuevamente el control por el autopoicionamiento ideológico nos muestra como las medias de posición ideológica se encuentran más hacia la izquierda entre los que escuchan la Cadena SER (4,1) que en el caso de las audiencias de la COPE (6,4) u Onda Cero (5,5). La autoubicación ideológica muestra consistencia con la intención y el recuerdo de voto.

Tabla 20

Periódico según autoubicación ideológica

RADIO	Media	N	Desv. típ.
Cadena SER	4,1228	391	1,61095
Cadena COPE	6,4505	91	1,95655
Onda Cero	5,5090	167	1,62758
RNE R1	4,8595	121	1,92486
Total	4,8143	770	1,89189

El contraste de medias, para conocer si estas son significativamente diferentes desde el punto de vista estadístico, ofrece un coeficiente F de 58,275 y una significación del ,000. Se puede concluir que la ubicación ideológica de los que escuchan las diferentes cadenas de radio son diferentes.

Tabla de ANOVA

		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
IDEO * RADIO	Inter-grupos (Combinadas)	511,460	3	170,487	,000	58,275
	Intra-grupos	2240,983	766	2,926		
	Total	2752,443	769			

En conclusión, puede apreciarse que existe una sintonía ideológica entre las audiencias de las diferentes cadenas de radio y el posicionamiento y en preferencias políticas. Así, la cadena SER es preferente entre los votantes de izquierdas, tanto PSOE como Izquierda Unida. La cadena COPE y Onda Cero es preferida por los votantes del PP.

H4. La posible selección según ideología es consistente en los tres medios. Por ejemplo, que no existe diferencia ideológica entre las cadenas de radio y si en las de TV o prensa.

Como consecuencia de lo apreciado en el contraste de las hipótesis anteriores, se acepta la cuarta hipótesis, en la medida que no existe indiferencia ideológica para ningún medio de información. Tanto la radio, como los periódicos o la televisión se ven afectadas por esta selectividad ideológica. Podemos pensar en una posible explicación que vincule medios de comunicación e ideología con carácter general dado que no existe una especificidad para alguno de los medios de comunicación de masas considerado.

H5. Para aquellos que emplean varios medios, hay consistencia entre los canales de televisión, los de radio y la prensa empleada. Por ello, no sería habitual el contrastar la información y la opinión en medios diferentes.

Para comprobar esta hipótesis hemos considerado el emplear tres tablas de contingencia comparando el empleo de los diferentes medios simultáneamente. He considerado que es el procedimiento más directo y que tiene en cuenta que no son el mismo numero de casos para cada medio o que los emplean simultáneamente.

Por ello, para respetar los subgrupos no se realiza un análisis con las tres variables conjuntas.

Veamos en primer lugar, tomando porcentajes totales, es decir, sin controlar por fila o columna, el empleo de radio y televisión de forma conjunta. Es posible observar como los que utilizan preferentemente TVE1 también emplean la cadena SER en las noticias de la radio (26,3%). Recordemos que estas dos cadenas eran preferidas por los votantes de izquierdas. De igual modo, el empleo de Antena 3 como televisión para ver las noticias se asocia a escuchar Onda Cero (10,9%) ambas cadenas preferidas por los votantes de derechas.

Tabla 21

Audiencias de televisión y de canales de radio

% del total

		RADIO				
		Cadena SER	Cadena COPE	Onda Cero	RNE R1	Total
Televisión	TVE1	26,3%	4,9%	7,8%	9,9%	49,0%
	La 2			,1%		,1%
	Antena 3	9,8%	4,9%	10,9%	2,9%	28,6%
	Cuatro	6,3%	,1%	1,7%	,7%	8,8%
	Telecinco	6,0%	,3%	1,3%	1,3%	8,8%
	La Sexta	3,2%	,3%	,7%	,4%	4,6%
Total		51,7%	10,5%	22,5%	15,3%	100,0%

El test de Chi cuadrado nos muestra como existe una relación significativa entre los medios de radio y televisión empleados. Un Chi cuadrado de 87,217 y una significación de ,000.

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	87,217	15	,000
Razón de verosimilitud	87,774	15	,000
Asociación lineal por lineal	4,694	1	,030
N de casos válidos	714		

Para el caso de las audiencias de televisión y los lectores de periódicos nuevamente apreciamos como un 28,3% emplean para informarse la TVE1 y el diario El País. Un 16% utiliza Antena 3 y el diario El Mundo. En ese sentido, se produce una sintonía entre los medios que mostraban afinidad ideológica en sus audiencias.

Tabla 22

Audiencias de televisión y de periódicos

% del total

		DIARIO				
		El País	El Mundo	ABC	La Razón	Total
Televisión	TVE1	28,3%	9,9%	5,6%	1,6%	45,3%
	La 2	1,9%				1,9%
	Antena 3	8,8%	16,0%	4,5%	2,1%	31,5%
	Cuatro	8,8%	,5%	,3%	,3%	9,9%
	Telecinco	4,0%	,8%	1,1%		5,9%
	La Sexta	4,3%	1,1%	,3%		5,6%
Total		56,0%	28,3%	11,7%	4,0%	100,0%

El test de Chi cuadrado nos muestra nuevamente la existencia de relación entre los medios de prensa y televisión empleados. Un coeficiente de 74,886 y una

significación del ,000. Existe por lo tanto una relación entre los medios considerados.

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	74,886	15	,000
Razón de verosimilitud	82,571	15	,000
Asociación lineal por lineal	,492	1	,483
N de casos válidos	375		

En el caso de la comparación entre las audiencias de radio y los lectores de periódicos es más ilustrativo mostrar la relación existente mediante un control por audiencia de radio. Podemos observar como el 80% de la audiencia de la cadena SER lee también el diario El País, mientras que el 52% de la COPE u Onda Cero leen El Mundo. Se aprecia con gran claridad la sintonía entre los medios empleados, según su consideración desde las preferencias ideológicas y políticas.

Tabla 23

Audiencias de radio y de periódicos

% de RADIO

		DIARIO				
		El País	El Mundo	ABC	La Razón	Total
RADIO	Cadena SER	80,8%	12,3%	5,4%	1,5%	100,0%
	Cadena COPE	12,0%	52,0%	28,0%	8,0%	100,0%
	Onda Cero	16,2%	52,9%	20,6%	10,3%	100,0%
	RNE R1	56,1%	26,8%	12,2%	4,9%	100,0%
Total		53,8%	28,8%	12,5%	4,9%	100,0%

Nuevamente, la prueba de Chi cuadrado nos muestra que existe relación entre ambas variables, con un valor de 95,535 y una significación de ,000.

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	95,535	9	,000
Razón de verosimilitud	103,170	9	,000
Asociación lineal por lineal	28,951	1	,000
N de casos válidos	264		

Considerado el uso simultaneo de diferentes medios de comunicación de masas, se aprecia la preferencia entre los medios que son empleados por audiencias más próximas ideológicamente y en su preferencia partidaria. Así, se emplean preferentemente El País, la cadena SER y la TVE1 como medios complementarios para informarse, especialmente los individuos de izquierdas. Emplean Antena 3, el diario El Mundo y la COPE u Onda Cero preferentemente los votantes ideológicamente de derechas. En ese sentido, los medios parecen emplearse de forma que refuerzan la posición ideológica de las audiencias, no siendo lo general el contrastar información en medios diferentes.

H6. Existen diferencias según edad o género en los medios empleados

La hipótesis no es posible considerarla de forma general. Así, en lo que se refiere a género, las diferencias son significativas en el caso de Telecinco, más vista por mujeres (18,3%) y en la Sexta y Cuatro, más empleado por hombres (5,7% y 9,1% de hombres). Las cadenas como TVE1 o Antena 3 no muestran diferencias significativas por género.

Tabla 24**Audiencia de televisión según género**

		Género		
		Hombre	Mujer	Total
Televisiones	TVE1	44,5%	43,7%	44,1%
	La 2	1,3%	1,1%	1,2%
	Antena 3	28,2%	29,3%	28,8%
	Cuatro	9,1%	4,8%	6,9%
	Telecinco	11,3%	18,3%	14,9%
	La Sexta	5,7%	2,8%	4,2%
Total		100,0%	100,0%	100,0%

El test de Chi cuadrado indica que existe relación entre género y cadena de televisión, si bien esta relación se explica por las cadenas ya mencionadas, Telecinco, Cuatro y La Sexta.

Para el caso de las audiencias de periódicos, las mujeres parecen emplear el diario El Mundo en un 59% (diez puntos más que los hombres) mientras que los hombres leen preferentemente el diario El Mundo (33%).

Tabla 25**Audiencia de periódicos según género**

		Género		
		Hombre	Mujer	Total
DIARIO	El País	49,6%	59,3%	53,7%
	El Mundo	33,2%	21,6%	28,3%
	ABC	12,2%	12,9%	12,5%
	La Razón	5,0%	6,2%	5,5%
Total		100,0%	100,0%	100,0%

Sin embargo, no puede concluirse una relación entre género y periódico empleado. El test de Chi cuadrado muestra una significación superior a ,05 por lo que podemos rechazar la posibilidad que esas diferencias según género sea significativa estadísticamente.

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	7,543	3	,056
Razón de verosimilitud	7,675	3	,053
Asociación lineal por lineal	,602	1	,438
N de casos válidos	456		

Esta ausencia de relación según género queda especialmente clara para el caso de las audiencias de radio, tal y como muestra la tabla siguiente, así como el análisis de Chi cuadrado, no existen diferencias significativas en el género y los canales de radio que emplea.

Tabla 26

Audiencia de radios según género

		Género		Total
		Hombre	Mujer	
RADIO	Cadena SER	50,3%	49,7%	50,1%
	Cadena COPE	11,9%	12,0%	12,0%
	Onda Cero	22,8%	21,0%	22,0%
	RNE R1	15,0%	17,2%	15,9%
Total		100,0%	100,0%	100,0%

La significación es de ,812 por lo que debemos aceptar la hipótesis de que las audiencias de los canales de radio considerado sean independientes del género.

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	,956	3	,812
Razón de verosimilitud	,953	3	,813
Asociación lineal por lineal	,165	1	,685
N de casos válidos	853		

Otra variable de control usualmente significativa es la de la edad del entrevistado. En la tabla siguiente podemos apreciar como la edad media es significativamente diferente entre las audiencias de las diferentes cadenas de televisión. La TVE1 es la cadena con las audiencias más envejecidas, con 51 años de edad, siendo las más jóvenes la Sexta (37) y Cuatro (38). Telecinco (43) y Antena 3 (41) muestran audiencias con una edad media.

Tabla 27

Audiencia de televisiones según edad

Televisión	Media	N	Desv. típ.
TVE1	51,28	794	17,448
La 2	44,48	21	16,830
Antena 3	41,70	518	16,655
Cuatro	38,43	124	14,864
Telecinco	43,50	268	16,636
La Sexta	37,01	76	14,136
Total	45,80	1801	17,530

Efectuado un análisis de varianza, se aprecia que las diferencias entre las medias de edad son significativas, con una F de 33,012 y una significación de ,000.

Tabla de ANOVA

		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
P31 * tvNACIONAL	Inter-grupos (Combinadas)	46579,052	5	9315,810	,000	33,012
	Intra-grupos	506542,783	1795	282,197		
	Total	553121,836	1800			

Asimismo, las medias de edad son claramente diferentes para el caso de las audiencias de diferentes canales de radio. La cadena COPE tiene la audiencia más envejecida con una media de 54 años de edad. La cadena SER es de 47 años de media y la de Onda Cero de 46. Las edades medias de las audiencias de radio son superiores a las de las televisiones, que parecen llegar con más facilidad a los más jóvenes en lo que se refiere al seguimiento de informativos.

Tabla 28

Audiencia de radios según edad

RADIO	Media	N	Desv. típ.
Cadena SER	47,10	427	16,363
Cadena COPE	54,77	102	17,018
Onda Cero	45,65	188	15,208
RNE R1	47,49	136	15,485
Total	47,76	853	16,250

Esta relación entre edad y canales de radio empleados es significativa. El contraste de medias efectuado mediante análisis de varianza de un solo factor muestra un coeficiente F de 7,817 y una significación de ,000.

Tabla de ANOVA

		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
P31 * RADIO	Inter-grupos (Combinadas)	6046,912	3	2015,637	7,817	,000
	Intra-grupos	218929,777	849	257,868		
	Total	224976,689	852			

Por último, aparecen también diferencias significativas de edad en las audiencias de los diferentes medios escritos considerados. Los lectores de La Razón tienen una edad media de casi 58 años. Le sigue el diario ABC con una edad media de lector de 47 años de edad. Más jóvenes son los lectores de El Mundo (42 años) o de El País (43 años). Dado que los lectores de La Razón y del ABC eran sobre todo votantes del PP, se refieren a un tipo de votante posiblemente más conservador que el de los lectores de El Mundo.

Tabla 29

Audiencia de periódicos según edad

DIARIO	Media	N	Desv. típ.
El País	43,50	245	14,601
El Mundo	42,27	129	14,577
ABC	47,54	57	16,999
La Razón	57,80	25	16,847
Total	44,44	456	15,410

Las diferencias de edad media entre las audiencias de periódicos es claramente significativa estadísticamente, como muestra el análisis de varianzas. Una F de 8,602 y una significación del ,000.

Tabla de ANOVA

		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
P31 * DIARIO	Inter-grupos (Combinadas)	5835,508	3	1945,169	8,602	,000
	Intra-grupos	102206,893	452	226,121		
	Total	108042,401	455			

Las diferencias más significativas en el empleo de los medios se refieren a la edad de las audiencias. Especialmente para el caso de la prensa. El género no muestra diferencias significativas en el empleo de medios, salvo para el caso de las televisiones. Los test de Chi cuadrado efectuados para la prensa o la radio no muestran diferencias significativas.

6) Conclusiones

Vamos para finalizar a exponer los resultados finales entre el contraste de las hipótesis especificadas con los datos. Puede observarse que tras controlar las audiencias con diferentes controles de posicionamiento ideológico, se aprecia de forma estadísticamente significativa, que existe una relación entre el posicionamiento ideológico (expresado como partido al que se vota y autoubicación ideológica) y la cadena de televisión utilizada para informarse.

El resultado de contrastar el posicionamiento ideológico de los lectores de periódicos muestra que existen diferencias en las audiencias según afinidad política. Los lectores de El País son preferentemente votantes del PSOE o Izquierda Unida, mientras que los diarios El Mundo, el ABC y La Razón tienen lectores preferentemente de derechas. Estas diferencias son aún más fuertes y definidas que en el caso de las televisiones.

Para el caso de las audiencias de las cadenas de radio consideradas, puede apreciarse que existe una sintonía ideológica entre las audiencias de las diferentes cadenas de radio y el posicionamiento y en preferencias políticas. Así, la cadena SER es preferente entre los votantes de izquierdas, tanto PSOE como Izquierda Unida. La cadena COPE y Onda Cero es preferida por los votantes del PP.

Tanto la radio, como los periódicos o la televisión se ven afectadas por esta selectividad ideológica. Podemos pensar en una posible explicación que vincule medios de comunicación e ideología con carácter general dado que no existe una especificidad para alguno de los medios de comunicación de masas considerado.

En lo que se refiere al empleo simultaneo de diferentes medios, se emplean preferentemente El País, la cadena SER y la TVE1 como medios complementarios para informarse, especialmente los individuos de izquierdas. Emplean Antena 3, el diario El Mundo y la COPE u Onda Cero preferentemente los votantes ideológicamente de derechas. En ese sentido, los medios parecen emplearse de forma que refuerzan la posición ideológica de las audiencias, no siendo lo general el contrastar información en medios de diferentes enfoques políticos.

Las diferencias más significativas en el empleo de los medios se refieren a la edad de las audiencias. Especialmente para el caso de la prensa. El género no muestra diferencias significativas en el empleo de medios, salvo para el caso de las televisiones. Los test de Chi cuadrado efectuados para la prensa o la radio no muestran diferencias significativas.

De las seis hipótesis consideradas, cinco han sido validadas por los datos empleados y una sexta solamente de forma parcial, al ser significativa para la edad pero no para el género.

Bibliografía

Antonio Alaminos Chica y Clemente Penalva Verdú. Los medios de comunicación y el cambio político en España (1991-2000). Revista Sistema. Nº 217. 2010. Páginas 19-40.

Fermín Bouza. The impact area of political communication: Citizenship faced with public discourse. International Review of Sociology. Vol. 14 Nº 2. 2004. Pag. 245-259.

Pablo S. Blesa Aledo. Medios de comunicación y democracia: ¿El poder de los medios o los medios al poder? Sphera pública: revista de ciencias sociales y de la comunicación, Nº. 6, 2006

Pascual Serrano. (2009). Desinformación. Cómo los medios ocultan el mundo. Editorial Península.

Pascual Serrano. (2010). Traficantes de información. La historia oculta de los grupos de comunicación españoles. Editorial Foca.

José Antonio Piqueras, Antonio Laguna, Francesc A. Martinez, Antonio Alaminos Chica. (2011) El secuestro de la democracia: Corrupción y dominación política en la España actual. Akal.