



Arxiu històric FUNDACIÓ JAUME BOFILL

Perfil sociològic del lector y suscriptor de La Vanguardia

Eugènia Salvador
Ramon M. Canals

OCTUBRE 1981

FUNDACIÓ
Fundació
JAUME
Jaume
BOFILL
Bofill

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

El presente trabajo ha sido elaborado
por los siguientes miembros del Equip
de Sociologia Electoral de la Univer-
sitat Autònoma de Barcelona:

Supervisió	:	Josep M. Vallès
Coordinació	:	Eugènia Salvador
Redacció	:	Ramon M. Canals Eugènia Salvador
Cartografia	:	Josefina Elías

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

I. PRESENTACION

1. Objetivos
2. Estructura del trabajo
3. Encuesta al público lector de prensa
4. Encuesta a los suscriptores de La Vanguardia
5. Conclusiones

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

1. Objetivos

El objetivo principal de la investigación se centra en definir el perfil sociológico del lector habitual de La Vanguardia, atribuyendo esta condición a quien se considera subjetivamente como tal, lo cual suele implicar -aunque no siempre- la adquisición cotidiana del periódico, ya sea mediante compra en kiosco o por suscripción.

Los objetivos secundarios del estudio -conocer los hábitos de adquisición y lectura, así como las actitudes y opinión ante el periódico habitual y otros- deben considerarse como complementarios del anterior y con la finalidad última de conocer su implantación actual y sus posibilidades de expansión social y geográfica en el futuro.

Así pues, a lo largo del estudio se analizan comparativamente las preferencias y perfil del público lector de otros diarios a fin de determinar en qué medida ocupan espacios antagónicos, complementarios o yuxtapuestos. En la mayoría de los casos el análisis se ha centrado en

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

el comportamiento del lector habitual o cotidiano, que constituye la parte principal de los consumidores de prensa.

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

2. Estructura del trabajo

De acuerdo con los objetivos fijados, el trabajo ha seguido dos caminos complementarios: encuesta general a la población lectora de prensa y encuesta por correo a los suscriptores de La Vanguardia.

En la primera parte del estudio se analizan los resultados de la encuesta realizada a los lectores de prensa, categoría en la que se incluye a compradores habituales o esporádicos, así como a suscriptores de cualquier diario.

En la segunda parte se analizan los resultados de la encuesta distribuida por correo entre una muestra de suscriptores de La Vanguardia, en Barcelona y algunos municipios de su área metropolitana.

Al final de cada capítulo se reúnen los cuadros estadísticos -expresados en porcentajes- que han servido de base a los comentarios. El encabezamiento más frecuente es el de "periódico habitual", variable con la que se han ido cruzando las restantes. El total de lectores habituales es pues la base sobre la que se han calculado la mayoría de porcentajes. En caso contrario, ésta consta en el cuadro correspondiente.

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

En una última parte se recogen las principales conclusiones del trabajo. Se incluye un apartado en el que se extractan lo más sintéticamente posible las referidas exclusivamente al lector de La Vanguardia. A pesar de que esta excesiva simplificación puede dar una imagen deformadora de la realidad, puede ser útil en cuanto a visión de conjunto de los resultados obtenidos. En última instancia el recurso al texto de los capítulos correspondientes puede aportar las matizaciones necesarias.

En el Anexo se incluyen las encuestas a lectores y suscriptores.

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

3. Encuesta al público lector de prensa

3.1. Sistema de Muestreo

Se ha escogido el sistema de muestreo a domicilio, concretamente el denominado "random Route" (ruta aleatoria), consistente en seguir un itinerario urbano de determinadas características, con especificaciones concretas respecto a las personas a entrevistar (por cuotas de sexo, edad, nivel socio-profesional, etc.), de forma que se garantice una distribución de las entrevistas lo más aleatoria posible entre el colectivo a estudiar.

En nuestro caso se ha perseguido una representación en las cuotas de sexo y edad distinta a la que se da en la población total. Teniendo en cuenta que tanto en la primera edad, -población juvenil- como en la tercera, -período de jubilación-, se produce un descenso en el hábito de leer prensa, se ha establecido una división de tres intervalos con una sobrerrepresentación del segundo de ellos, quedando como sigue la distribución porcentual de la población a encuestar:

18-34 años	:	30%
35-54 años	:	40%
55 y más	:	30%

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

Señalemos que ello explica que se haya incidido en mayor medida sobre la población activa.

En cuanto a la edad, y también con el fin de detectar más fácilmente a la población lectora de prensa, se ha primado la población masculina, estableciendo la proporción de 2 a 1, es decir, entrevistando a 2 hombres por cada mujer.

El tamaño de la muestra se ha fijado en 1.100 encuestas, de las que finalmente se ha procesado 1.064, calculado en base al muestreo de proporción para poblaciones infinitas hipótesis del 50% y con un grado de significación del 95%, mediante la siguiente formulación:

$$N = \frac{4 P (1-P)}{E^2}$$

donde:

N = tamaño de la muestra

4 = cuadrado de la desviación típica elegida (2)

P = proporción de casos favorables

E = error máximo aceptado

El margen de error aceptado es de $\pm 0,5$

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

3.2. Ambito geogràfic

La encuesta se ha circunscrito a la provincia de Barcelona, concretamente a la capital y algunos municipios de su cinturón industrial.

En la ciudad de Barcelona se han realizado 600 encuestas, distribuidas proporcionalmente al número de habitantes de cada distrito municipal. La población y el número de cuestionarios repartidos en cada uno de ellos se distribuye como sigue:

Distrito	Población 31-XII-75	Encuestas realizadas
I	64.487	23
II	124.968	42
III	140.357	42
IV	88.695	31
V	60.559	22
VI	82.655	29
VII	125.533	48
VIII	158.900	54
IX	390.541	130
X	163.895	58
XI	103.929	35

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

Distrito	Población 31-XII-75	Encuestas realizadas
XII	246.614	86
Total Barcelona ciudad	1.751.133	600

Las 500 encuestas restantes se han distribuido en 7 municipios del cinturón industrial, seleccionados después de tener en cuenta los siguientes criterios:

- a) desestimación de los pequeños núcleos de población, inferiores a 30.000 habitantes. En la mayoría de casos se ha optado por poblaciones que rayaban o superaban los 100.000 habitantes.
- b) localización dentro de un radio de 30 Kms. de Barcelona-capital. Dentro de la provincia, éste es el área con una menor penetración de La Vanguardia.
- c) atención especial a los municipios con una débil implantación de La Vanguardia. Aún corriendo el riesgo de ver así infravalorada su cuota de participación

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

en el mercado, se aseguraba con ello una mejor percepción del perfil sociológico de los lectores de otros periódicos, que en poblaciones con una penetración del principal diario catalán, podían quedar desdibujados por su escasa intervención en el conjunto muestral.

- d) inclusión de municipios cuyo porcentaje de ventas/1.000 habitantes se situa en torno al promedio de Catalunya (17,32). Se excluyen de este cálculo las cifras de ventas en Barcelona ciudad, que interviene como elemento distorsionador tanto por el volumen de las mismas como por su peso demográfico.

Atendiendo a los criterios expuestos, los municipios seleccionados y las encuestas distribuídas en los mismos en proporción a su población, aparecen en el siguiente cuadro:

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

Municipios	Población 31-XII-75	Encuestas realizadas	Ventas/ 1.000 hab. (*)
L'Hospitalet Llobregat	282.141	125	10,3
Sta. Coloma Gramanet	138.091	85	5,3
Sabadell	182.012	100	17,6
Mataró	91.587	60	18,6
Cornellà	91.739	60	10,2
Cerdanyola	30.498	35	10,4
Viladecans	36.574	35	8,4
Total	852.642	500	

Promedio ventas/1.000 habitantes:

Radio 30 Kms. Barcelona-ciudad	15,24
Catalunya (sin Barcelona-ciudad)	17,3
Total Catalunya	27,4

(*) Los datos referentes a ventas han sido facilitados por La Vanguardia y corresponden a mayo de 1980.

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

El total de encuestas asignadas a las distintas unidades de población (distritos y municipios), proporcionalmente al número de habitantes, ha sufrido en la práctica algunas modificaciones, ya que se ha primado a los que correspondía un escaso número de entrevistas, a fin de reducir al máximo la importancia relativa de las respuestas erráticas.

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

3.3. Periódicos analizados

De acuerdo con el equipo de La Vanguardia, el análisis ha quedado centrado en tres principales periódicos matutinos catalanes (La Vanguardia, El Periódico, y Avui) y uno madrileño (El País). La supremacía numérica de los primeros y el fenómeno de la aparición y rápida implantación en el mercado español del segundo han aconsejado esta opción.

El ranking de los distintos periódicos en el mercado se establece como sigue en base a los datos de nuestra encuesta:

	<u>Total lectores</u>	% vertic.
La Vanguardia	473	(36,8)
El Periódico	360	(28,0)
Avui	127	(9,9)
Correo Catalán	100	(7,8)
El País	72	(5,6)
Noticiero Universal	58	(4,5)

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

La selección de las poblaciones en las que se ha realizado la encuesta que, como hemos dicho, no se ha regido por criterios de aleatoriedad sino de penetración de La Vanguardia, ha introducido sin duda alguna distorsiones en la determinación de la cuota de participación en el mercado de los distintos periódicos. Señalemos que las cifras del anterior cuadro son principalmente indicativas del posicionamiento relativo de éstos en el mercado, no de su cuota de participación en el mismo. También es preciso tener en cuenta que en una encuesta de carácter coyuntural como la presente intervienen factores de carácter puntual de difícil detección que pueden sesgar los resultados.

Sin embargo, los datos registrados por nuestra encuesta se ajustan en sus líneas principales a los datos del control de difusión facilitado por OJD en el ámbito provincial. Establecidas las ponderaciones a que más arriba nos referimos -exclusión de algunos diarios, selección de poblaciones-, podemos concluir en la afirmación de una adecuada representatividad de la muestra.

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

3.4. Cuestionario

En la redacción final del cuestionario se han tenido en cuenta los objetivos señalados en su día por el equipo de La Vanguardia, así como sus posteriores sugerencias al redactado inicial.

El cuestionario en su forma definitiva se adjunta en el Anexo . Consta de 39 preguntas y se halla dividido en los cuatro bloques básicos siguientes, a los que preceden dos breves preguntas introductorias relativas a la frecuencia de lectura y sistema de adquisición.

- Bloque A.

Para quienes realizan la compra personalmente en kiosco. Permite conocer la hora en que la realizan y los motivos de preferir la compra a la suscripción.

- Bloque B.

Destinado a los suscriptores. Comprende una serie de preguntas referentes a la antigüedad de la suscripción, motivos para realizarla y satisfacción con este sistema.

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

- Bloque C.

Común para compradores y suscriptores. A lo largo de 17 preguntas se detectan una serie de cuestiones básicas referentes a hábitos y modos de adquisición y lectura (frecuencia, horario, profundidad de lectura, antigüedad y satisfacción con la suscripción, etc.), así como de actitudes y opinión sobre el periódico habitual (valoración de las secciones habituales del periódico, de su ideología, imagen global del mismo, etc.).

- Bloque D.

Perfil sociológico de los lectores habituales, integrado por 13 preguntas. Constituye la parte central del estudio, en torno al que gira el objetivo principal definido desde su comienzo. Permite definir el tipo de público lector de cada periódico y compararlos entre sí, atendiendo a las características socio-económicas habitualmente utilizadas en este tipo de estudios, como son edad, sexo, religión, nivel de estudios, ocupación, ámbito de procedencia, tendencia política, etc.

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

3.5. Trabajo de campo y tratamiento informático

En el trabajo de campo se ha contado con la colaboración del Centro de Investigaciones Socio-económicas.

El tratamiento informático de los datos ha sido realizado por el personal técnico de La Vanguardia.

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

II. ENCUESTA AL PUBLICO LECTOR DE PRENSA

1. Estudio de hábitos y modos de adquisición y lectura
2. Actitudes ante el periódico habitual y opinión que le merece
3. Perfil sociológico de los lectores habituales

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

1. ESTUDIO DE HABITOS Y MODOS DE ADQUISICION Y LECTURA

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

1.1. Introducción

En este apartado se analizan cuáles son los hábitos de adquisición y lectura entre el público de los principales periódicos. Se centra, en primer lugar, en los lectores de prensa que realizan la compra en kiosco, con referencias específicas, al tratar del método de adquisición, a los suscriptores que aparecen en la muestra general. Se incluye un apartado referente al interés que podría tener para el lector la aparición de suplementos referidos a temas concretos.

Como hemos advertido, en la mayoría de los casos el análisis se ha centrado en el comportamiento del lector habitual o cotidiano, que constituye la parte principal de los consumidores de prensa. La referencia a lectores totales se incluye en los apartados referentes a quién realiza la compra del diario y a la hora en que ésta se efectúa, puesto que en este caso resulta mucho más orientativo del nivel de ventas incluir también a los compradores esporádicos.

Hemos señalado ya que la cifra de lectores habituales de cada periódico es principalmente indicativa del posicionamiento relativo en el mercado respecto a los demás diarios, pero sólo orientativa respecto a su cuota de

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

participación en aquél, en razón al hecho de que una encuesta de carácter coyuntural es influída por factotores de carácter puntual de difícil detección que provocan alguna distorsión en los resultados.

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

1.2. Adquisición en kiosco

1.2.1. Frecuencia de lectura del periódico habitual

El cuadro 1.1 refleja cuál es la frecuencia semanal de lectura para que un periódico sea considerado como habitual. En la práctica totalidad de los casos, esta frecuencia es diaria. Tan sólo un porcentaje muy bajo (2,1%) de lectores de La Vanguardia se consideran sus habituales a pesar de no leerla diariamente, sino con una frecuencia que se sitúa entre 3 y 5 veces por semana. Cabe señalar, no obstante, que puede darse un fenómeno entre los encuestados de querer demostrar una asiduidad en la lectura que a veces no se corresponde con la realidad. A este respecto es significativo que muchos encuestados se declaran lectores asiduos de periódicos desaparecidos, por ejemplo, Mundo Diario o Tele-Express.

En cualquier caso, la pregunta que ha servido de base para la definición de periódico habitual o cotidiana-

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

no es la que se recoge más adelante del cuestionario, donde el encuestado debe concretar claramente cuál considera su periódico habitual.

No cabe duda que en la consideración subjetiva de habitualidad pueden intervenir otros factores distintos a la mera cotidianeidad de la adquisición, como podrían ser la antigüedad, identificación emocional con un periódico, etc. Por esto mismo no se ha previsto la posibilidad de que se diera más de un periódico como habitual, obligando en cierta medida al lector a que se definiera respecto a un solo periódico.

En adelante, y teniendo en cuenta las precisiones hechas, se emplearán como sinónimos habitual y cotidiano, dada la práctica coincidencia que las respuestas han reflejado entre ambos. Los cuadros y comentarios se referirán a esta categoría de lectores, prescindiendo de los ocasionales -aquéllos que compran esporádicamente- y también de los totales, es decir, la suma de lectores habituales y ocasionales que incluye a los que, con independencia de la frecuencia semanal de lectura, no se consideran habituales del mismo.

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

1.2.2. Total de lectores y lectores habituales

En el cuadro 1.2 se recogen en cifras absolutas el total de lectores y el número de lectores habituales de cada periódico analizado, así como el porcentaje que éstos últimos representan sobre los lectores de cada periódico. Da una medida de la fidelidad a un periódico, así como del grado de afinidad entre ellos.

Adoptando la triple clasificación entre lectores totales, habituales y ocasionales, obtenemos el siguiente cuadro resumen (el porcentaje de habituales recoge las cifras de la diagonal principal del cuadro 1.2):

	<u>Total</u>	<u>Habituales</u>	<u>Ocasionales</u>
La Vanguardia	473	395 (83,5%)	78 (16,5%)
El Periódico	360	301 (82,5%)	59 (17,5%)
Avui	127	86 (66,1%)	41 (33,9%)
El País	72	39 (54,1%)	33 (45,9%)

Como puede observarse, en el cuadro 1.2 el número de habituales disminuye a medida que lo hace la tirada de un periódico, reflejando su menor consolidación en

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

el mercado. La Vanguardia se sitúa en este sentido en cabeza, con un 83,5% de habituales, seguido de muy cerca por el Periódico, con las ventajas que ello supone en cuanto a ventas aseguradas, aunque con la contrapartida de tener un escaso margen para expandirse en el mercado a través de la captación de lectores ocasionales.

Para analizar qué porcentaje de lectores de un diario son habituales de alguno de los tres restantes, se han elaborado los siguientes cuadros parciales para los cuatro principales diarios seleccionados:

Son lectores habituales de:	Entre el total de lectores de <u>La Vanguardia</u>
El Periódico	7,6
Avui	3,1
El País	1,0

Son lectores habituales de:	Entre el total de lectores de <u>El Periódico</u>
La Vanguardia	6,9
El País	3,8
Avui	1,6

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

Son lectores habituales de:	Entre el total de lectores de <u>Avui</u>
La Vanguardia	16,5
El Periódico	8,6
El País	0,7

Son lectores habituales de:	Entre el total de lectores de <u>El País</u>
La Vanguardia	8,3
El Periódico	8,3
Avui	6,9

En general, en cada cuadro se mantiene una estructura paralela a la de participación en el mercado de cada diario. Únicamente El Periódico cambia este orden, ya que sus lectores se muestran más propensos a ser habituales de El País que de Avui, a pesar de ser la cifra de ventas de éste superior en Catalunya y de tener mayores probabilidades, por tanto, de contar con más lectores cotidianos.

La Vanguardia es el que más lectores cotidianos tiene entre los lectores de cada diario, con porcentajes que varían entre 7% y 8%, salvo en el caso de Avui, en que

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

un 16,5% de sus lectores totales se consideran habituales de la misma.

Los lectores de El Periódico suelen dar porcentajes más bajos de lectura cotidiana de otros diarios con la excepción ya citada de El País, que goza entre los lectores de El Periódico de una aceptación superior a la de cualquier otro.

Avui da muy desiguales porcentajes de cotidianeidad para otros periódicos, con marcada preferencia por La Vanguardia (16,5% de sus lectores totales). En cambio, muy pocos de sus lectores totales optan por la lectura cotidiana de El País (0,7%).

La estructura de reparto más homogénea se da en El País, cuyos lectores totales pueden ser habituales de los tres periódicos restantes, sin mostrar una preferencia excesiva por uno u otro.

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

Una segunda razón podría radicar en las poblaciones elegidas en la muestra, en la mayoría de las cuales el porcentaje de suscriptores es relativamente bajo.

En cuanto a la distribución de los suscriptores por años de antigüedad puede verse en el siguiente cuadro:

<u>Años</u>	<u>La Vanguardia</u>	<u>Periódico</u>	<u>Avui</u>	<u>El País</u>
0- 3	1,8	2,7	3,7	1,0
4-10	1,8	-	10,1	1,8
11-15	0,4	-	-	-
más 15	4,8	-	-	-
N.C.	1,2	0,2	1,0	-
	10,0	2,9	14,8	2,8

La desigual antigüedad de los periódicos analizados no permite establecer comparaciones entre ellos. En el caso de La Vanguardia, señalemos que de acuerdo con la población muestral obtenida, los suscriptores con más de 15 años de antigüedad suponen cerca del 50% del total. Otro dato a destacar, sería el escaso número de lectores que iniciaron su suscripción entre 1966 y 1970.

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

1.2.3. Método de adquisición

En el cuadro 1.3 se expresan los métodos de adquisición de los periódicos por parte de sus lectores habituales y, por tanto, las diferentes vías por las que se accede a la lectura de prensa.

Observamos que la mayor parte de los lectores de prensa encuestados leen su periódico habitual a través de la compra personal que hacen en el kiosco. Aproximadamente, el 70% de los lectores de El Periódico, Avui y El País utilizan este método de compra, mientras que los de La Vanguardia no llegan al 60%.

El acceso a través de la suscripción sería el método menos utilizado por los lectores. En este aspecto destaca La Vanguardia y Avui, a pesar de que la cifra de suscriptores de La Vanguardia ha quedado notablemente infravalorada. Una razón de ello podría deberse a que en la encuesta no aparecen las suscripciones institucionales que pueden quedar subsumidas en la respuesta "otras personas".

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

1.2.4. Horario de compra

En el cuadro 1.4 aparece reflejado el predominio de la compra de los periódicos durante la mañana respecto la tarde. No debe extrañar este dato, debido a que la mayoría de los periódicos aparecen por la mañana. Es de destacar el alto porcentaje de compra por la tarde en el capítulo "Otros catalanes", debido a que en este apartado figura el periódico de tarde "El Noticiero Universal".

Una vez señalado el predominio de la compra de los periódicos durante la mañana, cabe destacar que la mayoría de periódicos son adquiridos por los lectores de 8 a 9 h. y de 10 a 12 h. Entre 9 y 10 h. se venden menos ejemplares, especialmente de Avui y El País, mientras que las ventas de La Vanguardia son superiores a las realizadas entre 8 y 9 horas.

Hay que subrayar el porcentaje de compra vespertina de El País respecto a los otros periódicos, debido probablemente a la distribución más tardía en los kioscos del periódico madrileño.

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

Creemos que debe considerarse inflada la cifra de 16,18 de lectores que dicen comprarlo antes de las 8 horas, hora en que difícilmente puede encontrarse en los kioscos.

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

1.2.5. Horario de lectura

En el cuadro 1.5 se observa que, en general, casi el 30% de los lectores de prensa leen los periódicos en el transcurso de la mañana (de 9 a 13 h.), mientras que casi un 20% lo hace al mediodía (de 13 a 16h.) y un 17,5% por la noche (después de las 19 h.).

Por periódicos, esta tendencia general se mantiene en lo que hace referencia a los lectores de La Vanguardia y El Periódico, mientras que los lectores de Avui se encuentran muy repartidos en los períodos más frecuentes de lectura.

En cuanto a los lectores de El País, el período preferido de lectura sería por la tarde (de 16 a 19 h.), duplicando el porcentaje de lectores que en general leen su diario en este espacio de tiempo. La razón de este horario de lectura de los lectores de El País se debe, posiblemente, a que una apreciable porcentaje de sus lectores lo adquieren por la tarde.

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

1.2.6. Tiempo ideal para dedicar a informarse sin que le interfiriera en sus actividades.

Según se desprende del cuadro 1.6 , en general, el tiempo ideal para dedicar a informarse está entre 1/2 hora y 1 hora; el porcentaje que le sigue en importancia es también el mismo para todos los periódicos, y se situa entre los 15 mns. y los 30 mns.

Entre el público de La Vanguardia parece ser mayor la preferencia por una lectura rápida, de un máximo de 30 mns: sumando las dos primeras cifras del cuadro obtenemos un 43%, siendo el único caso en que esta suma supera el porcentaje de preferencias para el intervalo de 30 mns. a 1 hora.

Como contrapartida, entre los lectores de El Periódico se encuentra el mayor porcentaje de adeptos en favor de una lectura que dure 15 minutos como máximo.

Podríamos decir que se da aquí el mayor porcentaje de lectores "rápidos", partidarios de una lectura que dure 15 mns. y con pocos de ellos inclinados a que dure más de 1 hora., porcentaje éste solo rebajado por El País.

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

Entre los lectores de Avui parecen predominar los partidarios de una lectura más lenta. Poco más de una tercera parte de sus habituales desearían informarse en media hora como máximo, mientras que a casi un 19% no le importaría dedicar a esta tarea más de 1 hora, porcentaje con el que se distancia considerablemente del resto de los diarios.

El País se distingue por la aplastante mayoría de sus lectores que optan por el intervalo 30 mns. a 1 hora como tiempo ideal (63%), en detrimento de los dos intervalos extremos. Da un porcentaje extraordinariamente bajo para el intervalo de 15 mns. (2,6%) y también, aunque en menor grado para el de más de 1 hora. En definitiva parece tratarse del público que más equilibra el tiempo necesario para informarse, sin concedérselo en exceso, ni contentarse con una lectura demasiado apresurada.

Podría concluirse, que el tiempo dedicado a la lectura parece depender más de la actitud del lector que del contenido del diario, es decir, que depende más de la importancia atribuida a la tarea cotidiana de informarse a

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

través de la prensa que al tiempo objetivamente necesario para una lectura completa del diario habitual.

Diarios que podríamos calificar como de "densidad" parecida, El País y La Vanguardia, cuentan con un público diferenciado en cuanto al tiempo que creen necesario dedicar a la lectura de prensa.

Probablemente cabe relacionar este tema con el de las pautas culturales del lector, nivel educativo, status social, etc.

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

1.2.7. Lugar de lectura

En el cuadro 1.7 observamos que, para el conjunto de diarios, casi las tres cuartas partes de lectores (72%) leen los periódicos en su casa, mientras el 10% lo hace en su lugar de trabajo y el 13% en otros lugares (centros de estudio, recreativos, etc.). Sólo el 4% lee el periódico en los transportes públicos.

Por periódicos, esta tendencia se mantiene en líneas generales, especialmente en lo que hace referencia a La Vanguardia. Para los demás, los datos son: ligero aumento de la lectura de El Periódico en el lugar de trabajo (14%), mayor lectura de Avui en casa (80%), y mayor lectura de El País en otros lugares (27%), posiblemente en los centros de estudios -universidades-, dado el importante porcentaje de estudiantes con que cuenta este periódico.

Sin duda cabe valorar como un hecho positivo el que un periódico sea leído con mayor intensidad fuera de casa por cuanto supone de posibilidad de acceso al mismo de un elevado número de individuos, entendiéndose por acceso tanto la posibilidad de lectura como el simple contacto visual, lo que permite, de una parte, una mayor difusión

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

de sus noticias y sus planteamientos y, de otra, una familiarización con el mismo para los no habituales. Las suscripciones institucionales son en este sentido un buen medio para contribuir a la difusión del periódico.

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

1.2.8. Modo de lectura

El cuadro 1.8 debe relacionarse con el 1.7, en el que se recoge el lugar donde se realiza la lectura.

Así, tras la constatación de que para todos los periódicos es superior el número de lectores que lo leen de una sola vez, se aprecian variaciones notables entre ellos.

La proporción de quienes realizan dos lecturas alcanza su punto más bajo entre los lectores de La Vanguardia y el más alto entre los de El País, en tanto El Periódico y Avui dan porcentajes más igualados.

Teniendo en cuenta que la Vanguardia es leída de forma mayoritaria en casa - por casi un 75% de sus lectores-, puede inferirse que su lectura puede realizarse una sola vez por parte de su público.

En el extremo opuesto, la lectura del País se realiza en mayor proporción por la tarde, con una proporción muy inferior de lectura en casa (50,8%) y un reparto más equilibrado entre lugar de trabajo y "otros", que apunta a la lectura en centros. La edad de la población lectora (vid.

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

apartado 3.2) podría ser la causa común explicativa de las diferencias apuntadas.

En definitiva no creemos que deba interpretarse el cuadro 1.8 como de grado de profundización en la lectura del diario, ni como índice de la densidad del mismo. Podríamos más bien avanzar la hipótesis de que está en función de la disponibilidad de tiempo libre para realizar la lectura de una vez, aunque se recoja también un porcentaje de quienes tienen interés por realizar una segunda lectura con más detenimiento.

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

1.2.9. Interés por los suplementos especiales

En el cuadro 1.9 se expresa -según un índice ponderado- la valoración que hacen los lectores de prensa de los temas que podrían salir como suplemento.

Para el conjunto de los lectores de prensa, los temas que tienen más interés para convertirse en suplemento son: Actividades Culturales, Biografías y Memorias y Divulgación (avances de la ciencia y la técnica).

Con un interés intermedio se sitúan temas como: Ocio y Encuestas de actualidad. Por contra, los que menor interés suscitan son: Relaciones familiares, la Casa, y Moda y Belleza.

Por diarios, observamos que, en líneas generales, se mantienen las mismas preferencias en los respectivos lectores.

En general, se observa una mayor preferencia por temas divulgativos y culturales, quizá debidos a una mayor presencia de lectorado masculino, o a que tal vez se considera que temas como La Moda o la Casa, ya están suficientemente tratados en publicaciones especializadas y que dichos temas no deben ser tratados en suplementos de prensa.

Cuadro no 1.1. FRECUENCIA DE LECTURA PERIÓDICO HABITUAL

Periódico habitual	Frecuencia de lectura		
	Día %	3-5 veces %	1-2 veces %
La Vanguardia	38,7	2,1	-
El Periódico	28,6	-	-
Avui	8,4	-	-
El País	3,8	-	-

% sobre total de lectores de cada periódico

Cuadro no 1.2. TOTAL DE LECTORES Y LECTORES HABITUALES

Lectores habituales	Total de lectores de cada diario			
	La Vanguardia	El Periódico	Avui	El País
(395) La Vanguardia	83,5	6,9	16,5	8,3
(301) El Periódico	7,6	82,5	8,6	8,3
(86) Avui	3,1	1,6	66,1	6,9
(39) El País	1,0	0,7	0,7	54,1
	(473)	(350)	(127)	(72)

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

Cuadro nº 1.3. METODO DE ADQUISICION

Método de adquisición	Total lectores			
	La Vanguardia %	El Periódico %	Avui %	El País %
Personal	56,8	69,1	66,4	74,5
Suscripción	10,0	2,9	14,8	2,8
Otros familiares	21,0	16,4	12,1	12,6
Otras personas	9,0	8,6	4,6	2,8
Total	(473)	(360)	(127)	(72)

% sobre total de lectores de cada periódico.

CUADRO N.º 1.4. REVENIR DE COMPRA

Hora de compra	Total de lectores de cada diario				
	La Vanguardia %	El Periódico %	Avui %	El País %	Total %
<u>Mañana</u>					
Antes de 8.	18,4	17,3	18,2	15,1	17,2
de 8 a 9	20,8	26,0	23,9	14,2	21,3
de 9 a 10	22,5	18,1	11,4	9,1	18,5
de 10 a 12	23,9	24,5	23,9	15,8	23,0
<u>Tarde</u>	9,2	10,1	6,5	16,1	14,1
<u>N. C.</u>	5,2	4,0	15,8	8,7	5,9
<u>Total</u>	(473)	(360)	(127)	(72)	(1287)

% sobre total de lectores de cada diario

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

Cuadro nº 1.5 HORARIO DE LECTURA

Hora Lectura	Total de lectores de cada diario			
	La Vanguardia %	El Periódico %	Avui %	El País % Total
Antes 9 h.	6,5	6,2	7,8	6,0 6,0
9 a 13 h.	32,9	28,5	20,8	25,6 28,1
13 a 16 h.	16,7	19,6	19,5	17,9 18,5
16 a 19 h.	15,0	12,4	9,1	28,2 14,2
Después 19 h.	15,7	19,6	20,8	18,8 17,5
N. C.	13,2	13,7	22,0	3,5 15,7
Total	(473)	(360)	(127)	(72) (1287)

% sobre total de lectores de cada diario

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

Cuadro nº 1.6. TIEMPO IDEAL PARA DEDICAR A INFORMARSE

Tiempo	Periódico habitual			
	La Vanguardia %	El Periódico %	Avui %	El País %
hasta 15 mns.	10,3	12,6	9,6	2,6
de 16 mns. a 30 mns.	33,1	26,3	26,6	26,2
de 31 mns. a 1 hora	42,0	48,6	45,2	63,1
más de 1 hora	14,4	12,3	18,5	7,8
Total	100	100	100	100

Quadro no 1.7 LUGAR DE LECTURA

Lugar Lectura	Periódico habitual				
	La Vanguardia %	EL Periódico %	Avui %	País %	Total %
Casa	74,7	66,0	80,0	10,8	72,0
Transporte público	1,8	5,7	8,2	1,1	4,3
Trabajo	9,6	14,0	5,9	1,1	9,8
Otros	13,1	13,7	3,5	1,1	12,8

% sobre total de lectores habituales de cada periódico.

Cuadro nº 1.8. MODO DE LECTURA

Modo lectura	Periódico habitual			
	La Vanguardia %	El Periódico %	Avui %	El País %
Lo lee de una vez	57,4	52,2	44,1	47,3
Realiza dos lecturas	28,7	34,3	35,9	42,0
N. C.	13,6	13,3	19,7	10,4
Total	100	100	100	100

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

Cuadro nº 1.9. INTERES POR LOS SUPLEMENTOS ESPECIALES

Temas Suplementos	Periódico habitual				
	La Vanguardia %	El Periódico %	Avui %	El País %	Total %
La Casa	3,2	3,1	2,3	2,4	3,0
Moda, Belleza	3,0	2,8	2,4	3,0	2,7
Rel. Familiares	3,5	3,2	2,8	3,7	3,3
Ocio	3,8	3,8	3,7	4,3	3,7
Biografías	4,1	4,0	3,7	4,5	3,9
Divulgación	4,1	4,2	3,6	4,8	3,9
Actividades Culturales	4,1	4,4	4,0	4,8	4,1
Encuestas de Actualidad	3,6	4,0	3,3	4,1	3,6

2. Actitudes ante el periódico habitual y opinión que le merece.

2.1. Introducción

A lo largo de este capítulo se analizan una serie de aspectos referentes a las actitudes del lector ante el contenido de su periódico habitual, así como a la valoración global del mismo.

La frecuencia de lectura de las distintas secciones así como la opinión que le merece el tratamiento dado a las mismas constituye una parte esencial dentro de este bloque de preguntas.

La valoración ideológica del diario propio y ajeno son asimismo aspectos importantes a tener en cuenta en la ubicación relativa del periódico que, a nuestro entender, constituye un aspecto clave de la imagen que ofrece en el mercado.

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

2.2. Motivos para convertir su periódico en habitual

En el cuadro 2.1. se ha obtenido la valoración media (según un índice ponderado de la frecuencia con la que se ha puntuado cada aspecto del diario) de los motivos por los que los lectores de cada periódico se han convertido en habituales del mismo.

Mediante esta pregunta en que las preferencias debían clasificarse según una puntuación decreciente, se trataba de obtener una valoración global de la forma y contenido del periódico, siendo sustancialmente diferente de aquélla en que se preguntaba a los entrevistados acerca del tratamiento dado a secciones concretas (apartado 2.5).

La clasificación de los motivos para el total de la muestra, según un orden de importancia decreciente, ha dado el siguiente resultado:

- objetividad	3,9
- fácil lectura	3,8
- amplitud de contenidos	3,7
- profundidad de contenidos	3,6
- presentación de contenidos	3,4

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

- orientación ideológica	3,4
- formato	3,3
- presentación gráfica	3,2

Esta misma gradación de las puntuaciones se mantiene con leves variaciones en todos los periódicos. La amplitud de contenidos y la facilidad de lectura son los motivos más valorados entre los lectores de La Vanguardia. En los demás periódicos, el primer lugar lo ocupa la objetividad, seguido por profundidad -en El Periódico y El País- o por la fácil lectura -Avui-.

Puede afirmarse que, en general, los motivos de fondo predominan sobre los de forma para inducir a la compra habitual de un periódico. El formato, la presentación, juegan un papel secundario, en tanto que la orientación ideológica no se antepone a ninguno de estos aspectos entre los lectores de La Vanguardia, pero sí lo hace entre el público de los 3 restantes.

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

2.3. Antigüedad de los lectores habituales

Al haberse centrado la encuesta en periódicos que, con excepción de La Vanguardia, han tenido una aparición relativamente reciente en el mercado, resulta imposible establecer comparaciones entre los lectores con más de 5 años de antigüedad, fecha aproximada de aparición de los tres restantes.

La adscripción a un periódico en los últimos 5 años se ha desglosado por intervalos de 1 año (cuadro 2.2) mientras que para una antigüedad superior, como es el caso de La Vanguardia, se han mantenido intervalos de 5 años.

Señalemos que en las respuestas de los encuestados se produce una acumulación en los años terminados en cero, por la tendencia a dar una cifra redondeada ante la dificultad de memorizar con exactitud una fecha determinada.

Los intervalos de 6 a 10 años y de 16 a 20 se hallan por este motivo inflados. No obstante, otros factores pueden haber motivado que un 25% de sus lectores se adscribieran a La Vanguardia entre 1971 y 1975.

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

Por una parte, hacia la década de los 70 se produce la llegada masiva de un numeroso grupo de población nacido en la posguerra, que por primera vez accede a la lectura de prensa.

Por otra parte, el inicio de cierto aperturismo político revitalizó el sector, creando incentivos a la aparición de nuevos diarios y a la captación de nuevos lectores.

Hechas estas consideraciones, referidas en concreto a La Vanguardia, observamos que cada periódico ha conocido su momento de auge en un periódico determinado, no coincidente con el de los demás periódicos, que para La Vanguardia podría ser el ya comentado de 1971-1975.

Más de un 40% de los lectores de El Periódico son habituales del mismo desde 1979. En el último año, el número de nuevos lectores ha sufrido un descenso respecto a la de 1978, año de su aparición.

Avui conoció su aumento de auge en 1977, año en que se hicieron habituales del mismo una tercera parte del total de lectores. Desde entonces, las ventas parecen haberse

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

estabilizado, tras un ligero descenso que se produjo en el tercer año de su aparición.

El País pudo recoger en 1979 los lectores de diarios que desaparecieron en aquella época. Podría explicarse así el salto de 18,3% a 36,7% entre 2 años consecutivos. La espectacularidad del salto que se había producido entre 1978 y 1979 se ha visto relativizada posteriormente con un descenso en el pasado año, aunque parece proseguir la tendencia al alza.

Salvo leves fluctuaciones, La Vanguardia mantiene la regularidad y estabilidad que la caracterizan en tantos otros aspectos, en la captación de nuevos lectores. Es lógico que esta estabilidad no sea igualada por los demás periódicos muchos menos consolidados en el mercado. Debería comprobarse si el número de bajas se mantiene en esta misma proporción o si existen diferencias sustantivas y de qué signo, antes de poder aventurar afirmaciones sobre los aspectos positivos o negativos de esta regularidad.

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

2.4. Frecuencia de lectura de las distintas secciones

En el cuadro 2.3 se expresa la frecuencia en la lectura de las secciones del periódico habitual por parte de los lectores.

Para los lectores de La Vanguardia, las secciones que merecen mayor atención, y que por tanto son leídas siempre para la mayoría de ellos, son las siguientes:

Catalunya	68%
Estatat	65%
Local	64%
Internacional	57%
Sucesos	52%

Con un nivel intermedio de lectura -son leídas siempre por el 40-50% de los lectores- se encuentran las secciones: Deportes (48%), Laboral (41%) y Pasatiempos (40%).

El resto de las secciones son leídas siempre por menos del 35% de los lectores, siendo la menos leída Religión

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

(21%). Cabe señalar que la sección Editorial sólo es leída siempre por el 35% de los lectores, mientras que el mismo porcentaje la lee a veces.

Para los lectores de El Periódico, las secciones que gozan de mayor audiencia y por tanto se leen siempre, son:

Catalunya	70%
Estatat	68%
Local	66%
Internacional	61%
Laboral	54%

Un interés intermedio tienen, para el conjunto de sus lectores, las siguientes secciones: Deportes (47%), Editorial (46%) y Sucesos (42%).

El resto de secciones son leídas siempre por menos del 40% de los lectores, siendo la menos leída Religión (13%).

Las secciones que los lectores de Avui leen con mayor frecuencia son:

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

Catalunya	88%
Local	82%
Estatal	71%
Internacional	67%
Laboral	63%
Editorial	54%

Debe notarse, también, que un importante porcentaje de lectores (entre 40-50%) leen frecuentemente secciones tales como: Cultura (47%) y Deportes (45%).

Por debajo del 35%, se encuentran secciones como, Religión (24%) y Sucesos (33%).

Finalmente, en cuanto a El País, hay que señalar que la mayoría de secciones del periódico son leídas siempre por más del 60% de sus lectores, siendo las más leídas:

Internacional	74%
Catalunya	74%
Estatal	74%
Laboral	66%

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

Las menos leídas son Religión (25%), Sucesos y Pasatiempos (43%). No es de extrañar la poca audiencia de que gozan para los lectores, secciones como Cartelera, Deportes, Ofertas y Demandas, ya que la información contenida en dichas secciones va dirigida fundamentalmente al lector madrileño, y lógicamente suscita poco interés para el lector residente en Catalunya.

Concluiremos destacando aquellos rasgos comunes a los respectivos lectorados. Así, las secciones más leídas por los lectores de prensa son:

Catalunya
Estatat
Local
Internacional
Laboral
Editorial

Las secciones que despiertan entre los lectores un interés intermedio son: Deportes, Sucesos, Pasatiempos y Cultura.

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

Las menos leídas por el conjunto de lectores son:
Religión, Anuncios, Ofertas y Demandas.

No obstante, debe advertirse que, para estas tres últimas secciones, hay un porcentaje apreciable de lectores que las leen a veces, posiblemente en función de las necesidades del lector: ocio (Cartelera), trabajo y vivienda (Oferta y Demandas), consumo (Anuncios).

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

2.5. Valoración del tratamiento dado a las secciones

En el cuadro 2.4 figura la valoración que hacen los lectores de las secciones del periódico habitual.

Los lectores de La Vanguardia, consideran en general bien tratadas la mayoría de las secciones con que cuenta el periódico. Para más del 60% de ellos, las secciones mejor tratadas son:

Internacional	65%
Estatat	64%
Catalunya	63%
Cartelera	61%
Sucesos	60%

Con un nivel medio de aceptación se encuentran secciones como: local (57%), Cultura (54%) y Pasatiempos (50%).

Destaquemos también la buena acogida que despiertan las secciones de Ofertas y Demandas y Anuncios.

Las secciones menos valoradas por los lectores son:

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

Deportes	45%
Laboral	44%
Religi6n	32%

Para los lectores de El Peri6dico las secciones mejor tratadas en su diario son:

Internacional	66%
Catalunya	65%
Estatal	63%

Con un nivel de aceptaci6n menor, pero importante se encuentran las secciones siguientes: Cartelera (58%), Local (58%), Editorial (54%), Sucesos (51%) y Cultura (50%).

Las secciones con menor porcentaje de aceptaci6n por parte de los lectores son:

Deportes	44%
Laboral	44%
Economia	40%
Religi6n	13%

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

A diferencia de los lectores de La Vanguardia, es considerado insuficiente el tratamiento que da el diario a las secciones: Ofertas y Demandas y Anuncios.

Para la mayor parte de los lectores de Avui, sólo hay algunas secciones bien tratadas. Estas son:

Catalunya	91%
Local	74%
Editorial	63%

Las secciones con un índice de aceptación intermedio son: Cultura (52%), Internacional (49%), Estatal (45%).

El resto de secciones se consideran tratadas sólo regularmente, siendo las peor tratadas:

Economía	37%
Sucesos	37%
Deportes	36%
Religión	31%

Nótese asimismo, que los lectores de Avui consideran mal tratadas por su diario las secciones de Anuncios y de Ofertas y Demandas.

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

También la mayor parte de los lectores de El País, sólo encuentran bien tratadas algunas de sus secciones. Destacan en este sentido las siguientes:

Internacional	74%
Estatal	69%
Economía	55%

Con un nivel intermedio de aceptación se encuentran las secciones: Editorial, Laboral y Cultura (46%).

El resto de secciones tienen una valoración poco favorable, ya que si bien hemos de exceptuar aquellas que son más específicas para el lector madrileño, no se consideran bien tratadas secciones que van dirigidas a un lectorado más amplio, como:

Catalunya	25%
Sucesos	23%

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

Señalemos en este sentido, que para un tercio de los lectores de El País, la información referente a Catalunya está mal tratada, mientras que para otro tercio, lo está sólo regularmente.

Podemos concluir que en general las secciones de La Vanguardia y El Periódico a juicio de sus lectores, aparecen bastante bien tratadas, aunque alguna debería mejorar, mientras que para los lectores de Avui y El País, sólo algunas de sus secciones merecen su aprobación. Para Avui son las secciones referente a Catalunya y Local; para el País, Internacional y Estatal. Podría deducirse que estos periódicos tienen, para sus lectores, un carácter de diario especializado en temas específicos, y donde el lector busca complementar y profundizar su interés informativo por dichos temas.

Cabe añadir también que parece desprenderse una diversa actitud entre lectores de Avui y El País, por un lado, y lectores de los restantes periódicos. Para los primeros, su lector se constituye en juez más riguroso y discrimina con mayor detalle entre las diversas secciones;

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

para los segundos, el veredicto es en general más benévolo y más global. Tal vez deba ponerse en relación este dato con el perfil sociológico de los lectores respectivos y su diverso grado de instrucción y estudios, más elevado en los primeros -Avui y El País- que en los segundos -La Vanguardia y El Periódico-.

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

2.6. Periódico preferido en segundo lugar

En el cuadro 2.5 se analizan las segundas preferencias entre los habituales de un periódico.

Puede decirse que, en general, los espacios ocupados por los cuatro rotativos se yuxtaponen. O lo que es lo mismo, tienen un bajo grado de sustituibilidad entre sí, ya que pocos lectores -el porcentaje es considerablemente bajo en La Vanguardia y El Periódico- cuentan entre sus segundas preferencias a alguno de los tres restantes.

La mayor compatibilidad la demuestran La Vanguardia y El Periódico: aproximadamente la misma proporción de sus lectores tienen al otro en segundo lugar entre sus preferencias. La simpatía por los restantes periódicos sufre en cambio alteraciones importantes. Avui tiene el doble de partidarios que El País entre los asiduos de La Vanguardia. Entre los de El Periódico, es El País quien supera ampliamente a Avui.

Recíprocamente, los habituales de Avui optan también por La Vanguardia como segundo periódico -casi en su cuarta parte- y solo un 5,8% hacen por El País.

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

Entre los lectores de El País goza de gran aceptación El Periódico (38,5%). No manifiestan preferencia por ninguno de los dos restantes, que quedan igualadas a considerable distancia de éste, con un 7,7%.

En resumen, La Vanguardia y El Periódico manifiestan cierto grado de sustituibilidad. En contrapartida son mayoritariamente preferidos en segundo lugar por los lectores de Avui y El País respectivamente, considerados como su complemento.

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

2.7. Valoración global del Periódico

En los cuadros 2.6 (en detalle) y 2.7 (resumen), se expresa la valoración que hacen los lectores de su periódico habitual según una serie de características.

Antes de hacer el análisis de esta pregunta creemos necesario hacer tres consideraciones previas. En primer lugar, en el cuadro-resumen los porcentajes de Si corresponden a la suma de los de "mucho" y "bastante", los de No a la suma de los de "poco" y "nada" del cuadro 2.6, ya que hemos considerado que en los dos primeros epígrafes el lector mostraba una opinión positiva, mientras en los otros dos, su opinión era negativa. En segundo lugar, debe advertirse que no figuran los porcentajes de "no contesta", con el objeto de no hacer excesivamente densos dichos cuadros. Finalmente, en el comentario nos referiremos al cuadro-resumen, para simplificar la exposición.

Para los lectores de La Vanguardia, las características más definidas del diario son para más de los dos tercios de sus lectores:

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

Lenguaje claro	77%
Agilidad	70%
Autenticidad de noticias	68%
Amenidad	68%

También existe una mayoría de lectores (entre el 50 y el 60%) que define el periódico como:

Objetivo	60%
Conservador	60%
No sensacionalista	57%
Rápido de leer	54%
No Catalanista	50%

Por contra, hay unas características que provocan división de opiniones con apreciables porcentajes de abstención al valorarlas. Se refieren a características tales como:

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

Independiente	47%
Secciones para todos	46%
Abierto a todas las ideologías	38%

En cuanto a El Periódico, las características más re conocidas por más de los dos tercios de sus lectores son:

Lenguaje claro	88%
Rápido de leer	88%
Agil	86%
Autenticidad noticias	77%
Objetivo	73%
Independiente	67%

Entre el 50-60% de sus lectores existe coincidencia en caracterizarlo como:

No conservador	62%
No catalanista	61%
Abierto a todas ideologías	55%
Sensacionalista	54%

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

Al igual que para los lectores de La Vanguardia, donde las opiniones se dividen es al considerar si El Periódico contiene "secciones para todos".

Para los lectores de Avui, la mayoría de las características son valoradas casi unánimemente por mas de las tres cuartas partes de sus adictos. Citaremos sólo las que superan el 80%:

Catalanista	89%
Autenticidad noticas	82%
Lenguaje claro	82%
No Sensacionalista	80%

También, para más del 60% de sus lectores, es un diario:

No conservador	65%
Abierto a todas ideologias	63%

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

En cambio, se encuentran divididas las opiniones de los lectores de Avui respecto a si en el periódico se encuentran "Secciones para todos", inclinándose ligeramente a contestar negativamente a este tema.

Las características más acusadas de El País, para más de las tres cuartas partes de sus lectores, son las siguientes:

No catalanista	87%
Lenguaje claro	79%
Autenticidad noticias	79%
Agil	79%

En cambio, la división de opiniones entre los lectores se localiza en las características: "Rápido de leer" y "Secciones para todos".

Como conclusiones generales, podríamos destacar las características comunes de los cuatro periódicos en que coinciden los respectivos lectorados. Para éstos, tienen como principales características las de ser:

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

Ameno

Agil

Objetivo

Lenguaje claro

Autenticidad de noticias

Existe coincidencia entre los lectores de Avui, El Periódico y El País en definirlos también como:

Independientes

No Conservadores

Para los lectores de Avui, El País y La Vanguardia, también es característica común el considerarlos como:

No sensacionalistas

Por el contrario, las características que, en todos ellos, produce mayor división de opiniones son el desacuerdo en si los periódicos dedican "Secciones para todos" y en si están "Abiertos a todas las ideologías".

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

2.8 Valoración ideológica del periódico habitual y de los no habituales

La valoración ideológica de cada periódico se ha desglosado en dos cuadros distintos: en el 2.8 aparece la valoración que los lectores realizan de su periódico habitual, mientras en el 2.9 se recoge la valoración que realizan de otros periódicos.

a) Valoración ideológica del periódico habitual

La Vanguardia es el único periodico en el que el calificativo de centro-derecha se antepone a los demás, con un porcentaje superior en más del doble (38%) al que le sigue inmediatamente (centro:17%). Es considerado de derechas por un número relativamente alto de sus habituales, posición que en los demás periódicos alcanza cotas muy bajas.

En los tres restantes, el centro y el centro-izquierda son las dos valoraciones que se sitúan en cabeza, seguidas por la de "izquierda" en el caso del Periódico (igualando el porcentaje de quienes lo consideran de centro-derecha), y por la de "centro-derecha" para El País y Avui.

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

Ordenando las distintas valoraciones de cada periódico según su importancia cuantitativa, obtenemos el siguiente cuadro:

<u>La Vanguardia</u>		<u>El Periódico</u>	
Centro-derecha	38%	Centro	33%
Centro	17%	Centro-izquierda	31%
Derecha	14%	Izquierda	9%
<u>Avui</u>		<u>El País</u>	
Centro	33%	Centro-izquierda	33%
Centro-izquierda	26%	Centro	23%
Centro-derecha	13%	Centro-derecha	18%

La Vanguardia aparece claramente desplazada hacia la derecha en las valoraciones que hacen de ella sus habituales.

En el extremo opuesto se situa El Periódico, para el cual el calificativo de izquierda es, proporcionalmente superior a la de cualquier otro.

Podría decirse que El País y Avui comparten una imagen situada entre las que se atribuye a La Vanguardia por un lado y al Periódico por otro.

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

b) Valoración ideológica de los periódicos no habituales

Como observaciones generales, podemos advertir que aumenta el grado de no opinión con la disminución de difusión del diario sobre el que se pregunta. La mayoría de los opinantes sitúan a los periódicos no habituales en la zona de "centro", con la excepción de La Vanguardia, que es situada predominantemente en la zona de centro-derecha y derecha.

Por lo que se refiere al juicio de los lectores de La Vanguardia, consideran que las restantes publicaciones se sitúan en el "centro" y "centro-izquierda". Es notable el grado elevado de lectores que no se pronuncia -¿por desconocimiento? ¿por falta de interés?- sobre otros diarios, especialmente por los más recientes.

Para los lectores de El Periódico, se sitúan en "centro" y "centro-derecha" La Vanguardia y Avui, mientras que El País es colocado en el "centro-izquierda". Son pocos los que no tienen opinión sobre La Vanguardia, mientras que Avui y El País reciben porcentajes parecidos de "no sabe-no contesta".

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

Entre los lectores del Avui, se considera a los demás diarios como de centro y "centro-izquierda", con la excepción de La Vanguardia, que colocan en la derecha-centro-derecha".

Para los lectores habituales de El País, predominan las valoraciones de centro-derecha y derecha cuando se refieren a La Vanguardia y Avui, mientras que El Periódico queda situado hacia el centro y centro-derecha. Son los lectores que más a la derecha sitúan a las demás publicaciones.

La opinión política acerca del propio diario no siempre coincide pues con lo que piensan de él los lectores "ajenos". Para El Periódico y El País, ambas son aproximadamente coincidentes, moviéndose entre el centro y el centro-izquierda.

La Vanguardia es considerada claramente de derechas en contraposición al centro-derecha o centro en que la sitúan sus lectores. Algo parecido ocurre con Avui, al que lectores de otra prensa desplazan algo más hacia el centro-derecha, respecto a las posiciones de centro-izquierda

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

en que sus lectores se sienten situados.

En general, parece existir un rechazo de las valoraciones de derechas y una tendencia a considerar a los demás periódicos situados más a la derecha de lo que sus propios lectores creen.

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

Cuadro nº 2.1. MOTIVOS CONVERTIR PERIODICO EN HABITUAL

	Periódico habitual				
	La Vanguardia %	El Periódico %	Avui %	El País %	Total %
Formato	3,4	3,8	2,8	3,1	3,3
Presentación gráfica	3,2	3,4	3,0	3,6	3,2
Presentación contenidos	3,3	3,6	3,8	4,4	3,4
Profundidad contenidos	3,6	4,0	3,5	5,0	3,6
Objetividad contenidos	3,6	4,1	4,4	4,8	3,9
Amplitud contenidos	3,8	3,9	3,5	4,3	3,7
Fácil lectura	3,7	4,0	4,0	4,3	3,8
Orientación ideológica	3,3	3,7	3,3	3,6	3,4

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

Cuadro nº 2.2. ANTIGÜEDAD LECTORES HABITUALES

Años antigüedad	Periódico habitual			
	La Vanguardia %	El Periódico %	Avui %	El País %
1	5,2	22,9	16,2	23,6
2	5,0	43,6	15,2	36,7
3	3,9	32,3	20,8	18,3
4	5,2	-	33,6	5,2
5	5,2	-	11,6	10,2
6 -10	25,1	-	-	5,2
11-15	10,4	-	-	-
16-20	19,0	-	-	-
21 más	14,7	-	-	-
Total	100	100	100	100

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

Cuadro nº 2.3. FRECUENCIA DE LECTURA DE LAS DISTINTAS SECCIONES

Secciones	La Vanguardia				El Periódico			
	Siempre	a veces	casi nunca	NC	Siempre	a veces	casi nunca	NC
Editorial	35,4	35,3	10,2	18,3	46,2	33,5	3,5	16,3
Internacional	56,7	30,8	4,2	7,7	61,3	29,2	1,9	7,3
Catalunya	67,7	22,7	4,1	4,9	70,2	21,5	1,9	5,9
Estatal	65,3	25,6	3,8	4,4	68,2	22,5	1,6	6,9
Local	64,3	25,5	3,6	6,0	65,9	24,6	1,9	7,2
Economía	32,5	34,0	14,5	18,1	33,9	36,2	8,6	20,9
Laboral	41,4	38,6	8,9	10,2	53,6	33,2	4,2	8,6
Cartelera	34,3	42,3	12,8	10,0	38,8	40,1	7,9	12,6
Cultura	33,0	42,7	12,7	10,8	38,1	40,6	8,5	12,3
O-D Trabajo	31,1	32,0	25,0	11,3	20,8	32,5	23,0	23,2
O-D Vivienda	22,9	34,8	27,7	13,8	16,5	33,2	22,9	26,9
Anuncios	24,8	32,4	27,0	15,3	17,2	30,0	19,8	32,6
Religión	20,6	28,5	19,6	30,6	12,6	21,6	22,9	42,6
Deportes	47,7	24,1	11,7	15,6	46,9	23,2	13,5	15,9
Pasatiempos	39,9	36,4	9,8	13,3	35,6	38,5	10,5	14,9
Sucesos	52,1	33,7	5,9	7,7	41,8	34,5	7,9	14,9

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

Cuadro nº 2.3. FRECUENCIA DE LECTURA DE LAS DISTINTAS SECCIONES

	Avui				El País			
	Siempre	a veces	casi nunca	NC	Siempre	a veces	casi nunca	NC
Editorial	54,4	30,1	3,4	11,5	61,5	25,5	2,5	10,2
Internacional	67,2	25,4	1,1	5,7	74,2	25,6	-	-
Catalunya	88,3	6,9	-	4,5	74,2	15,2	-	10,1
Estatal	70,8	23,2	1,1	4,6	74,2	20,4	-	5,1
Local	82,5	8,0	2,3	6,8	53,6	25,5	10,1	10,1
Economía	37,1	30,1	12,7	19,6	58,8	28,5	5,1	7,6
Laboral	62,6	25,4	3,4	8,0	66,5	25,5	5,0	2,5
Cartelera	32,4	47,5	10,3	9,1	25,4	22,9	35,7	15,3
Cultura	47,5	39,3	3,4	9,1	61,5	15,3	5,0	17,9
O-D Trabajo	19,6	27,7	20,8	31,3	20,3	17,7	25,5	35,8
O-D Vivienda	19,5	26,6	20,8	32,4	20,3	17,7	25,5	35,8
Anuncios	19,5	25,3	19,6	34,8	20,3	15,2	25,5	38,3
Religión	24,3	26,6	18,4	30,1	25,3	12,8	25,5	35,8
Deportes	45,2	23,0	13,8	17,3	30,6	30,6	20,4	17,8
Pasatiempos	31,1	40,5	9,2	18,4	43,5	12,7	25,5	17,8
Sucesos	33,5	37,0	6,8	21,9	43,4	15,2	20,4	20,4

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

Cuadro nº 2.4 VALORACION DEL TRATAMIENTO DADO A LAS SECCIONES

	La Vanguardia			El Periódico			Avui			El País		
	B	R	M	B	R	M	B	R	M	B	R	M
Editorial	47,6	28,2	2,2	53,9	26,8	-	62,6	22,0	2,2	46,1	43,4	-
Internacional	65,1	23,7	1,2	65,9	24,6	0,3	48,6	40,6	3,4	74,3	23,0	2,5
Catalunya	62,8	27,8	2,2	65,2	26,5	1,9	90,6	4,6	-	25,5	28,1	33,3
Estatal	63,7	28,5	1,4	63,5	27,9	0,9	45,3	46,4	3,4	69,2	20,4	5,0
Local	57,2	32,1	1,9	57,6	34,2	0,6	74,3	18,5	-	33,2	35,7	17,8
Economía	47,5	26,5	2,6	40,2	32,6	2,9	37,1	37,1	2,3	56,3	30,6	-
Laboral	44,5	37,9	4,6	43,9	42,3	3,9	44,0	40,6	4,5	46,1	45,9	2,5
Cartelera	60,7	23,0	3,0	58,2	23,9	3,5	41,7	42,9	4,5	30,6	35,7	10,2
Cultura	53,6	30,7	1,9	50,5	31,9	4,2	12,2	35,8	1,1	46,0	35,8	-
O-D trabajo	63,1	17,1	3,7	20,9	32,9	14,9	9,2	30,1	18,4	5,0	33,1	17,8
O-D Viviendas	59,7	18,6	1,9	18,2	33,9	13,2	10,2	27,8	18,5	10,1	28,0	17,8
Anuncios	57,6	18,4	2,5	14,9	30,9	12,6	9,1	20,7	19,6	2,5	33,1	15,2
Religión	31,6	23,7	7,2	12,9	29,0	7,6	31,3	29,0	3,4	7,6	38,3	15,2
Deportes	45,0	31,8	3,6	44,2	34,2	1,3	35,9	40,5	-	28,1	38,3	10,1
Pasatiempos	49,6	32,1	2,4	45,2	35,9	0,9	40,5	34,7	3,4	33,2	30,7	12,7
Sucesos	60,5	28,5	1,7	50,8	30,2	1,9	37,0	33,6	4,5	22,9	46,0	10,1

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

PERIÓDICO PREFERIDO EN SEGUNDO LUGAR

Cuadro nº 2.5.

2ª Preferencia	Periódico habitual			
	La Vanguardia %	El Periódico %	Avui %	El País %
La Vanguardia	-	13,6	23,3	7,7
El Periódico	15,9	-	14,0	38,5
Avui	7,1	0,7	-	7,7
El País	3,5	5,0	5,8	-
Otros N C	73,4	80,7	58,0	46,2
Total	100	100	100	100

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

Cuadro nº 2.6 VALORACION GLOBAL DEL PERIODICO

Características	Valoración							
	La Vanguardia		El Periódico		Poco nada		Mucho Nada	
Ameno	Mucho	Bastante	Mucho	Bastante	Poco	nada	Poco	Nada
Independiente	15,7	52,0	32,8	54,1	20,3	1,5	5,6	0,9
Rápido de leer	9,3	37,3	13,6	53,4	23,3	5,0	12,9	0,6
Agil	14,7	39,3	33,2	54,8	32,2	4,3	5,9	0,3
Sensacionalista	14,9	55,5	30,2	55,8	15,4	0,5	5,6	-
Secciones para todos	6,0	20,8	22,9	31,5	39,5	17,2	28,9	7,6
Abierto todas ideologías	11,9	33,7	4,9	34,5	25,3	7,8	32,8	4,3
Conservador	7,1	31,2	9,3	45,5	28,4	6,0	20,9	2,3
Catalanista	16,2	43,6	3,9	17,9	14,9	1,7	41,5	20,3
Objetivo	4,0	20,8	3,6	19,6	41,3	9,1	46,1	14,9
Lenguaje claro	11,4	48,7	13,2	59,8	13,1	3,0	10,2	-
Autenticidad noticias	18,2	59,1	28,2	60,4	8,1	4,5	1,6	-
	18,0	50,5	14,6	62,4	4,5	1,0	2,6	-

% sobre lectores habituales

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

VALORACION GLOBAL DEL PERIODICO

Cuadro nº 2.6.

Características	Valoración							
	Avui				EL País			
	Mucho	Bastante	Poco	Nada	Mucho	Bastante	Poco	Nada
Ameno	18,6	58,1	13,9	3,4	10,2	58,9	17,9	5,1
Independiente	24,4	47,6	12,7	1,1	12,8	61,5	10,2	5,1
Rápido de leer	25,5	51,1	11,6	3,4	5,1	38,4	46,1	5,1
Agil	15,1	60,4	11,6	2,3	25,6	53,8	12,8	-
Sensacionalista	2,3	8,1	40,6	39,5	2,5	12,8	41,0	35,8
Secciones para todos	1,1	34,8	32,5	9,3	2,5	28,2	28,2	5,1
Abierto todas ideologías	16,2	46,5	13,9	5,8	17,9	33,3	25,6	5,1
Conservador	1,1	22,0	51,1	13,9	2,5	23,0	33,3	25,6
Catalanista	70,9	18,6	1,1	-	-	2,5	23,0	64,1
Objetivo	16,2	62,7	5,8	-	12,8	58,9	12,8	2,5
Lenguaje claro	25,5	56,9	10,4	-	23,0	56,4	5,1	2,5
Autenticidad noticias	26,7	55,8	2,3	-	23,0	56,4	2,5	2,5

* sobre lectores habituales

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

Cuadro nº 2.7 VALORACION GLOBAL DEL PERIODICO (resumen)

Características	Valoración periódico habitual							
	La Vanguardia		El Periódico		Avui		El País	
	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No
Ameno	67,7	21,8	86,9	6,7	76,7	17,4	69,1	23,0
Independiente	46,6	28,3	67,0	13,5	72,0	13,8	74,3	15,3
Rápido de leer	54,0	36,5	88,0	6,2	76,6	15,0	43,5	51,2
Agil	70,4	15,9	86,0	5,6	75,5	13,9	79,4	12,8
Sensacionalista	26,8	56,7	54,4	36,5	10,4	80,1	15,3	76,8
Secciones para todos	45,6	33,1	39,4	37,1	35,9	41,8	30,7	33,3
Abierto todas ideologías	38,3	34,4	54,8	23,2	62,7	19,7	51,2	30,7
Conservador	59,8	16,6	21,8	61,7	23,1	65,0	25,5	58,9
Catalanista	24,8	50,4	23,2	61,0	89,5	1,1	2,5	87,1
Objetivo	60,1	16,1	73,0	10,2	78,9	5,8	71,7	15,3
Lenguaje claro	77,3	8,8	88,6	1,6	82,4	10,4	79,4	7,6
Autenticidad noticias	68,5	5,5	77,0	2,6	82,5	2,3	79,4	5,0

* sobre lectores habituales

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

Cuadro nº 2.8 VALORACION IDEOLOGICA DEL PERIODICO HABITUAL

Lo consideran de	Lectores habituales de			
	La Vanguardia	El Periódico	Avui	El País
Izquierda	0,5	9,3	3,5	2,6
Centro-izquierda	0,8	30,9	25,6	33,3
Centro	17,2	32,9	32,6	23,1
Centro-derecha	38,0	8,3	12,8	17,9
Derecha	14,4	1,7	1,2	2,6
NS/NC y otros	27,1	16,9	22,1	20,5

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

CUADRO Nº 2.9 VALORACION IDEOLOGICA DEL PERIODICO NO HABITUAL

Opinan de otro periódico	La Vanguardia	Lectores habituales de El Periódico	Avui	El País
Izquierda		1	-	-
Centro-izquierda		1,3	-	2,3
Centro	-	6,0	10,5	7,7
Centro-derecha		23,9	30,2	61,5
Derecha		47,9	36,0	61,5
NS/NC		19	23,2	28,2
Vanguardia				
Izquierda	6,1		2,3	-
Centro-izquierda	16,5		25,6	10,3
Centro	18,2	-	16,3	25,6
Centro-derecha	6,1		8,1	23,1
Derecha	0,8		7,0	7,7
NS/NC	51,6		40,7	33,2
Periódico				

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

VALORACIÓN IDEOLÓGICA DEL PERIÓDICO NO HABITUAL

Cuadro nº 2.9

Opinan de otro periódico	Lectores habituales de			Avui	El País
	Vanguardia	Periódico			
Izquierda	3,0	2,6			-
Centro-izquierda	11,4	10,6			5,1
Centro	14,7	19,3		-	7,7
Centro-derecha	10,1	13,6			10,3
Derecha	2,0	8,0			25,6
NS/NC	58,5	45,7			50,3
Avui					
Izquierda	5,3	6,3		7,0	
Centro-izquierda	9,4	14,3		20,9	
Centro	13,2	20,9		19,8	
Centro-derecha	3,3	8,0		5,8	
Derecha	1,3	3,64		4,7	
NS/NC	67,1	46,8		40,7	
El País					
Izquierda					-
Centro-izquierda					
Centro					
Centro-derecha					
Derecha					
NS/NC					

3. Perfil sociològic de los lectores habituales.

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

3.1. Introducción

Como ya se ha dicho, el presente apartado constituye el eje central de la investigación.

En la definición de perfil sociológico hemos incluido las variables más típicamente utilizadas para la adscripción de los individuos a determinado status socio-demográfico, como son edad, sexo, nivel de estudios, y tipo de ocupación, juntamente con las relativas a religión, lugar de nacimiento y tendencia política, de indudable importancia para una mejor comprensión de las características del público lector.

Las variables correspondientes a edad, ocupación y estudios se analizan desde una doble vertiente: en primer lugar se estudia la composición de la población lectora de cada diario, desglosada por subgrupos o subcategorías (ya sean intervalos de edad, categorías socio-profesionales o nivel de estudios).

En segundo lugar, partiendo de la distribución de estas mismas subcategorías en el conjunto de la población muestral, se analiza cuál es la penetración de cada periódico en ellas.

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

Con ello, una correcta apreciación de la dinámica de nuestra sociedad permite avanzar hipótesis respecto a las posibilidades futuras de presencia de un periódico en el mercado, atendiendo a su implantación en sectores expansivos o recesivos.

Este doble enfoque se ha plasmado en dos tipos de cuadros a los que se han hecho corresponder otros tantos gráficos, a fin de conseguir una rápida síntesis visual de su contenido (gráficos 1 a 6). En ellos se ha asignado una trama distinta a cada periódico y a cada categoría demográfica, siempre que un número excesivo de las mismas no impidiera una fácil lectura. En tal caso se especifican las categorías (gráfico 5).

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

3.2. Edad

En la estructura por edades se ha sobrerrepresentado, como ya se ha dicho (vid. 3.1.), el tramo de edad en el que se da un mayor porcentaje de hábito de lectura de prensa, es decir, el intervalo comprendido entre los 35 y 54 años.

Tal modificación no afecta en lo sustancial al reparto por edades del total de la población. Veamos a título de ejemplo las cifras correspondientes al Padrón Municipal de 1975 para Barcelona-Ciudad (*), en el que hemos realizado un agrupación por edades igual a la utilizada en nuestro estudio, con la supresión de los menores de 18 años:

18-34	=	24,2%
35-54	=	26,7%
55 y más	=	22,5%

En esta distribución de la población real, el intervalo 35-54 es el que recoge un mayor porcentaje de población, seguido por el de 18-34 y finalmente por el de 55

(*) Fuente: "Características de la población española deducidas del Padrón Municipal de Habitantes".
Provincia de Barcelona.

I.N.E. Madrid, 1977.

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

y más, según el mismo orden, por tanto, que el de la población muestral.

a) Estructura de edades por periódico

En el cuadro 3.1 se da el porcentaje de lectores con que cuenta cada periódico en los distintos tramos de edad, calculado sobre el total de habituales. Corresponde al mismo el gráfico 1.

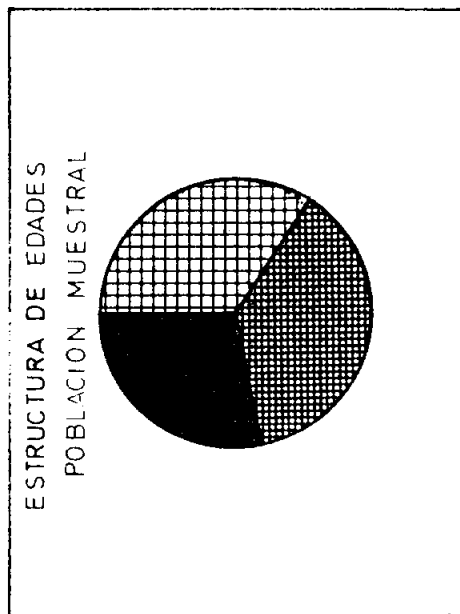
La estructura de edades más envejecida se da en La Vanguardia. Menos de una cuarta parte de sus lectores se hallan por debajo de los 35 años. En 77% restante se divide de forma aproximadamente igual entre los otros dos tramos de edades.

En El Periódico, el mayor peso relativo corresponde a lectores de 18-34 años (43,2%), que supera en más del doble a los de más de 55 años.

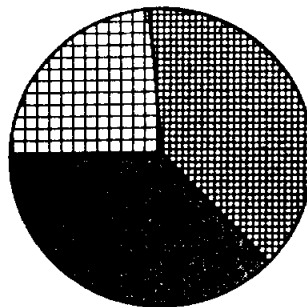
En Avui, la proporción de lectores se reparte de forma aproximadamente igual entre los tres intervalos de edades. En este sentido su composición resulta la más equilibrada de los periódicos analizados.

Finalmente, El País destaca por la juventud de su público. Algo más del 70% no ha cumplido los 35 años y no

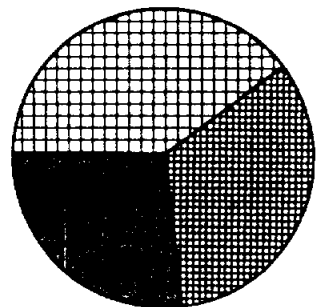
Gráfico 1. ESTRUCTURA DE EDADES POR PERIODICO



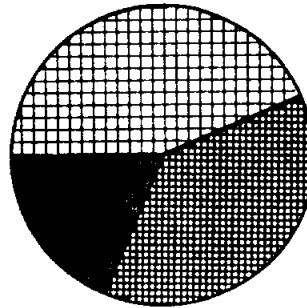
LA VANGUARDIA



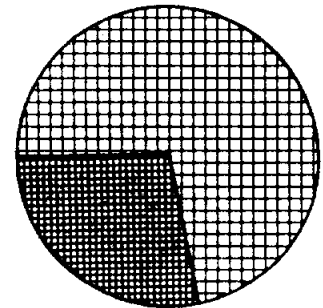
AVUI



EL PERIODICO



EL PAIS



18 - 34

35 - 54

55 y más

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

han aparecido entre la población encuestada lectores de más de 55 años. Aún admitiendo la intervención de factores casuales en este último hecho, no cabe duda que ofrece la estructura de edades más joven de los periódicos considerados.

b) Penetración en cada intervalo de edad.

Invirtiendo el cuadro anterior, obtenemos el 3.2, que permite ver el peso relativo de cada periódico en los distintos intervalos de edad y que ha sido igualmente sintetizado en el gráfico 2.

Frente a un reparto de la población muestral en el que predominan la de mediana edad y en el que los jóvenes (18-34) superan en algo más del 6% a la población más madura, los distintos diarios presentan como características más acusadas las siguientes:

La Vanguardia tienen una incidencia entre la población de 18 a 34 años (25%) sensiblemente inferior a la total (33%). Se mantiene aproximadamente igual entre el público de mediana edad y casi dobla a la que supera los 55 años.

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

El Periódico disminuye su presencia a medida que aumenta la edad media de la población. De 36% pasa a 19% en el último tramo de edades.

Avui mantiene una participación muy igualada en los tres intervalos de edad, ligeramente superior en el primero de ellos (9,5% frente a un 7%).

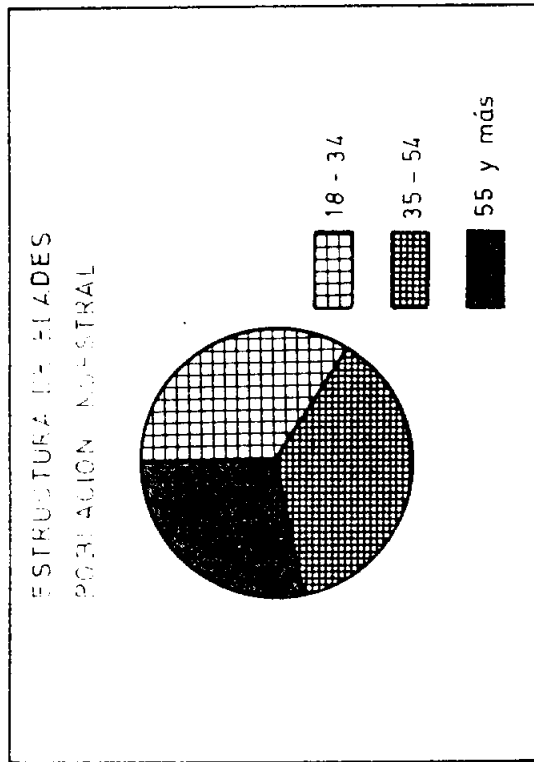
El País incide de forma destacada en la población joven (7,8%), pierde fuerza entre los lectores de 35 a 55 y desaparece entre los de más de 55 años.

Sintetizando, podríamos afirmar que la presencia de La Vanguardia y El Periódico se produce en segmentos de la población contrapuestos en lo que a edad se refiere. Por su parte, Avui se situa en penúltimo lugar en cuanto a captación del lector joven, mientras que El País sigue una tónica peculiar de absoluta no intervención entre la población de más edad.

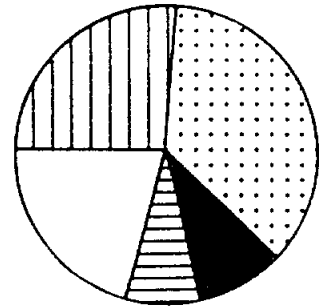
Concretándonos al caso de La Vanguardia, no deja de ser sintomático que a pesar de su fuerte intervención en la configuración de la muestra general, dada su alta participación en el mercado se destaque por su peso entre la población más madura.

Indiquemos al respecto que las previsiones demográfi-

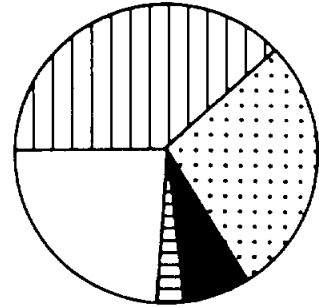
Gráfico 2. PENETRACION DE LOS PERIODICOS EN CADA INTERVALO DE EDAD



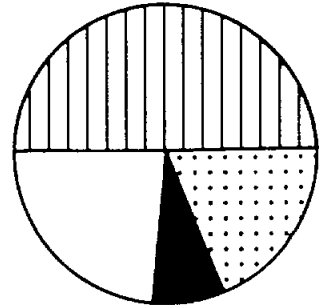
18 - 34



35 - 54



55 y más



LA VANGUARDIA

EL PERIODICO

AVUI

OTROS

EL PAIS

OTROS

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

cas para los próximos años apuntan a un progresivo envejecimiento de la pirámide de edades, tanto para Barcelona como para su área metropolitana. Según estudios recientes al respecto, este envejecimiento podría traducirse en que para 1990 casi un 30% de la población tendría más de 55 años. Entre 35 y 54 se acumularía un 25% de la misma y un 21% en el de 20-34.

La incidencia futura de cada rotativo en los distintos intervalos de edad es de difícil predicción por tratarse de un mercado poco consolidado, con excepción de La Vanguardia. Queda planteado como principal interrogante si ante una línea ideológica coherente y continuada, el público se mantiene fiel a su periódico con el transcurso del tiempo o bien si se produce un transvase hacia otros periódicos a medida que la edad hace variar los gustos personales del lector.

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

3.3. Estado civil y sexo

En la clasificación según estado civil (cuadro 3.3), se da un elevado porcentaje de casados (68,5%) consecuencia directa de la sobrerrepresentación de la segunda edad en la muestra.

El País difiere notablemente de la estructura de la población muestral, al superar el número de solteros al de casados, hecho que cabe relacionar con la juventud del consumidor habitual de este periódico, a la que ya hemos aludido. Los restantes periódicos en cambio presentan pocas variantes, en especial El Periódico y Avui que se mantienen dentro de una tónica parecida.

La variable edad puede también explicar en el caso de La Vanguardia, unos porcentajes más altos de casados y de viudos.

Respecto al sexo, en la muestra poblacional se ha representado según la proporción de dos hombres por cada mujer encuestada (vid. parte I, 3.1), ya que el número de lectores de prensa es superior entre la población masculina.

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

La Vanguardia y El País presentan una proporción de mujeres significativamente superior a la media, coherente con el cuadro de ocupación profesional de sus lectores (vid. 3.6), tanto por lo que se refiere a presencia de amas de casa, como a población estudiantil.

Avui y El Periódico, por su parte, mantienen en este aspecto cierto paralelismo. Destaquemos que no parece producirse una mayor inclinación a leer el diario por parte de la población femenina en un contexto de alta cualificación profesional, como corresponde al público de Avui, cuando ésta no va asociada con la juventud.

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

3.4. Hijos que viven en la misma casa

En el cuadro 3.4 figura el número de hijos que viven en la misma casa.

En primer lugar hay que destacar el equilibrio entre los periódicos respecto el número de hijos. Predominan los lectores que tienen dos hijos, siguiendo a continuación los que tienen uno. La proporción es parecida entre los periódicos, si bien más equilibrada entre los lectores de El Periódico.

A partir de tres hijos, los porcentajes se reducen muy considerablemente siendo superiores entre los lectores de La Vanguardia.

Es de destacar, que el 68% de los lectores de El País no tienen hijos, mientras que en el resto de periódicos el porcentaje es bastante equilibrado. La razón estriba en el alto porcentaje de lectores jóvenes, de estado civil solteros, con que cuenta el periódico madrileño.

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

3.5. Nivel de estudios

a) Nivel de estudios y su distribución por edades

En el cuadro 3.5 se refleja el nivel de estudios de los lectores de cada periódico y su desglose por edades, variable que en cierta medida podemos considerar condicionante de la primera. En efecto, el acceso a niveles educativos superiores se ha producido de forma masiva en los últimos 15-20 años. Ello explica los porcentajes considerablemente más altos de graduados medios y superiores entre la población joven (18-34).

De la estructura de edades de cada periódico puede pues inferirse en gran medida el nivel de estudios de su población lectora.

En el gráfico 3 recogemos los datos del cuadro 3.5. La característica principal de los lectores de La Vanguardia es su bajo nivel de estudios (hasta primarios), dado que ha accedido tan sólo a este nivel cerca del 58%. Un 26% tiene un nivel de estudios medio (formación profesional, bachillerato elemental y superior), mientras

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

que sólo un 13% ha accedido estudios superiores (grado me-
dio y superior).

Recordemos que la estructura de edades de quienes leen La Vanguardia es inversa respecto a los demás rotativos, por su bajo porcentaje de lectores jóvenes y uno muy alto de 55 o más años. La relación existente entre edad y nivel de estudios se confirma plenamente en este caso: del 58% con estudios primarios, más de la mitad pertenecen a este último intervalo de edad, proporción no igualada en ningún otro periódico.

En cuanto a El Periódico, aunque predominan los lectores con un bajo nivel de estudios, su porcentaje -44%- es bastante inferior a los de La Vanguardia. En cambio abundan más los que tienen estudios medios (35%) y superiores (19%).

Entre los lectores de Avui predominan los estudios superiores (casi el 40%). Como hecho diferencial señalamos que es relativamente altos el porcentaje de población madura que ha accedido a los mismos (7%). Los estudios de nivel bajo representan el 34%, muy inferior a los de La Vanguardia.

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

Entre los lectores de El País destaca el alto porcentaje de estudios superiores (casi el 50%) y medios (37%), siendo irrelevante el de bajo nivel de instrucción (10%).

En resumen, podemos apreciar:

- predominio de lectores con bajo nivel de estudios:
La Vanguardia y El Periódico.
- preponderancia de lectores con nivel de estudios medios: El País y El Periódico.
- presencia destacada de lectores con estudios superiores: Avui y El País.

b) Penetración de los periódicos en cada nivel de estudios

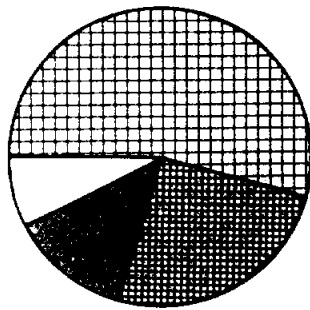
El cuadro 3.6 se ha obtenido invirtiendo el 3.5 y realizando tan sólo tres grandes agrupaciones (x) y se corresponde con el gráfico 4.

Si bien las conclusiones a que nos permite llegar no difieren de las que acabamos de exponer, permiten introducir nuevos matices.

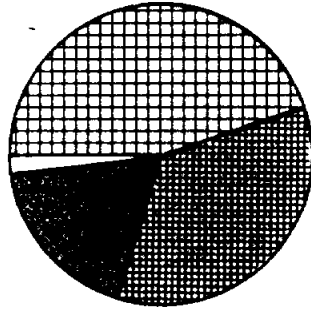
- (x) En "estudios medios" se incluye formación profesional, bachillerato elemental y superior. En "superiores" los de grado medio y superior.

Gráfico 3. NIVEL DE ESTUDIOS DE LOS LECTORES DE CADA PERIODICO

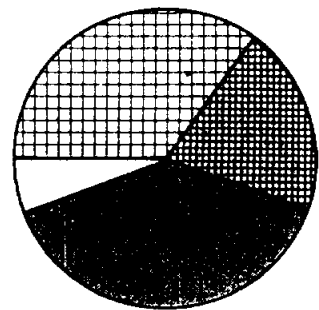
LA VANGUARDIA



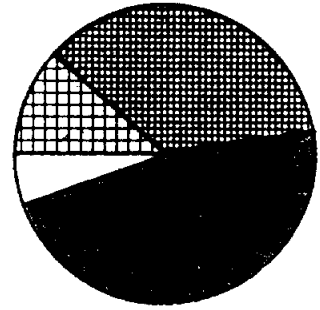
EL PERIODICO



AVUI



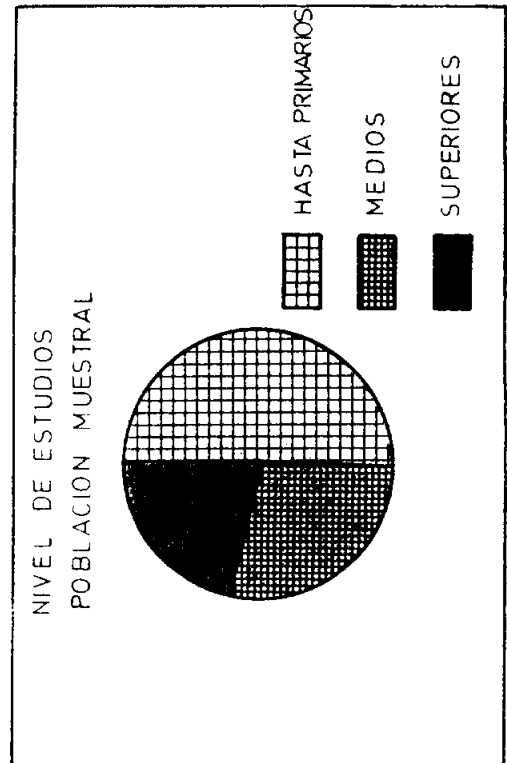
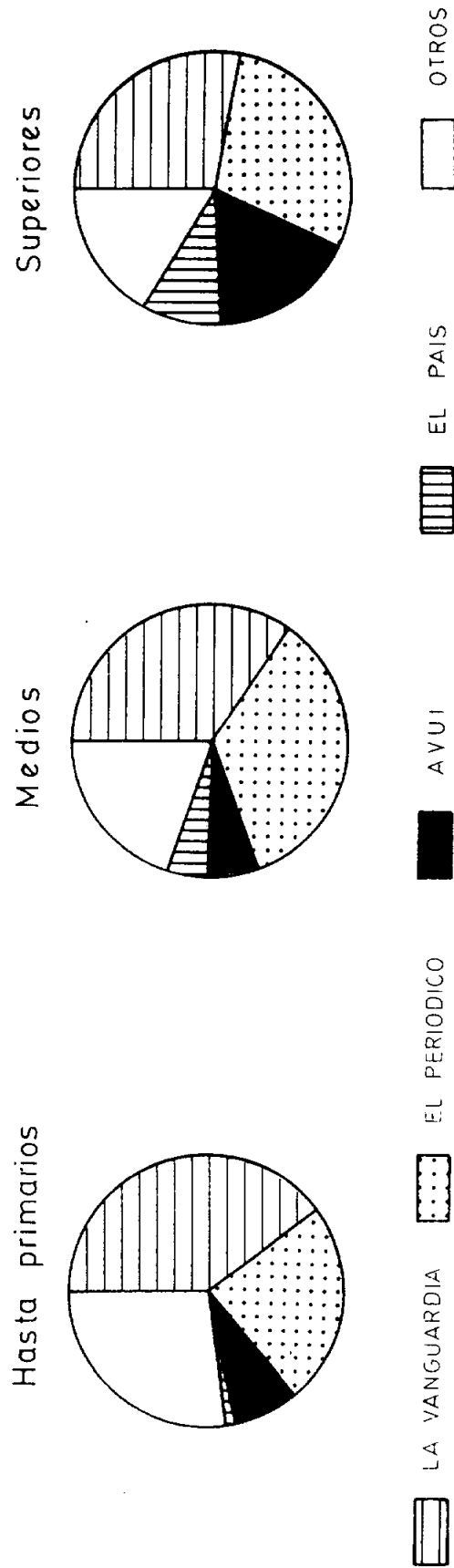
EL PAIS



Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

En el gráfico se observa claramente cómo a partir de un predominio absoluto de La Vanguardia en el primer círculo, "hasta primarios", los demás periódicos van ganando progresivamente terreno a medida que aumenta el nivel educativo. En "estudios medios" es aventajado ya por El Periódico, pero ambos se reparten mayoritariamente el mercado. La situación cambia sustancialmente en "estudios superiores", en que los sectores del círculo aparecen mucho más igualados. El Periódico mantiene en este último nivel el predominio sobre La Vanguardia.

Grafico 4. PENETRACION DE LOS PERIODICOS EN CADA NIVEL DE ESTUDIOS



Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

3.6 Ocupación actividad

En los dos cuadros que siguen se analiza la estructura ocupacional del público de cada periódico. En el primero (3.7), se da una clasificación de la población entre activa y no activa, subdividida esta última en "jubilados", "estudiantes" y "sus labores". En el cuadro siguientes (3.8), la población que trabaja aparece desglosada por categorías profesionales. No se han incluido los parados, -por lo que no puede decirse que el cuadro se refiera propiamente a la población activa-, puesto que esta categoría requeriría en sí misma una subdivisión atendiendo al tipo de ocupación que se hubiera desempeñado anteriormente. Los porcentajes aparecen pues calculados sobre el total de la población lectora que se halla actualmente empleada.

a) Población activa y no activa (cuadro 3.7)

El número de no activos alcanza cifras parecidas entre los lectores de La Vanguardia y Avui, por una parte, y los de El Periódico y El País por otra. En el desglose por categorías no activas cada rotativo aparece con unas características diferenciadas, que nos remite al perfil

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

sociològic general de los distintos pùblicos.

En La Vanguardia tienen un peso comparativamente importante "sus labores" y "jubilados", mientras que el de "estudiantes" da un porcentaje inferior al de los restantes diarios analizados.

En El Periòdico todas las categorías se hallan muy igualadas, mientras que en Avui domina la de "jubilados", (15,9%) equiparándose a La Vanguardia, de la que en cambio se distingue por un mayor porcentaje de "estudiantes", y menor de "sus labores".

b) Estructura ocupacional por periòdico

En el cuadro 3.8 se ha desglosado el total de la población laboral por categorías profesionales y a partir del mismo se ha elaborado el gráfico 5. De forma simplificada, puede resumirse como sigue, haciendo dos grandes agrupaciones según se trate de directivos y profesionales o bien de lo que denominamos profesiones no cualificadas (x):

(x) En "directivos y profesionales" se incluye: propietarios, empresarios (industriales o agrícolas, de los que sólo ha aparecido uno en la muestra), directivos y cuadros medios. En profesiones no cualificadas: empleados y vendedores, obreros cualificados y no cualificados.

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

	La Vanguardia	El Periódico	Avui	El País
Directivos y profesionales	37%	30,1%	55,5%	62,5%
Profesiones no cualificadas	63%	69,9%	44,5%	29,2%

Se observa como El País destaca notablemente por una composición social de sus lectores muy cualificada. Avui, que en este aspecto es el que más se le parece, queda considerablemente distanciado, al igual que ocurre con La Vanguardia, tan solo un 7% por encima de El Periódico, que ocupa el último lugar.

Analizando con mayor detalle el cuadro 3.8 constatamos que en La Vanguardia predominan los propietarios y empresarios dentro del primer grupo, en tanto en los demás diarios es siempre superior el porcentaje de profesiones liberales (por muy poco margen en El Periódico y de forma contundente en El País).

En el segundo subgrupo, "obreros cualificados" es la categoría dominante en La Vanguardia y El Periódico, mientras la de "empleados y vendedores" lo es en Avui y El País.

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

Puede sorprender que sectores sociales contrapuestos -propietarios y empresarios de un lado y obreros cualificados de otro-, mantengan una presencia tan igualada entre el público de La Vanguardia. Podría relacionarse este factor con la buena acogida que tienen en este periódico secciones como oferta-demanda de trabajo y vivienda, anuncios (vid. cuadro 2.4), mucho mejor valoradas en éste que en otros y susceptibles por sí mismas de mantener una amplia base de lectores.

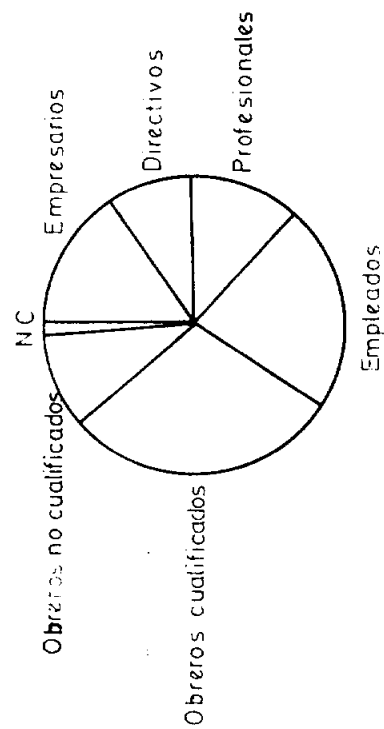
c) Penetración de cada periódico en las distintas categorías profesionales

Tomando como base el reparto entre la población muestral por categorías profesionales, se ha elaborado el cuadro 3.9 en el que los porcentajes del 3.8 han sido calculados horizontalmente, sobre el total de cada categoría profesional. Los resultados se recogen en el gráfico 6.

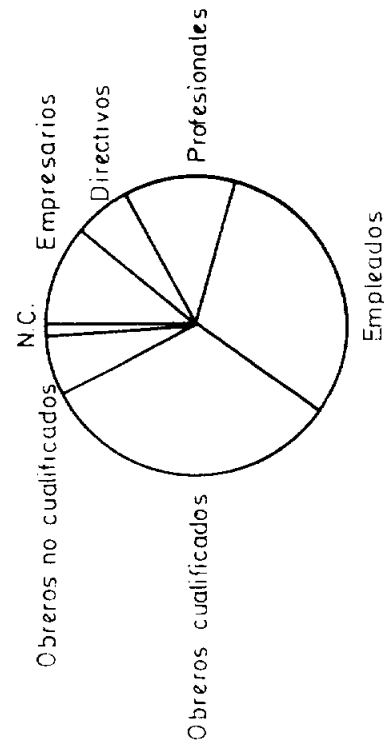
Con ello puede apreciarse la incidencia de cada diario en los distintos grupos profesionales y valorar su implantación en el mercado en base a la importancia relativa de cada grupo social en el total de la muestra.

Gráfico 5. ESTRUCTURA OCUPACIONAL POR PERIODICO

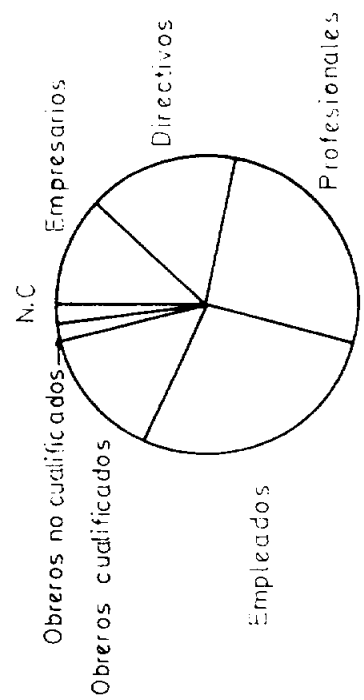
LA VANGUARDIA



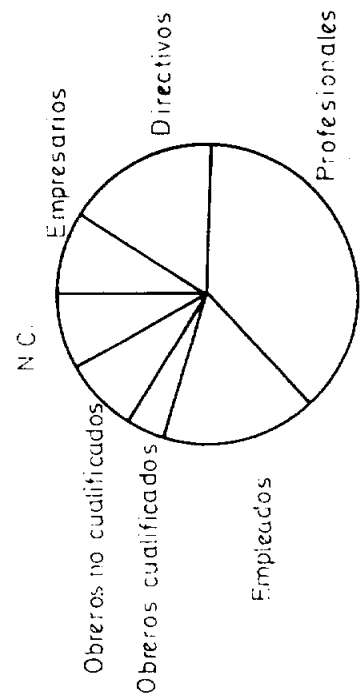
EL PERIODICO



AVUI



EL PAIS



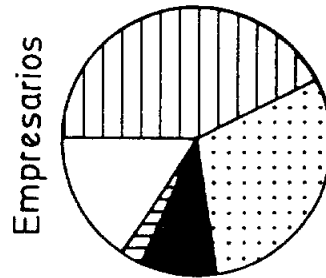
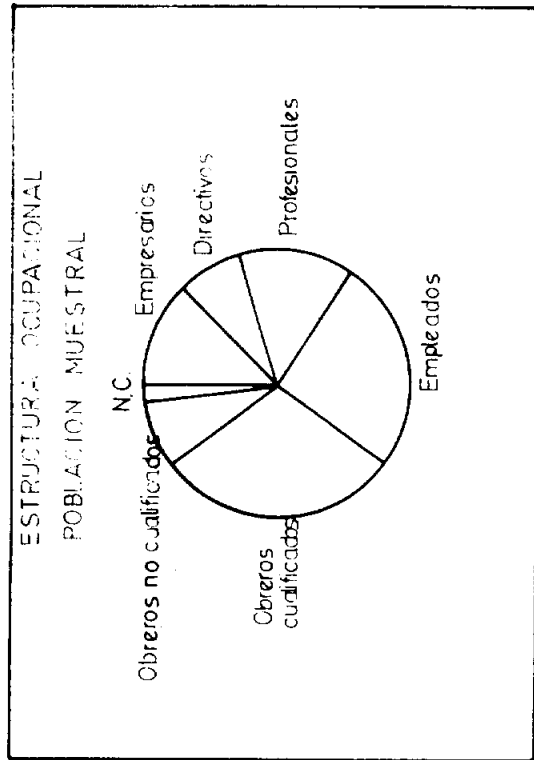
Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

La Vanguardia consigue una presencia muy destacada en el grupo de "empresarios", quedando como el principal periódico. Su fuerza se debilita entre los "profesionales", en donde le disputa terreno El Periódico y mantienen su hegemonía entre los directivos. Dentro del segundo grupo, ("profesiones no cualificadas"), recupera su espacio hegemónico entre trabajadores no cualificados, aunque también en este caso, al igual que en el de "directivos", esta categoría supone un bajo porcentaje en el conjunto de la muestra tratada.

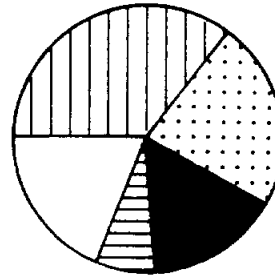
El Periódico aparece como principal oponente de La Vanguardia, generalmente en un segundo lugar entre las profesiones cualificadas y ganándole terreno entre empleados y trabajadores cualificados, los dos contingentes más importantes dentro del segundo grupo.

Avui y El País tienen poca presencia relativa en todos los grupos, pero logran mejorar su cuota de participación entre profesionales y directivos, básicamente, en tanto su cuota de participación es ínfima en las dos categorías de "trabajadores".

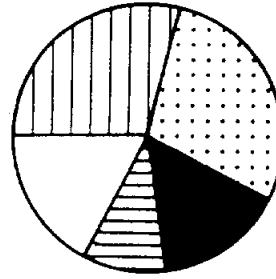
Gráfico 6. PENETRACION DE LOS PERIODICOS EN CADA NIVEL OCUPACIONAL



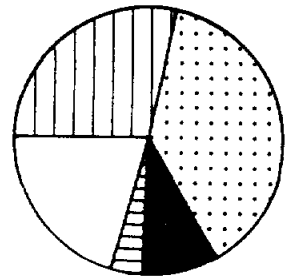
Directivos



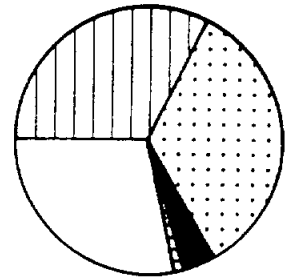
Profesionales



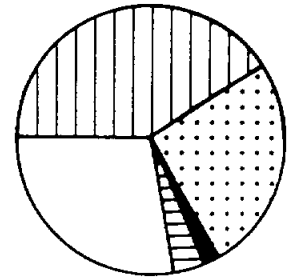
Empleados



Obreros cualificados



Obreros no cualificados



LA VANGUARDIA

EL PERIODICO

AVUI

EL PAIS

OTROS

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

Respecto a la importancia numérica que las distintas categorías profesionales analizadas puedan adquirir en el futuro dentro del colectivo social, la tendencia actual apunta hacia un aumento del sector terciario (que equivaldría aquí a "profesionales, directivos y empleados"), hacia la absorción de la pequeña y mediana empresa (que puede ser representada en parte por la categoría "empresarios y propietarios") por las grandes firmas y hacia la progresiva disminución de los trabajadores cualificados.

A la vista de estos datos habrá que preguntarse en qué medida pueden debilitarse las perspectivas de La Vanguardia: se se confirman las tendencias de evolución social y económica a que aludimos, debería temerse una progresiva erosión de la actual estructura de su público lector.

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

3.7 Creencias Religiosas

En el cuadro 3.10 se expresan las creencias religiosas de los lectores de los distintos rotativos.

A nivel global, destaca el predominio de creyentes -practicantes o no- (58%), si bien sólo el 18% se considera practicante. El 17% de los encuestados se consideran agnósticos, mientras que el 12% no tiene creencia religiosa.

Por periódicos, predominan los creyentes en La Vanguardia (73%) y Avui (53%). El menor porcentaje de creyentes se localiza en El País (21%), mientras que el 45% de los lectores de El Periódico manifiestan serlo.

El número mayor de creyentes practicantes se encuentra entre los lectores de La Vanguardia (29%), mientras que en El País ninguno de sus lectores declara serlo. Los creyentes no practicantes muestran cierto equilibrio entre los diarios -excepto El País- destacando el 44% de La Vanguardia.

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

En cuanto a los que se consideran agnósticos, es relevante en El País (casi un tercio de sus lectores) así como en Avui y El Periódico (una cuarta parte), dándose el porcentaje más bajo en La Vanguardia (no llega al 10%).

La no creencia religiosa (ateos) es destacada entre los lectores de El País (31%), apreciable en los de El Periódico (16%), siendo muy inferior en los otros periódicos.

En resumen, La Vanguardia y El País aparecen en extremos opuestos en lo que a creencia y práctica religiosa se refiere, mientras que Avui y El Periódico guardan entre sí una mayor similitud, pero polarizándose sus diferencias en los extremos, es decir, entre los creyentes practicantes, más numerosos en Avui, y los ateos, que entre los lectores de El Periódico suponen un porcentaje muy superior a los de Avui.

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

3.8 Ambito de procedencia

En el cuadro 3.11 la población lectora de cada periódico aparece subdividida entre catalanes y no catalanes de origen, especificando en este último caso su ámbito de procedencia.

En el total de la muestra, los nacidos fuera de Catalunya suponen un 45% del total, promedio que se mantiene sin variaciones apreciables en todos los periódicos excepto Avui, cuyos lectores han nacido en Catalunya en su inmensa mayoría (89,4%).

El desglose por ámbito de procedencia (se ha adoptado aquí la división tradicional por regiones, en función de las respuestas mayoritarias de los entrevistados) presenta muy pocas variantes dignas de mencionarse, especialmente en lo que a La Vanguardia se refiere, que mantienen una composición similar en el origen de sus lectores. El alto porcentaje de andaluces, el rasgo común más notorio, es coherente con la propia composición de la inmigración de la cual constituyen el contingente más elevado.

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

Podrían también destacarse en el caso de El País, los porcentajes sensiblemente más altos de lectores procedentes de la España central y septentrional, concretamente las dos Castillas, Asturias, León y Galicia, así como también de extranjeros. La poca difusión entre lectores andaluces podría explicarse por la menor cualificación profesional que en general ha caracterizado este contingente migratorio, factor que le separa de lo que precisamente constituye el núcleo más importante de lectores de El País.

Puede concluirse que el ámbito de procedencia de los entrevistados no parece tener una influencia decisiva sobre el tipo de periódico escogido, con la excepción ya mencionada de Avui, cuyos lectores se reclutan por mayoría abrumadora entre los catalanes de nacimiento, sin que pueda establecerse ninguna otra línea divisoria en cuanto a preferencias en función del origen.

Evidentemente, el lugar de nacimiento no es sí mismo un dato excesivamente significativo. Con él deberían combinarse los referentes a años de residencia en Catalunya, origen de los padres, entorno social del emigrante,

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

conocimiento del catalán, etc. Sin tener en cuenta esta serie de factores conjuntamente, no es posible establecer hipótesis sobre el grado de integración en Catalunya o actitudes frente a este hecho, temas de indudable importancia en la configuración de la información periodística. No obstante, su misma complejidad requeriría un tratamiento específico que cae fuera del alcance de la presente encuesta.

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

3.9. Grado de conocimiento del catalán

El cuadro 3.12, en el que se recoge el grado de conocimiento del catalán, viene a complementar el del lugar de nacimiento (3.11).

En la práctica totalidad de los casos se da una progresión decreciente, lógica por otra parte, en el grado de conocimiento del catalán: un elevado porcentaje de entrevistados lo entiende (más del 86% en todos los casos) y esta proporción disminuye constantemente al ir pasando al catalán hablado, leído y finalmente escrito.

La Vanguardia y El Periódico tienen un público con un grado de conocimiento del idioma similar, obviamente superado por el de los lectores de Avui. Destaquemos en ambos el elevado porcentaje de lectores que se consideran capaces de leer catalán (58-60%).

Se constata en este cuadro que entre el público de El País es superior al de los demás periódicos el desconocimiento del catalán en sus dos primeros niveles, mientras que es capaz de leerlo y escribirlo un porcentaje de lec

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

tores relativamente importante.

Podemos concluir que la catalanidad de Avui, referida al origen de su auditorio, se reafirma en el grado de conocimiento del idioma, mientras que se mantienen las semejanzas en este aspecto entre La Vanguardia y El Periódico. El nivel cultural de los lectores de El País puede explicar que a pesar de unos porcentajes más altos de lectores que no lo entienden ni hablan, en contrapartida son también más numerosos que en los demás diarios los que se consideran capaces de leerlo y escribirlo.

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

3.10. Idioma utilizado con familiares y amigos

En el cuadro 3.13 figura el idioma utilizado por los lectores con sus hijos, su cónyuge y sus amigos.

En los dos primeros apartados -idioma utilizado con los hijos y con el cónyuge- los porcentajes de "No constatados" es muy elevado ya que incluye las respuestas de lectores sin hijos por una parte y la de los solteros y viudos por otra. Puede observarse la similitud de cifras del cuadro 3.3 ("estado civil") al sumar los porcentajes de viudos y solteros, con las no respuestas a la pregunta del idioma hablado con el cónyuge.

Hay que señalar que los porcentajes de los dos primeros apartados -idioma utilizado con los hijos y el cónyuge- se han calculado prescindiendo de las no respuestas que incluían las de lectores sin hijos o solteros.

Hechas estas precisiones, observamos en general un equilibrio en el idioma utilizado por los lectores con sus hijos con un ligero predominio del castellano. En cuanto al idioma utilizado con el cónyuge y con los amigos las proporciones son parecidas, si bien en el primer caso se observa un mayor uso del castellano (55%) y del catalán (52%) en el segundo.

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

Por rotativos, el comportamiento de los lectores de La Vanguardia y El Periódico son muy parecidos: mayor utilización del castellano en sus relaciones con sus hijos (56%) y cónyuge (60%), y ligero predominio del catalán (50%) en sus relaciones con los amigos.

En cuanto a los lectores de El País, predomina el uso del idioma castellano (más del 55%) tanto en sus relaciones con los hijos y cónyuge, como con los amigos.

Por lo que se refiere a los lectores de Avui, el comportamiento, como es de suponer, es completamente distinto: alrededor de un 90%, utiliza el catalán en sus relaciones con los hijos, cónyuge y amigos.

Se detecta pues una ligera ventaja en el uso del castellano como lengua de relación familiar, ventaja que se invierte al pasar al idioma utilizado entre los amigos. El ligero predominio de los nacidos en Catalunya (3.11) se contradice aparentemente con esta conclusión, pero no debe olvidarse que un contingente importante de catalanes proceden de familias inmigrantes. Adviértase,

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

además, que el área territorial donde se ha desarrollado la encuesta es la que concentra particularmente el asentamiento de la población inmigrada.

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

3.11. Tendencia política de los lectores

En el cuadro 3.14 figuran el autoposicionamiento político de los lectores, en la escala habitualmente utilizada en estos casos, que va de la extrema izquierda a la extrema derecha. Aunque ciertamente se trata de una valoración ambigua, resulta de utilidad para conocer la ubicación que se atribuyen los encuestados.

Entre la totalidad de lectores encuestados hay que tener en cuenta en primer lugar, que el 40% de ellos no manifiesta su tendencia política.

Entre los que contestan a esta pregunta, se detecta un ligero escoramiento político de los lectores hacia la izquierda, ya que el 21% se define como de centro-izquierda y el 14% como de izquierda, mientras los que se definen de centro-derecha y derecha representan el 7% de los encuestados. Los que se definen de centro representan el 16%. Hay que destacar la poca preferencia que los lectores manifiestan por las tendencias políticas extremas, ya sean de izquierda (1,7%) o de derecha (0,3%).

La mayoría de los lectores de La Vanguardia (56%) expresa sus tendencias políticas. Entre éstos, predominan

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

los que se consideran de centro (23%) y centro-izquierda (18%).

Es irrelevante el porcentaje de los que se consideran de extrema izquierda, extrema derecha y derecha.

El 65% de los lectores de El Periódico expresan su tendencia política. Predominio de lectores que se consideran de centro-izquierda (25%) e izquierda (20%). Cerca de la mitad de sus lectores se mueve entorno a posiciones de izquierda. Hay que señalar que el 13% se considera de centro, mientras que el resto de porcentajes son muy bajos.

Muy parecido es el posicionamiento político de los lectores de Avui a los de El Periódico, e incluso un poco más acentuado su escoramiento hacia posiciones de izquierda: el 21% se considera de izquierda y ninguno de derecha o extrema derecha, mientras que el porcentaje de lectores que se consideran de extrema izquierda es superior al de cualquier otro. Este autoposicionamiento más próximo a la izquierda en Avui, que en cierta manera no se corresponde con el perfil de su lector tal como se ha ido definiendo, puede deberse a una percepción de la afirmación nacionalista como una actitud en sí misma izquierdista.

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

En cuanto a El País, las tendencias políticas de sus lectores son muy parecidos a los de El Periódico y Avui, si bien 47% no manifiesta tendencia política alguna. El 44% se muestra escorando hacia la izquierda - centro-izquierda (26%) e izquierda (18%)-. Bajo porcentaje de los que se consideran de centro (5%), mientras que no hay ningún lector que manifieste preferencias por tendencias políticas situadas más hacia la derecha.

En el cuadro 3.14 se han enmarcado las dos tendencias políticas predominantes entre los lectores de cada periódico. Al margen de la dificultad de establecer una gradación entre ellos, entre otros motivos por el alto porcentaje de no respuestas y por la dificultad de atribuir una valoración precisa al "centro", señalemos que entre el público de La Vanguardia se da un mayor acercamiento hacia posiciones de derecha, de la suficiente intensidad como para configurar la estructura final de la muestra.

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

3.12. Voto en las elecciones al Parlamento de Catalunya (20-3-80)

En el cuadro 3.15 se reflejan las preferencias políticas de los lectores de los diferentes diarios, tomando como referencia el voto en las elecciones al Parlamento de Catalunya, como consulta más reciente en el momento de realizarse la encuesta. Asimismo en dicho cuadro, figura el porcentaje global de votos obtenidos por las fuerzas políticas concurrentes, en las poblaciones donde se ha realizado la encuesta.

Destaca el alto porcentaje del epígrafe "No contesta" entre los lectores de los distintos periódicos. Supera el 50% en la mayoría de los casos, siendo el porcentaje a nivel global del 53,9%. En este porcentaje deben colocarse los lectores abstencionistas (señalar que la abstención en marzo de 1980 se situó en el conjunto de las poblaciones en que se ha realizado la encuesta, alrededor del 41% del censo), los votantes de partidos menores que no fueron tenidos en cuenta al confeccionar el cuestionario por razón de su escasa entidad -en marzo de 1980, en aquellas mismas poblaciones obtuvieron, en conjunto, el 4% del censo -y finalmente, los lectores que habiendo

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

votado no han querido manifestar por quien lo hicieron. Esta última categoría podría suponer, con las reservas del caso, alrededor del 10%, porcentaje no excesivamente elevado, teniendo en cuenta las reservas de los encuestados ante preguntas de este tipo, como es frecuente en buena parte de las encuestas que se realizan habitualmente.

En cuanto a los encuestados que responden a la pregunta, destaca la preferencia por los partidos de izquierda (PSC y PSUC) y por la coalición nacionalista C i U que obtienen unos porcentajes muy parecidos. A mayor distancia se sitúan ERC y CC-UCD. Comparando estos porcentajes con los resultados reales, observamos que en la encuesta se da una infravaloración algo acentuada de C i U y CC-UCD de un 3%. Cabría explicar esta diferencia por el sesgo que puede haberse introducido en la muestra ante la dificultad de realización de la encuesta en zonas residenciales -en principio susceptibles de constituir la base electoral de los dos partidos mencionados-, donde el control de entrada fue mucho

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

más severo, impidiéndoseles el paso en algunas ocasiones.

En cuanto a los lectores habituales de la Vanguardia, sus preferencias se decantan mayoritariamente por la coalición C i U que, con el 17%, dobla los porcentajes de los dos partidos de izquierda que le siguen. Parecidas serían las preferencias de la población lectora de Avui, si bien hay que anotar la mayor presencia de partidarios de ERC, que disputan el tercer lugar al PSUC.

En cambio, entre los lectores de El Periódico, las preferencias políticas se decantan hacia los partidos de izquierda, con un 20% para el PSC y un 18% para el PSUC, quedando CiU relegada al tercer lugar a considerable distancia (5,2%).

El comportamiento electoral de los lectores de "otros periódicos catalanes" manifiesta una preferencia muy equilibrada y casi exclusiva por los actuales tres partidos catalanes mayoritarios (CiU, PSC, PSUC).

En cuanto a los lectores de El País, las preferencias

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

se decantan hacia los dos partidos de izquierdas (PSC y PSUC), siendo apreciable la preferencia por la coalición izquierdista UPS (8%).

Se confirma aquí el escoramiento hacia el Centro-derecha de los lectores de La Vanguardia respecto a los de otros diarios, tal como se manifestaba ya al analizar la tendencia política (cuadro 3.14), mientras que la posición relativa de los tres restantes parece haberse modificado: el voto socialista y comunista del público de El Periódico y El País supera ampliamente al de Avui, que en cambio se consideraba situado más a la izquierda en el cuadro de tendencia política.

De esta dificultad en hallar correspondencias entre la tendencia política a la que se adscriben los lectores y el partido por el que votan, puede concluirse que el autoposicionamiento político de los entrevistados es altamente subjetivo e independiente de la imagen que los propios partidos tratan de ofrecer a su electorado.

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

Cuadro nº 3.1 ESTRUCTURA DE EDADES POR PERIÓDICO

Edad	Periódico habitual				
	La Vanguardia %	El Periódico %	Avui %	El País %	Total %
18 - 34	23,3	43,2	39,5	71,8	33,8
35 - 54	39,2	37,9	33,7	28,2	38,2
55 y más	37,5	18,9	26,7	-	28,0
Total	100	100	100	100	100

% sobre lectores de cada periódico.

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

Cuadro nº 3.2. LECTORES HABITUALES POR INTERVALOS DE EDAD

Periódico habitual	Edad			Total %
	18-34 %	35-54 %	55 y más %	
La Vanguardia	25,6	38,2	49,7	37,1
El Periódico	36,2	28,1	19,1	28,2
Avui	9,5	7,1	7,7	8,0
El País	7,8	2,7	-	3,6
Otros	20,9	23,9	23,5	21,7
Total	100 (360)	100 (406)	100 (298)	100 (1064)

% sobre total lectores en cada intervalo de edad.

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

Cuadro nº 3.3. ESTADO CIVIL Y SEXO

Estado civil y sexo	Periódico habitual				
	La Vanguardia %	El Periódico %	Avui %	El País %	Total %
<u>Estado Civil</u>					
Soltero	19,3	26,2	26,9	60,5	24,7
Casado	70,3	68,9	68,2	34,2	68,5
Viudo	7,5	1,6	4,6	-	1,4
Separado	1,1	2,0	-	5,3	4,6
Total	100	100	100	100	100
<u>Sexo</u>					
Hombres	62,3	71,4	70,9	57,9	66,7
Mujeres	37,7	28,2	29,1	42,0	33,3
‡mujeres/hombres	60,5	39,5	41,0	72,7	49,9

‡ Sobre lectores de cada periódico.

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

Cuadro nº 3.4 HIJOS QUE VIVEN EN LA MISMA CASA

Número de hijos	Periódico habitual			
	La Vanguardia %	El Periódico %	Avui %	El País %
Ninguno	34,9	39,0	42,9	68,3
1	18,0	22,5	19,6	5,2
2	26,0	25,2	26,7	10,4
3	11,4	6,9	5,7	5,2
4 o más	6,7	3,3	2,3	2,6
Total	100	100	100	100

% Sobre lector de cada periódico

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

Cuadro nº 3.5 DISTRIBUCION DE LECTORES POR NIVEL DE ESTUDIOS

Nivel de estudios	La Vanguardia %	El Periódico %	Avui %	El País %	Total %
Ni primarios (lee)	23,2	13,7	9,2	2,6	18,8
Primarios	34,4	30,7	24,3	7,8	31,9
Formación Profesional	8,5	8,7	6,8	-	8,2
Bachillerato Elemental	10,0	16,0	5,7	13,0	10,6
Bachillerato superior	7,3	10,7	8,1	23,6	9,5
Grado medio	7,5	9,3	18,5	10,4	8,6
Grado superior	5,7	9,3	20,8	36,7	9,6
NC/Otros	2,8	1,6	5,6	5,2	2,3
Total	100	100	100	100	100

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

Cuadro nº 3.5 DISTRIBUCION DE LECTORES POR NIVEL DE ESTUDIOS Y POR EDADES

Nivel Estudios	LA VANGUARDIA			EL PERIODICO			AVUI			EL PAIS		
	18-34	35-54	55+	18-34	35-54	55+	18-34	35-54	55+	18-34	35-54	55+
Ni primarios (lee)	2,2	8,5	12,4	0,3	5,9	7,3	1,1	3,4	4,6	-	2,6	-
Primarios	3,5	13,8	16,9	8,9	13,2	8,3	5,7	6,9	11,6	2,6	5,2	-
Formación Profesional	2,7	3,7	2,0	3,2	4,3	1,0	5,7	1,1	-	-	-	-
Bachillerato Elemental	2,7	5,2	2,0	9,3	4,9	1,6	1,1	2,3	2,3	7,8	5,2	-
Bachillerato superior	5,0	2,0	0,2	8,3	2,3	-	6,8	1,1	-	18,3	5,2	-
Grado medio	2,7	2,7	2,0	5,6	4,0	-	8,0	4,6	5,8	10,4	-	-
Grado superior	3,7	1,7	0,2	6,9	2,3	-	9,2	10,4	1,1	28,8	7,8	-
NC/Otros	0,2	0,9	1,3	0,3	0,6	0,6	1,1	3,4	1,1	-	2,6	-
Total	23,3	39,2	37,5	43,2	37,9	18,9	39,5	33,7	26,7	71,8	28,2	-

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

CUADRO Nº 3.6 PENETRACION DE LOS DIARIOS EN CADA NIVEL DE ESTUDIOS

Periódico habitual	Nivel de estudios		
	Primarios %	Medios %	Superiores %
La Vanguardia	42,3	34,2	27,3
El Periódico	24,7	35,2	29,4
Avui	5,4	6,0	17,5
El País	0,7	4,7	9,3
Otros	26,9	19,9	16,5
Total muestra	50,7	28,3	18,2

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

Cuadro nº 3.7 POBLACION ACTIVA Y NO ACTIVA POR PERIODICO

Ocupación/ actividad	Periódico habitual				
	La Vanguardia %	El Periódico %	Avui %	El País %	Total %
<u>Activa</u>	59,6	76,7	64,2	73,0	68,2
<u>No activa:</u>	36,6	20,9	33,7	26,0	31,8
Jubilados	15,3	6,7	15,9	-	12,2
Estudiantes	3,7	6,3	8,9	15,6	5,7
Sus labores	17,2	7,3	8,9	10,4	13,5
NC	0,4	0,6	-	-	0,4
Total	100	100	100	100	100

% sobre lectores de cada periódico

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

Cuadro nº 3.8 ESTRUCTURA OCUPACIONAL POR PERIODICO

Categorías Profesionales	Periódico habitual				
	La Vanguardia %	El Periódico %	Avui %	El País %	Total %
Propietarios y empresarios	15,2	11,2	13,0	8,3	12,0
Directivos y cuadros medios	9,5	6,3	16,6	16,7	8,9
Profesiones liberales	12,3	12,6	25,9	37,5	14,2
Empleados y vendedores	22,7	30,6	27,8	16,7	25,6
Obreros cualificados	29,9	32,5	14,8	4,2	30,3
Obreros no cualificados	10,4	6,8	1,9	8,3	8,4
NC	0,9	0,9	1,9	8,3	0,6
Total	100 (211)	100 (206)	100 (54)	100 (24)	100 (635)

‡ sobre población que trabaja
(no incluye los parados)

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

Cuadro nº 3.9 DISTRIBUCION DE LOS LECTORES POR CATEGORIAS PROFESIONALES

	Propietarios y empresa- rios %	Directivos y cuadros me- dios %	Profesiones liberales %	Empleados y vende- dores %	Obreros cualifi- cados %	Obreros no cualificados %
La Vanguardia	41,6	35,1	28,6	29,3	32,5	40,7
El Periódico	29,9	22,8	28,6	38,4	34,5	25,9
Avui	9,1	15,8	15,4	9,1	4,1	1,9
El País	2,6	7,6	9,2	2,4	0,5	3,7
Otros	16,0	19,3	17,5	20,8	28,3	27,8
	(77)	(57)	(91)	(164)	(192)	(54)

% sobre total de cada categoria profesional

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

CREENCIA RELIGIOSA

Cuadro nº 3.10

Religión	Periódico habitual				
	La Vanguardia %	El Periódico %	Avui %	El País %	Total %
Practicante	28,9	7,9	13,8	-	18,2
No practicante	44,2	37,3	39,5	21,0	39,9
Otra religión	0,9	0,6	1,1	2,6	0,9
Agnóstico	9,3	22,9	25,5	28,9	16,8
Ateo	5,3	16,3	2,2	31,4	11,7
NC	10,7	14,5	17,4	15,7	12,2
Total	100	100	100	100	100

% sobre lectores de cada periódico

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

Cuadro nº 3.11 AMBITO DE PROCEDENCIA

Ambito procedencia	La Vanguardia %	El Periódico %	Avui %	El País %	Total %
Catalunya	51,3	52,3	89,4	55,2	55
Fuera de Catalunya	44,4	45,0	7,7	44,2	45
Andalucia	21,7	19,7	-	5,2	
Aragón	4,6	4,4	2,2	2,6	
Baleares	-	0,9	-	-	
Castilla la Nueva	3,4	2,8	2,2	7,8	
Castilla la Vieja	2,5	1,9	-	5,2	
Asturias	-	-	-	2,6	
Extremadura	1,9	2,4	-	-	
Galicia	1,5	1,9	-	5,2	
León	1,5	3,5	-	7,8	
Murcia	3,1	1,6	1,1	-	
País Vasco	0,9	1,8	-	-	
Valencia	1,3	3,2	-	-	
Canarias	0,2	-	-	-	
Extranjero	1,6	0,9	2,2	7,8	
NC	1,1	0,6	2,3	-	
Total	100	100	100	100	100

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

Cuadro nº 3.12 GRADO DE CONOCIMIENTO DEL CATALAN

Conocimiento catalán		Periódico habitual			
		La Vanguardia %	El Periódico %	Avui %	El País %
<u>Entiende catalán</u>					
SI		91,8	92,6	97,6	86,8
NO		7,2	6,6	2,3	13,0
NC		0,7	0,6	0,0	-
<u>Habla catalán</u>					
SI		65,3	66,0	97,6	57,8
NO		34,6	33,6	2,3	42,0
NC		-	0,3	-	-
<u>Lee catalán</u>					
SI		58,1	60,2	94,1	63,1
NO		41,4	39,2	5,7	34,1
NC		0,2	0,6	0,0	2,6
<u>Escribe catalán</u>					
SI		25,0	25,3	68,6	31,4
NO		73,9	73,6	31,3	68,4
NC		1,0	1,0	0,0	-

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

Cuadro nº 3.13. IDIOMA UTILIZADO CON FAMILIARES Y AMIGOS

Idioma utilizado	Periódico habitual				
	La Vanguardia %	El Periódico %	Avui %	El País %	Total %
<u>Con los hijos</u>					
Catalán	43,7	42,1	91,1	41,7	48,5
Castellano	56,3	56,9	8,9	58,3	51,5
NC + otros					
<u>Con el cónyuge</u>					
Catalán	40,3	39,6	86,7	42,9	45,1
Castellano	59,7	60,4	13,3	57,1	54,9
NC + otros					
<u>Con los amigos</u>					
Catalán	51,4	51,5	89,5	41,7	53,7
Castellano	48,6	48,5	10,5	58,3	46,3

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

Cuadro nº 3.14. TENDENCIA POLITICA DE LOS LECTORES

Tendencia política lectores	Periódico habitual				
	La Vanguardia %	El Periódico %	Avui %	El País %	Total %
Extrema izquierda	0,4	1,3	3,4	2,6	1,7
Izquierda	4,9	19,9	20,9	18,3	14,3
Centro izquierda	17,6	25,0	30,2	26,2	20,8
Centro	23,2	12,6	9,2	5,2	16,0
Centro derecha	8,0	4,9	3,4	-	6,3
Derecha	0,7	0,6	-	-	0,8
Extrema derecha	0,4	-	-	-	0,3
NS/NC	43,9	35,1	32,4	47,2	39,8

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

Cuadro nº 3.15 VOTO AL PARLAMENT DE CATALUNYA (20-III-1980)

	Periódico Habitual				Resultados reales	
	Voto Parlament Catalunya	El Periódico %	Avui %	El País %	Otros ca talanes %	% Censo Electoral
	La Vanguardia %					
C i U	17,3	5,2	17,4	2,6	11,0	11,9
PSC	8,3	19,6	9,2	18,3	12,7	12,9
UCD	3,4	0,9	-	-	1,7	2,0
PSUC	7,5	18,2	8,0	13,0	14,3	12,4
ERC	4,0	2,9	8,1	-	4,6	4,0
PSA	1,4	-	-	-	0,4	0,7
FN	0,2	-	-	-	0,4	0,3
UPS	-	2,6	-	7,8	2,5	1,6
NC	57,1	50,0	56,9	57,8	51,9	53,9
Otros						
Abstencion						
						4,1
						41,0

% sobre lectores habituales

III. ENCUESTA A LOS SUSCRIPTORES

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

III. Encuesta a los suscriptores

1. Introducción

Esta parte del estudio se basa en la población suscriptora de La Vanguardia, tanto de Barcelona como de los municipios de su cinturón industrial en los que se realizó la encuesta general. Para ello se procedió a enviar un cuestionario postal a una muestra de los suscriptores, seleccionada aleatoriamente. El número total de éstos residentes en el área geográfica objeto del análisis (47.652) y el elevado porcentaje de respuestas que han acompañado a experiencias de este tipo realizadas anteriormente por La Vanguardia, desaconsejaron el envío del cuestionario a la totalidad de los suscriptores, ante la posibilidad de que una respuesta masiva de los mismos diera por resultado la obtención de información redundante y una complicación del proceso informativo sin una mejora sustancial, en contrapartida, de los resultados.

El total de encuestas enviadas ha sido de 3.073, de las cuales se han recuperado un 30% (913).

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

El contenido del cuestionario se refería básicamente a tres aspectos centrales: valoración del sistema de suscripción y del contenido del periódico y datos socio-demográficos del suscriptor.

La comparación entre las respuestas público lector y suscriptor de La Vanguardia irá apareciendo a lo largo de los comentarios de esta última parte del estudio.

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

2. Distribución geográfica de los suscriptores y de las respuestas recibidas.

En el cuadro 4.1 se recoge el número total de encuestas enviadas y recuperadas en Barcelona-ciudad, por distrito postal. Se han calculado asimismo los porcentajes siguientes:

- porcentaje de suscriptores sobre el total de la población. Se ha considerado que éste podía ser un buen índice de la penetración de La Vanguardia en las distintas áreas de la ciudad. El número de habitantes por distrito se ha estimado a partir del número de viviendas existentes en el mismo año 1981, único dato demográfico que ha sido posible obtener para este nivel de agregación. A partir de los datos facilitados por La Vanguardia sobre los suscriptores en cada distrito postal se ha calculado el porcentaje aludido.
- porcentaje de encuestas recuperadas sobre el total de enviadas. Puede considerarse como una medida de la actitud participativa del suscriptor a la solicitud de su diario. Estos porcentajes pueden resultar deforma-

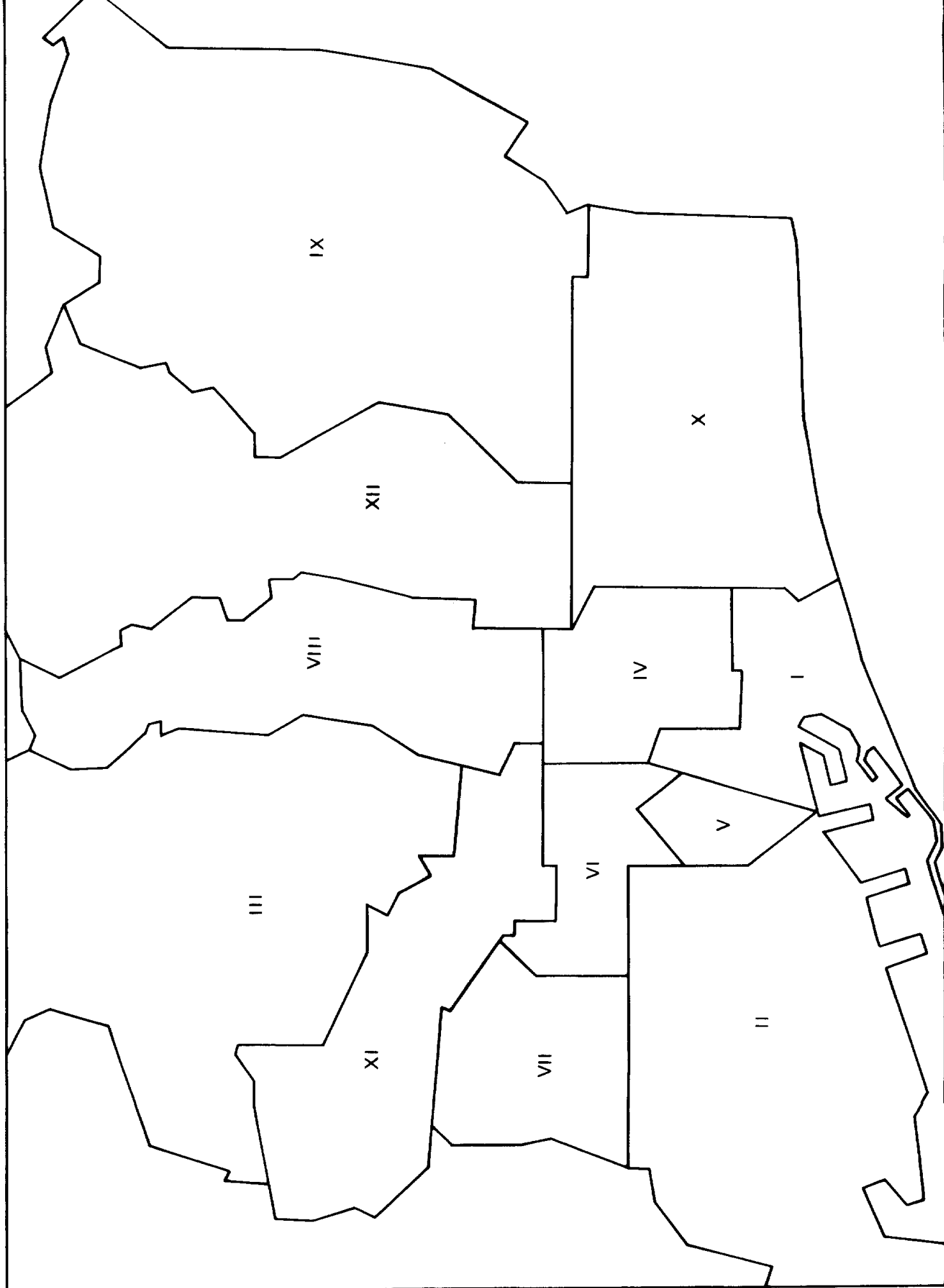
Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

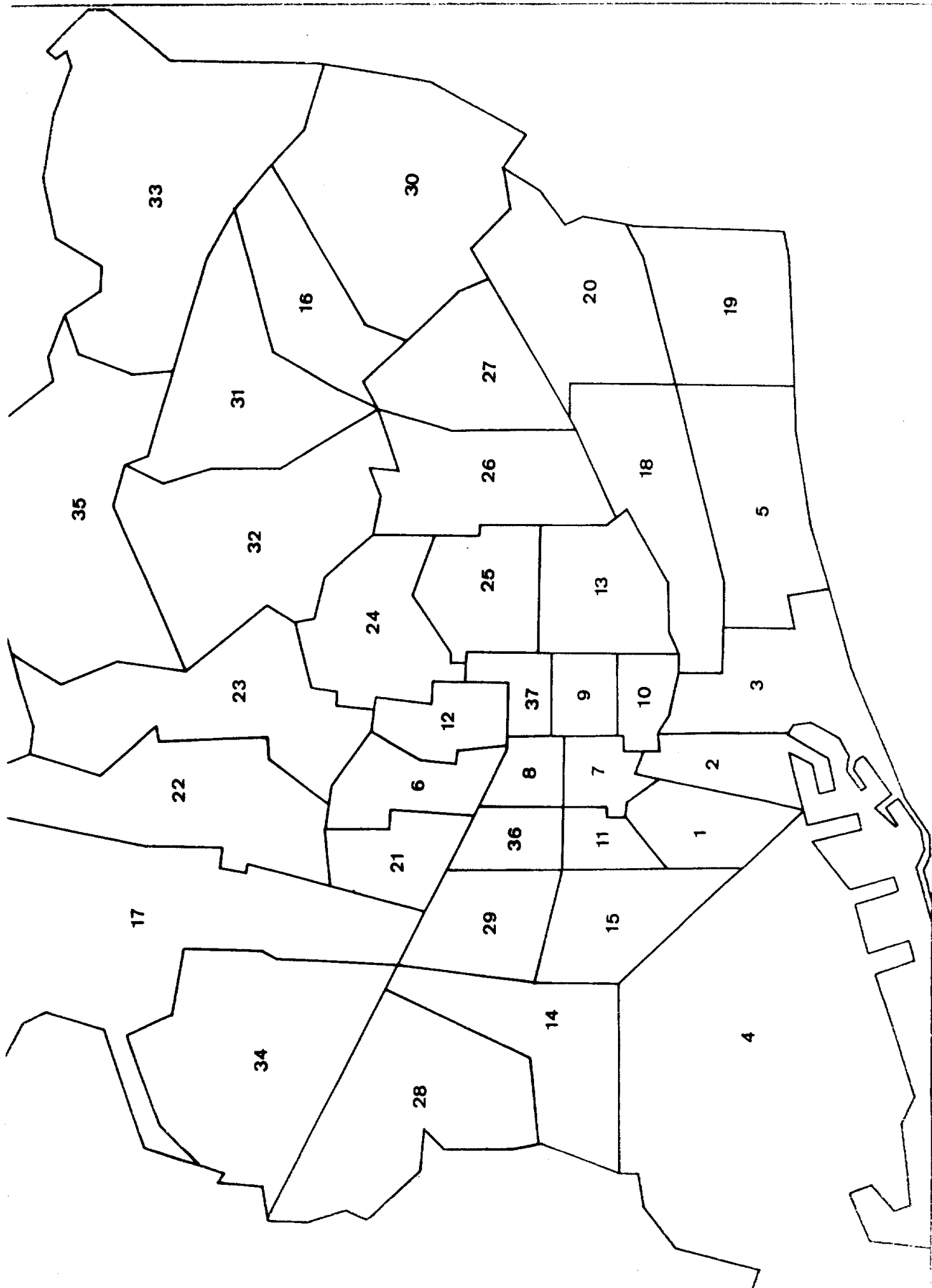
dores de la realidad si no se analizan comparándolos con los anteriores, puesto que en distritos con un escaso número de suscriptores, un alto porcentaje de respuestas se debe a que al distrito le han correspondido pocos cuestionarios (ocurre así por ejemplo en el distrito postal 33), más que a una respuesta masiva de los suscriptores.

En el cuadro 4.2 se ofrece el mismo tipo de información que en el 4.1, referida a los municipios del área en los que se ha repartido la encuesta.

En los mapas 1 y 2 se recogen los porcentajes por distrito postal del cuadro 4.1.

Siendo el distrito municipal la unidad de base habitual en estudios de tipo sociológico, estadístico, demográfico, etc., su composición socio-demográfica es mucho mejor conocida que la del distrito postal. Para obviar esta dificultad y permitir una mejor captación de las áreas sociológicas en las que se hallan implantados los suscriptores, adjuntamos dos mapas guías en papel vegetal.





Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

que, al superponerse, permiten apreciar la correspondencia entre los límites de ambos distritos.

De la observación de los mapas y del cuadro 4.1 pueden avanzarse algunos comentarios respecto a los condicionantes del contexto social que anuncian ya en gran medida la composición social del público suscriptor y de parte del mismo que ha respondido a la encuesta.

Por lo que respecta a las suscripciones, éstas se hallan concentradas en distritos de clase alta. La mayor densidad corresponde los Ensanches (dtos. municipales IV y VI), Sarrià, Pedralbes, Sant Gervasi (III y XI), Gracia (VIII). Su mayor debilidad -menos de 1% de suscritos sobre el total de la población- se da en la periferia: 9 barrios. (IX), Besòs-Maresme y Pueblo Nuevo (X), Montjuic-Zona Franca.

En cuanto a las respuestas recibidas, mantienen a grandes rasgos esta distribución geográfica. Han sido especialmente sensibles a lo que podemos calificar de solicitud de colaboración por parte de La Vanguardia, los distritos centrales de la ciudad Ensanche, Pedral-

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

bes, Gracia, etc. Las zonas periféricas con una alta densidad de respuestas, que aparecen en el mapa, Bon Pastor, Verneda, Verdum-Ciutat Meridiana, (IX) se debe a la razón mencionada antes que del escaso número de suscriptores y por tanto de encuestas enviadas, por lo que cobran gran relieve las respuestas esporádicas recibidas.

Sobre este segmento de población sustancialmente no representativa del total, sino de una élite de la misma, la encuesta por correo aporta su sesgo particular.

Si bien las ventajas de este método son numerosas -mayor dispersión de la muestra, mayor libertad y tiempo para responder a las preguntas, etc.,- entre sus inconvenientes está el de que suelen responder al mismo una determinada categoría de individuos con un nivel de instrucción relativamente elevado, más motivado por dar a conocer su opinión sobre una serie de temas, con lo que en términos muy generales podría ser considerado un mayor sentido cívico.

Valgan estas consideraciones para mejor enmarcar en su contexto social el perfil del suscriptor de La Vanguardia.

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

Cuadro nº 4.1 ENCUESTAS ENVIADAS Y RECUPERADAS EN BARCELONA-
CIUDAD

Distrito postal	Habitantes 1981(1)	Total suscrip.	%suscrip./ habitantes	Encuestas enviadas (2) (3)		Encuestas recuperadas (4) (5)	
1	48.589	662	1,4	58	8,8	10	17,2
2	25.080	846	3,4	63	7,4	16	25,4
3	54.837	810	1,5	70	8,6	17	24,3
4	83.819	612	0,7	81	13,2	18	22,2
5	41.348	385	0,9	15	3,9	3	20
6	41.193	3.713	9,0	197	5,3	67	34,1
7	11.155	1.395	12,5	78	5,6	19	24,4
8	13.038	1.575	12,1	90	5,7	26	28,9
9	15.695	1.325	8,4	75	5,7	20	26,7
10	10.044	1.258	12,5	83	6,6	20	24,1
11	24.955	1.330	5,3	86	6,5	21	24,4
12	49.703	1.196	5,3	77	6,4	25	32,5
13	55.540	1.418	2,5	75	5,3	21	28,0
14	76.061	682	0,9	69	10,1	17	24,6
15	61.953	1.792	2,9	122	6,8	36	29,5
16	68.847	272	0,4	12	4,4	3	25,0
17	28.058	2.644	9,4	159	6,0	44	27,7
18	29.479	284	0,9	12	4,2	3	25,0
19	37.584	89	0,2	1	1,1	-	-
20	59.851	218	0,4	9	4,1	3	33,3
21	30.863	4.191	13,6	218	5,2	69	31,7
22	28.620	2.807	9,8	162	5,8	53	32,7
23	31.328	1.504	5,8	104	6,9	35	33,7
24	56.790	1.307	2,3	110	8,4	39	35,5
25	72.736	1.116	1,5	63	5,6	26	41,3
26	80.248	849	1,1	62	7,3	17	27,4
27	66.882	488	0,7	31	6,4	5	16,1

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

Cuadro nº 4.1 (continuación)

Distrito postal	Habitantes 1981 (1)	Total suscrip.	%suscrip./ habitantes	Encuestas enviadas		Encuestas recuperadas	
				(2)	(3)	(4)	(5)
28	64.171	1.253	2,0	102	8,1	34	33,3
29	52.643	2.207	4,2	129	5,8	44	34,1
30	60.969	560	0,9	27	4,8	7	25,9
31	94.017	428	0,5	39	9,1	9	23,1
32	90.812	563	0,6	69	12,3	23	33,3
33	76.716	34	0,04	2	5,9	1	50,0
34	22.445	2.176	9,7	133	6,1	46	34,6
35	23.593	63	0,3	12	19,0	3	25,0
36	36.440	1.828	5,0	106	5,8	37	34,9
37	23.405	1.620	6,9	94	5,8	38	40,4
Total Barcelona	1.751.623	45.501	2,6	2.941	6,5	878	29,9

(1) ESTimación por distritos postales a partir del número de viviendas. El total para Barcelona corresponde a la cifra real del CEnso de 1981.

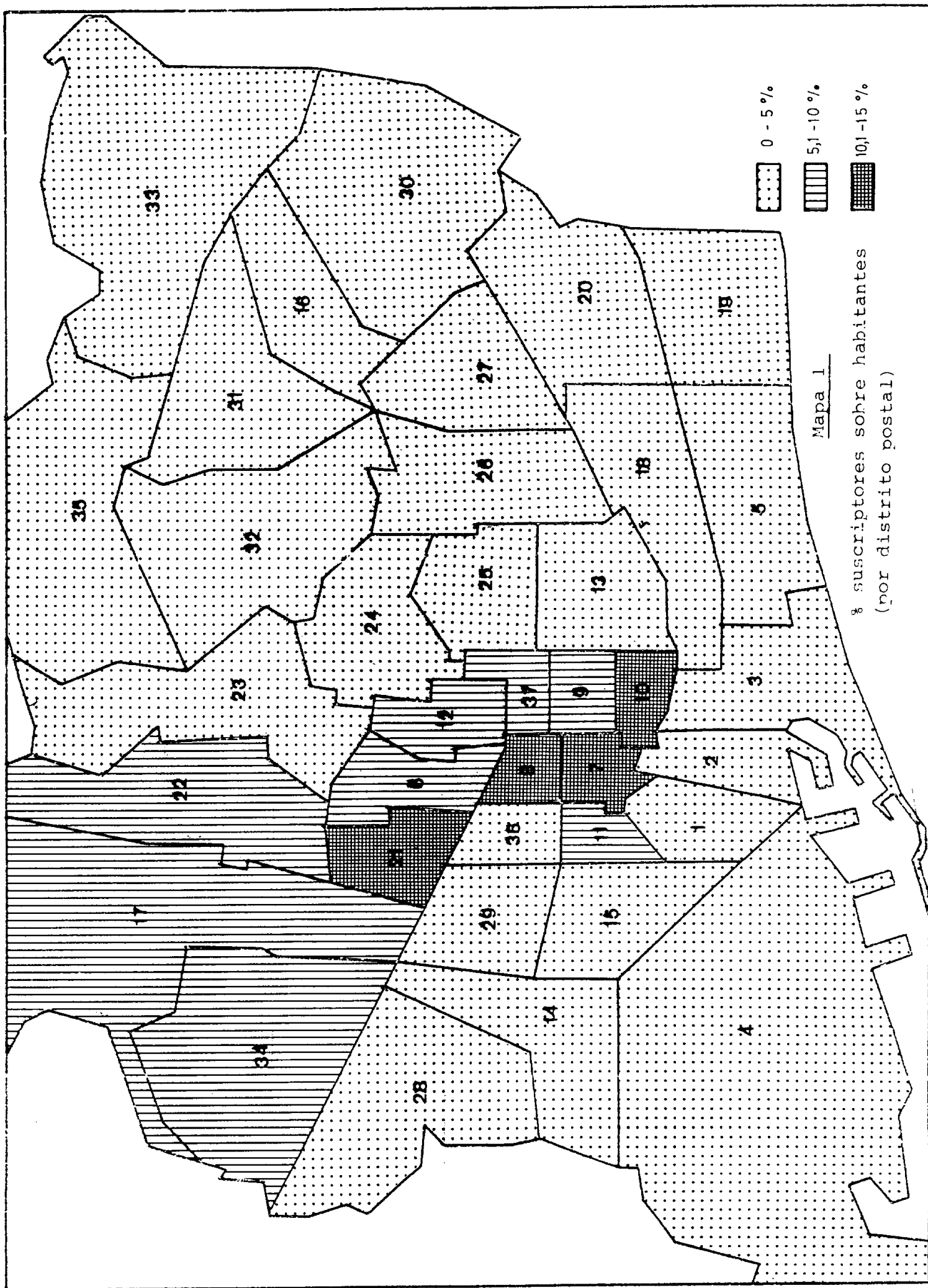
(2) Total de encuestas enviadas

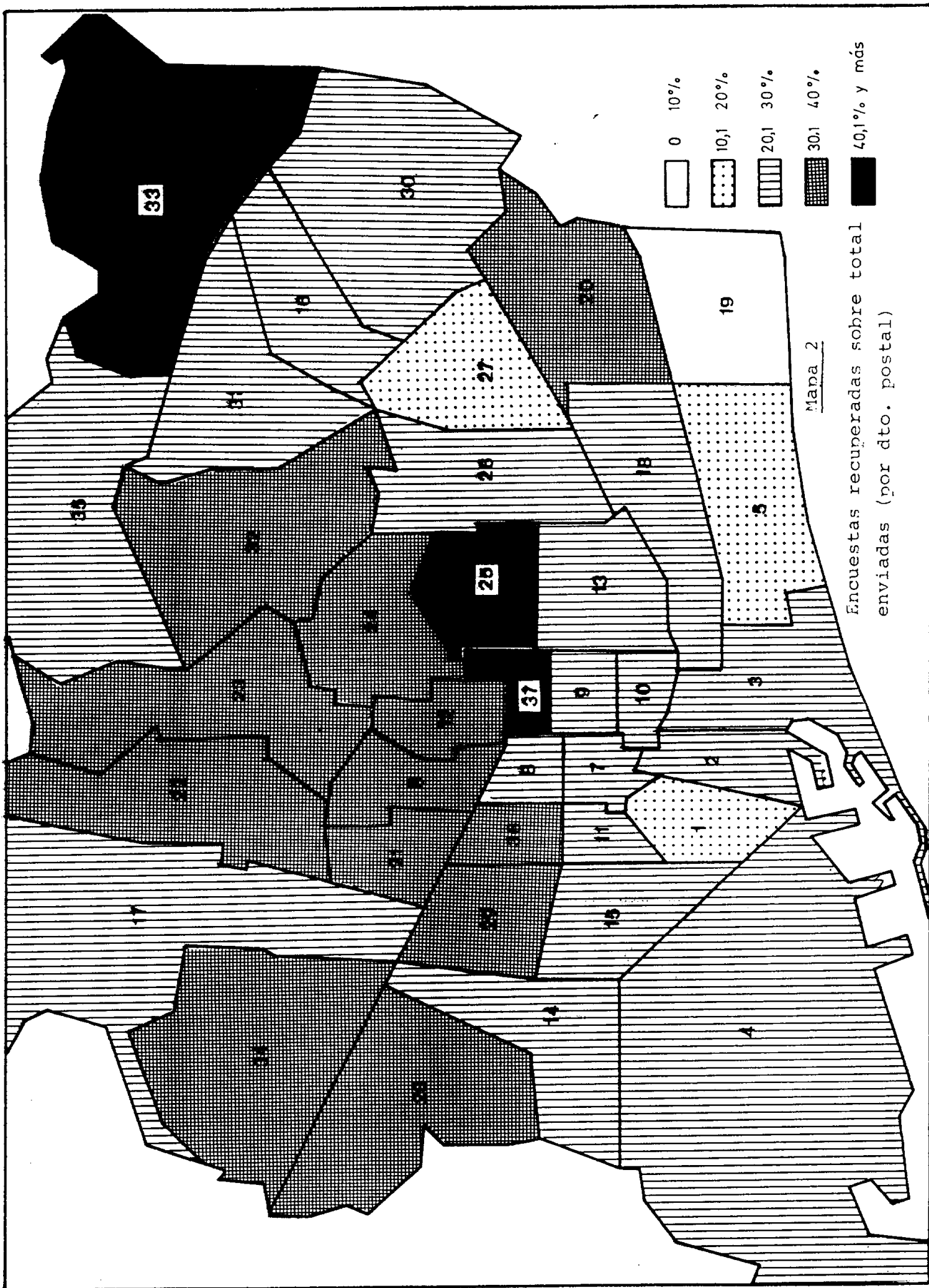
(3) Porcentaje sobre el total de suscriptores

(4) Total de encuestas recuperadas

(5) Porcentaje de encuestas recuperadas sobre el total de enviadas.

Fuente= Los datos referentes a suscriptores y envíos han sido facilitados por La Vanguardia.





Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

Cuadro nº 4.2 ENCUESTAS ENVIADAS Y RECUPERADAS EN LOS MUNICIPIOS DEL AREA METROPOLITANA

Municipio	Habitantes 1975 (1)	Total suscrip.	% suscrip./ habitante	Encuestas enviadas (2)	(3)	Encuestas recuperadas (4)	(5)
Cornellà	91.739	130	0,1	10	7,7	4	40,0
L'Hospitalet	282.141	160	0,1	20	12,5	4	20,0
Mataró	91.587	558	0,6	28	5,0	10	35,7
Sabadell	182.012	873	0,5	42	4,8	8	19,0
Sta. Coloma Gram.	138.091	326	0,2	10	3,1	2	20,0
Cerdanyola	50.885	43	0,1	11	24,6	5	45,5
Viladecans	43.335	61	0,1	11	18,0	2	18,2
Total Municipios área	879.790	2.151	0,2	132	6,1	35	26,5
<u>Total final</u>	2.631.413	47.652	1,9	3.073	6,4	913	29,7

(1) Para algunos municipios no ha sido posible obtener las cifras correspondientes al Censo de población de 1981.

(2) Total de encuestas enviadas.

(3) Porcentaje sobre el total de suscriptores

(4) Total de encuestas recuperadas

(5) porcentaje de encuestas recuperadas sobre el total de enviadas.

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

3. Valoración del sistema de suscripción.

Pasando ya a analizar los resultados de la encuesta, nos referiremos en primer lugar a la valoración del sistema de suscripción. Se considerarán conjuntamente los años de antigüedad de los suscriptores, los motivos que le indujeron a suscribirse y la satisfacción con este sistema. Los porcentajes son sobre el total de encuestas recibidas.

Antigüedad

Menos de 1 año	1-3 años	4-10 años	10-15 años	más de 1
1,9%	5,4%	12,1%	11%	69,2%

Motivos de suscripción

Es el que más me gusta	59,8%
Continuación suscripción familiar	27,2%
Por comodidad	3,9%
Otros	8,4%

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

Satisfacción con el sistema de suscripción

SI (91,5%)		NO (6,7%)	
Llega temprano	22,8	Llega tarde	3,0
Es cómodo	20,2	Se producen pérdidas	3,2
Por costumbre	43,4	Gasto fijo importante	0,2
		No lee diariamente	0,2
		Ata a un periódico	0,4
Otros	4,4	Otros	0,7

En general, el porcentaje de respuestas recibidas es mayor cuanto mayor es la antigüedad del suscriptor. Un 70% de las mismas procede de suscriptores desde hace más de 15 años, lo cual es lógico por lo que supone de mayor identificación subjetiva con el periódico cuanto mayor es el tiempo que lleva en una cita diaria con él. Obviamente este dato anuncia ya que la representación de suscriptores jóvenes en la muestra será escasa.

Los motivos por los que se hallan suscritos ofrecen escasa variedad. En un 60% de los casos se debe a que es el periódico que más les gusta, lo cual desplaza el centro de interés desde el sistema en sí hacia el contenido del periódico. Más de una cuarta parte de los suscrip

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

tores lo son por continuación de la suscripción familiar, reflejando con ello una actitud de inercia más que de convencimiento.

Es mayoritaria la actitud de satisfacción (91,5%) con el funcionamiento de este sistema de adquisición, pero también aquí observamos que la costumbre parece jugar un papel importante, que en este caso se sobrepone ampliamente (43,4%) a otras consideraciones, como el que llegue temprano (22,8%) o que sea cómodo (20,2%).

Entre la minoría de descontentos con la suscripción (6,7%), el principal motivo se debe a que se producen pérdidas, muy igualado con el de que llega tarde. Las demás razones no alcanzan en ningún caso el 1% de las respuestas. La composición social de los encuestados es coherentes con la poca importancia atribuida a que sea un gasto fijo importante.

Por otra parte, aunque el motivo principal de descontento sean las pérdidas que se producen (3,2%) su importancia relativa es muy baja. Debería analizarse si en ello juega un papel importante la persistencia de conser

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

jerías o porterías en los barrios de donde proceden las encuestas, a fin de prever si este porcentaje puede ir en aumento con la progresiva implantación de porteros automáticos.

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

4. Motivos para convertir este periódico en su habitual

En el siguiente cuadro se ordenan los motivos por los que los suscriptores han hecho de La Vanguardia su periódico habitual, según un orden de importancia decreciente (x).

Objetividad contenidos	2,7
Profundidad contenidos	3,1
Amplitud contenidos	3,2
Presentación contenidos	3,8
Presentación gráfica	4,3
Orientación ideológica	4,5
Fácil lectura	4,6
Formato	5,2

Entre los suscriptores, al igual que entre los lectores de La Vanguardia, los motivos de fondo predominan sobre los de forma a la hora de decidirse por un periódico.

(x) Las cifras corresponden a un índice ponderado según la frecuencia de las puntuaciones atribuidas a cada motivo. En general, esta pregunta ha sido entendida por los suscriptores en el sentido de dar la puntuación más baja (1) al motivo más importante y viceversa, razón por la cual la importancia de los motivos de compra sigue una progresión numérica decreciente, al contrario de lo que ocurría en la muestra general, en que los encuestadores siguieron una lógica inversa.

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

dico. Dentro de esta tónica general, pueden apreciarse sin embargo leves matices en las valoraciones hechas por ambos públicos, que cabe atribuir a una distinta concepción del producto periodístico, condicionada por un nivel cultural también distinto. Primar la objetividad y profundidad, por encima de la amplitud y fácil lectura, podría responder a una aproximación más intelectual al producto periodístico. Se valora que las noticias no sean sometidas a deformaciones y por otra parte la complejidad de un texto no parece constituir obstáculo alguno de enfrentarse a la lectura de prensa.

En los aspectos más formales, esta actitud se traduciría en una mejor apreciación del "buen acabado" del producto, es decir, de la presentación gráfica y de contenidos.

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

5. Frecuencia de lectura y opinión que le merecen las distintas secciones.

En el cuadro 4.3 figura la frecuencia de lectura de las distintas secciones de La Vanguardia. En el 4.4 se recoge la opinión de los suscriptores sobre el tratamiento dado a las mismas cuando éstas son leídas "siempre" o "a veces". No se mantiene la subdivisión entre bien, regular o mal (B, R, M) cuando el lector afirma no leerlas casi nunca o nunca.

En cuanto a la frecuencia de lectura, las secciones más leídas -por cerca del 70% del público receptor- son aquellas que ya hemos definido en el apartado 2.4 (parte II) como secciones puntal:

Catalunya	68%
Internacional	68%
Local	67%
Estatat	66%
Editorial	65%

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

Con una frecuencia de lectura intermedia -entre el 40-50% de suscriptores- se encuentran las secciones:

Economía	(46%)
Sucesos	(46%)
Deportes	(43%)

Las secciones menos leídas son:

Laboral	30%
Cultural	30%
Religión	21%

Hay que añadir a estas secciones poco leídas otras como Cartelera, Ofertas y Demandas, Anuncios por palabras, para las que la poca frecuencia de lectura debe atribuirse a que se acude a ellas en circunstancias muy concretas.

Si comparamos la frecuencia de lectura de los suscriptores con la de los habituales, observamos que, en líneas generales, ésta es parecida para la mayoría de secciones. Sin embargo, hay que señalar que se da aquí una mayor importancia a la información internacional que ocupa ahora el segundo lugar en vez del cuarto, quedando casi equiparada con la referente a Catalunya. De acuerdo con ello nos hallaríamos frente a un público muy interesado por el contexto social catalán, pero con una visión más

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

amplia, menos localista quizá, que atribuye una mayor importancia al panorama internacional que al local. Asimismo, se interesa más por los artículos de fondo y las colaboraciones -un 65% las lee siempre, frente al 35% entre los lectores habituales.

Este mismo público lee con mucha menor frecuencia que los habituales Cartelera, Oferta y Demanda, Anuncios, etc.

En cuanto a la opinión que les merece a los suscriptores el tratamiento dado a las secciones, hay que destacar que para la mayoría de ellos, las secciones suelen estar bien tratadas. Los porcentajes de aceptación entre los suscriptores que las leen siempre oscilan entre el 93% y el 68%, destacando ; Editorial (93%), e Internacional (89%). Las secciones con menor aceptación son: Laboral (52%), Cultura (61%) y Deportes (62%).

Esta valoración se mantiene a grandes rasgos entre quienes las leen siempre y a veces, aunque en este último caso los porcentajes de aceptación son menores.

Entre los cinco temas por los que más se interesa el lector, la unanimidad en valorar positivamente "editorial y colaboradores" es casi total-93%; mientras que la infor

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

mación de Catalunya es la que obtiene una puntuación relativamente más baja. Aunque un 70% siguen considerándola bien tratada, este porcentaje la coloca en último término dentro de las cinco principales. El 2,2% de quienes le asignan un "mal" es sensiblemente superior al de las restantes.

Entre las secciones "menores", los temas laborales obtienen una evaluación relativamente pobre, con casi un 6% que los consideran mal tratados y poco más de la mitad con una opinión abiertamente favorable.

Las ofertas-demandas y anuncios se sitúan por su parte en cabeza del ranking. Se las considera bien tratadas, con una unanimidad que supera la de secciones principales dentro del periódico.

En resumen, la valoración de los suscriptores se asemeja bastante, en líneas generales con la que hacen los habituales, si bien con porcentajes de aceptación superiores en aquellos.

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

6. Valoración global del periódico.

En los cuadros 4.5 (en detalle) y 4.6 (resumido) figura la valoración global que hacen los suscriptores de su diario. Los comentarios se refieren al cuadro 4.5, en que el "SI" y el "NO" agrupan los porcentajes correspondientes a la suma de "mucho+bastante" y de "poco+nada", respectivamente. Las respuestas se han clasificado según el grado de unanimidad decreciente, ya sea en sentido afirmativo o negativo.

En general, podemos afirmar que existe un acuerdo bastante generalizado en los que a la calidad periodística se refiere. Destacamos al respecto aquellas características en que coinciden más del 85% de los suscriptores:

Autenticidad noticias	92%
Lenguaje claro	92%
Conservador	89%
Agil	85%
Objetivo	85%
No sensacionalista	85%

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

Entre el 85% y el 92% de las respuestas coinciden en asignarles características que suponen una valoración positiva en el aspecto profesional: autenticidad de las noticias, claridad de lenguaje, agilidad, etc. Señalemos que se intercala entre tales características una de signo más político, la del conservadurismo del periódico, un calificativo sobre el que tampoco existe gran disparidad de opiniones. No podemos afirmar en este caso si responde a una valoración subjetiva positiva o negativa, teniendo en cuenta la procedencia mayoritaria de las respuestas, de barrios donde las fuerzas conservadoras tienen un predominio claro.

Ateniéndonos a los aspectos profesionales, observamos que la posibilidad de una lectura rápida recoge la máxima, aunque no excesiva, división, ya que es admitida por un 72% de los lectores.

Las máximas discrepancias se producen ante calificativos que implican connotaciones políticas más que profesionales y que pueden prestarse a interpretaciones más ambiguas que las del término conservador. Nos referimos en especial a "abierto a todas las ideologías" y a "catalanista". En ambos casos sólo coinciden un 60%, aproxi-

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

madamente, de las opiniones emitidas, considerándole abierto a todas las ideologías y no catalanista. La independencia es ligeramente contestada, con un 13% que la ponen en cuestión.

Si comparamos estas respuestas con las de los lectores habituales, observamos que en líneas generales coinciden, con dos variantes principales: la de un menor porcentaje de no respuestas y una también menor discrepancia de opiniones entre los suscriptores.

La mayor familiarización con el periódico podría explicar el primer aspecto. En cuanto a la discrepancia de opiniones, posiblemente se debe a una actitud más crítica por parte de los no suscriptores, menos identificados subjetivamente con el periódico.

En resumen, podemos destacar como aspectos positivos la amplia mayoría que coincide en cuanto a la profesionalidad del periódico.

En cambio, del conjunto de características analizadas, se desprende una imagen de periódico ideológicamente encasillado y con una actitud algo cerrada a la penetración

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

de ideologies de distinto signo. Ello se traduciría en que pueda cuestionarse su independencia por un sector de su lectorado. A ello hay que añadir la consideración de poco catalanista que para una parte de los suscriptores podría tener una dimensión peyorativa, si tenemos en cuenta otros dos factores. De un lado, el interés demostrado por las secciones referentes a la información de Catalunya y la puntuación no muy alta que se concedía a su tratamiento. Por otra, el perfil sociológico del suscriptor, que como veremos más adelante ha nacido mayoritariamente en Catalunya y se caracteriza por su buen conocimiento del catalán y el uso generalizado de este idioma en las relaciones familiares y extrafamiliares.

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

7. Tendencia ideológica atribuida a distintos periódicos

En el cuadro 4.7 aparece la valoración ideológica de distintos periódicos por parte de los suscriptores de La Vanguardia, según la misma escala utilizada en la parte general.

La mayoría de suscriptores de La Vanguardia (82%), consideran a su periódico situado ideológicamente entre el centro-derecha y el centro. Esta valoración coincide plenamente con la que hacen los lectores habituales, si bien en el caso de los suscriptores, los porcentajes son más elevados debido a que aumenta el porcentaje de respues-tas.

En cuanto a la valoración ideológica de los otros diarios, la tendencia general es situarlos entre el cen-tro y la izquierda, cifra sensiblemente inferior a la que encontrábamos entre los habituales, indicando una mejor información respecto a otros" productos "existentes en el mercado.

Esta situación ideológica ofrece algunos matices entre los rotativos. Así, mientras El Periódico es considera-do como de izquierda o centro-izquierda, Avui y El País,

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

son considerados de centro-izquierda, si bien un porcentaje significativo de suscriptores los sitúa tanto en la izquierda como en el centro.

Si lo comparamos con la valoración que hacen los lectores habituales de La Vanguardia, observamos una valoración ideológica de los periódicos desplazados hacia la izquierda . Así, mientras para éstos El Periódico es un diario de izquierda o centro-izquierda, para los habituales es de centro o centro-izquierda. En cuanto a Avui y El País, si bien hay coincidencia en situarlos en el centro-izquierda o en el centro por parte de ambos lectorados, hay un mayor porcentaje de suscriptores que los consideran de izquierdas.

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

8. Perfil sociològic del subscriptor

En los cuadros que siguen recogemos las principales características sociológicas del subscriptor, referidas a edad, ocupación, ámbito de procedencia y uso del catalán, calculadas en porcentajes sobre el total de respuestas recibidas:

Cuadro nº 4.8 EDAD Y SEXO

Edad

menos de 24	25-34	35-44	45-54	55-64	65 y más
2,5	9,6	16,2	19,8	23,4	27,7

Sexo

Hombre	Mujer
82,8	16,7

Cuadro nº 4.9 ACTIVIDAD/OCUPACION

Titulado superior	19,3
Jubilado	17,5
Empresario	11,4
Comercio	10,5
Titulado medio	7,11
Administrativo	4,7
Directivo superior	4,4
Sus labores	3,2
Trabajador cualificado	2,6

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

Cuadro nº 4.9 (Continuación) ACTIVIDAD/OCUPACION

Directivo medio	2,3
Empleado	2,1
Profesor	1,9
Funcionario	1,9
Trabajador no cualificado	0,3
Parado	0,10
NC + NS	10,73

Se observa que el número de respuestas aumenta con la edad de los suscriptores: casi un 30% de los que han contestado se halla en edad de jubilación, con 65 o más años. Probablemente una mayor disponibilidad de tiempo libre favorece esta actitud más participativa, a la que también se hallan dispuestos los lectores más antiguos por su identificación con el diario.

En cuanto al sexo, predominan los hombres, aunque debe precisarse que en algunos de los cuestionarios devueltos se hacía constar explícitamente que habían sido rellenados de común acuerdo entre el cabeza de familia y su cónyuge, hecho que no hemos recogido en la codificación al no tener prevista la respuesta "ambos", dándose

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

prioridad al cabeza de familia. En caso contrario quizá habría disminuído algo la desproporción entre hombres y mujeres. Pero lo destacable del hecho es precisamente el carácter familiar que en muchos casos se ha imprimido al acto de responder a este cuestionario.

La composición socio-profesional refleja una composición altamente cualificada, en la que los titulados superiores suponen casi un 20%. Titulados, directivos o empleados en el sector terciario se reparten los siete primeros puestos en cuanto a importancia numérica. Destaquemos asimismo el alto índice de jubilados (17,5%) -al que ya apuntábamos al comentar las edades-, segunda categoría en orden de importancia entre las mencionadas.

En la casi obligada comparación con los resultados de la muestra general, se aprecia una clara diferenciación en la composición social. El porcentaje de empresarios es ahora superado ampliamente por los titulados universitarios, mientras que las respuestas procedentes de obreros no cualificados son prácticamente inexistentes.

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

La procedencia geográfica de las respuestas, que analizábamos en el apartado 2 (parte III) permitía prever el alto nivel socio-económico que iba a caracterizar la muestra así obtenida. Al margen de que ésta sea en gran parte representativa de todos los suscriptores de La Vanguardia, quizá sea necesario aludir de nuevo el sesgo que suelen presentar las encuestas postales, en cuanto a un nivel educativo más elevado de quien responde a las mismas.

Cuadro nº 4.10 AMBITO DE PROCEDENCIA

Catalunya	83,2
Fuera de Catalunya:	16,4
Extranjero	3,5
Aragón	2,5
Rioja-Santander	2,2
Valencia	1,8
Andalucía	1,8
Castilla la Nueva	1,3
Otros	3,3

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

Cuadro nº 4.11 GRADO DE FLUIDEZ Y CONOCIMIENTO DEL CATALÁN

<u>Fluidez respecto al castellano</u>		<u>Conocimiento del catalán</u>		
	%		SI%	NO%
mayor fluidez	28,4	Entiende	96,7	0,6
igual fluidez	50,4	Habla	90,3	8,9
menor fluidez	18,0	lee	90,4	8,6
		Escribe	53,8	43,1

Cuadro nº 4.12 IDIOMA UTILIZADO CON FAMILIARES Y AMIGOS

	<u>catalán</u> %	<u>castellano</u> %	<u>otros</u> %	<u>NC</u> %
Hijos	56,4	27,7	0,7	15,1
Padres	52,3	20,9	2,0	24,6
Cónyuge	55,4	30,6	0,5	13,3
Amigos	76,8	20,1	0,2	2,7

En cuanto al ámbito de procedencia, la gran mayoría de los suscriptores (83%) han nacido en Catalunya. Es de destacar que del 17% restante, un 3,5% ha nacido en el extranjero, Aragón, Rioja-Santander, Valencia y Andalucía siguen en este mismo orden de importancia, con porcentajes que en ningún caso superan el 2,5%.

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

Es sin duda chocante que el número de extranjeros sobrepase al de nacidos en el resto de España. Podría quizá explicarse esta sobrerrepresentación por dos factores no excluyentes. De un lado, una mayor familiaridad con este tipo de consultas en sus países de origen -consultas que son tanto más habituales cuanto mayor es el desarrollo del país-. Por otro, un nivel cultural alto, que comporta una actitud más favorable a la respuesta, nivel que podía inferirse por el tipo de actividad, años de residencia en España y país de procedencia de los suscriptores extranjeros.

En lo que se refiere al idioma, la fluidez en el catalán suele ser la norma entre los suscriptores. Tan sólo en un 18% de los casos lo hablan con menor fluidez que el castellano.

Se da asimismo un buen conocimiento del catalán en todos sus niveles, tanto hablado como escrito. Pueden escribir en catalán más de la mitad de los encuestados y el conocimiento del mismo en todos sus niveles da una respuesta afirmativa en más de un 90% de los casos.

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

El catalán es también ahora el idioma predominante en el uso extrafamiliar (76%), pero lo hablan con hijos, pa dres o cónyuges más de un 50%.

Una vez más la población suscriptora difiere de la lec tora de La Vanguardia, en este caso al mostrar una actitud más favorable hacia el idioma catalán, manifestada tanto por una inclinación a hablarlo con más frecuencia, como por un mayor conocimiento a todos los niveles.

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

Cuadro nº 4.3 Frecuencia de lectura de las secciones

Secciones	Frecuencia de lectura		
	Lee siempre	Lee a veces	Lee casi nunca o nunca
Editorial y colaboradores	65	25	6,5
Internacional	67,6	26,2	4,0
Información Catalunya	67,7	24,8	4,8
Información España	66,3	27,7	3,1
Noticias Locales	66,9	23,1	5,9
Economía	46,3	28,9	19,6
Temas Laborales	30,2	37,2	27,2
Cartelera	13,4	39,6	41,9
Actividades culturales	29,5	43,1	22,9
Oferta-Demanda Trabajo	4,1	13,1	76,1
Oferta-Demanda Vivienda	2,1	9,5	81,9
Anuncios palabras	2,7	11,0	79,9
Religión	21,3	35,4	38,1
Deportes	42,5	27,8	26,1
Pasatiempos Humor	38,6	28,6	28,6
Sucesos	45,8	33,1	17,8

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

Cuadro nº 4.4 Valoración del tratamiento dado a las secciones según la frecuencia de lectura

Secciones	Valoración entre quienes las leen:					
	Siempre			A Veces		
	B	R	M	B	R	M
Editorial y colaboraciones	92,9	3,8	-	71,9	21,2	0,4
Internacional	89,2	6,9	0,6	83,4	11,2	0,4
Información Catalunya	69,9	23,4	2,2	46,1	32,8	2,1
Información España	73,9	20,8	0,9	50,9	35,4	2,7
Noticias locales	74,3	19,3	1,4	51,6	32,2	2,3
Economía	78,1	15,2	2,1	62,4	18,7	1,5
Temas laborales	51,7	34,8	5,7	28,9	42,9	4,3
Cartelera	75,0	13,7	4,0	65,1	14,2	2,4
Actividades culturales	60,6	25,7	4,7	48,1	30,7	4,2
Oferta-Demanda Trabajo	89,4	5,2	-	81,8	5,7	-
Oferta-Demanda Vivienda	75,0	10	5	78,4	11,3	-
Anuncios palabras	72	12	-	78,4	3,9	1,9
Religión	69,3	20,4	1,5	59,8	25,4	2,4
Deportes	62,1	26,3	6,9	57,8	23,8	3,9
Pasatiempos humor	72,3	21,9	1,9	53,6	32,3	1,5
Sucesos	67,9	23,0	1,6	52,1	24,9	2,9

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

Cuadro nº 4.5 Valoración global del periódico

Características	Valoración			
	Mucho %	Bastante %	Poco %	Nada %
Independiente	32,7	49,2	10,1	0,8
Rápido de leer	34,2	43,5	11,3	1,9
Agil	32,4	39,6	16,6	3,3
Sensacionalista	61,3	2,4	6,1	1,0
Secciones para todos	38,6	43,7	7,0	0,3
Abierto todas ideologías	18,0	45,1	23,2	4,2
Conservador	42,3	46,4	2,8	0,7
Catalanista	3,7	22,5	49,7	9,4
Objetivo	44,0	41,0	4,0	0,5
Lenguaje claro	55,0	36,9	1,6	0,2
Autenticidad noticias	68,7	23,7	0,3	-

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

Cuadro nº 4.6 Valoración global del periódico (resumen)

Características	SI	NO
Autenticidad noticias	92,4	0,3
Lenguaje claro	91,9	1,8
Conservador	88,7	3,5
Agil	85,4	7,1
Objetivo	85,0	4,5
Sensacionalista	3,7	84,9
Secciones para todos	82,3	7,3
Ameno	81,9	10,9
Independiente	77,7	13,2
Rápido de Leer	72,0	19,9
Abierto a todas ideologías	63,1	27,4
Catalanista	26,2	59,1

(Clasificación según grado de unanimidad en las respuestas)

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

Cuadro nº 4.7 TENDENCIA IDEOLOGICA ATRIBUIDA A LOS DISTINTOS PERIODICOS

	La Vanguardia %	El Periódico %	Avui %	El País %
Extrema izquierda	0,1	2,9	1,0	0,6
Izquierda	0,1	29,7	11,7	10,9
Centro-izquierda	3,7	17,3	26,2	19,2
Centro	30,1	3,6	13,6	12,4
Centro-derecha	52,4	0,4	5,1	4,0
Derecha	10,2	0,1	1,7	2,6
Extrema derecha	-	0,1	-	0,1
NC	3,1	45,6	40,3	50,3

IV. CONCLUSIONES

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

IV. Conclusiones

1. Valoración global de los resultados obtenidos.

Al describir los aspectos más destacados que revela la encuesta a los lectores de prensa, debe hacerse una observación preliminar.

El presente trabajo no se ha planteado como un estudio de mercado del que se deriven recomendaciones en cuanto a una línea concreta a seguir por parte del periódico, ya sea en su forma o contenido. Desde un principio se ha pretendido únicamente ofrecer algunos datos que puedan servir de base para formulaciones de este tipo a los expertos en la materia. Con todo, nos parece lícito derivar algunas consideraciones generales respecto a la imagen global que ofrece en el mercado La Vanguardia.

Estas consideraciones precederán al resumen de conclusiones generales que recoge, capítulo por capítulo y de forma muy sintética, los puntos más destacados del estudio.

La comparación con otros periódicos se irá manteniendo a lo largo de los resúmenes por capítulos. En el apartado 3, se ofrece un extracto de las conclusiones referidas exclusivamente a La Vanguardia, en forma de cua-

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

dro-resumen.

Antes de entrar en la enumeración de las conclusiones relativas a cada capítulo, podemos señalar dos aspectos principales de las valoraciones que el lector realiza de "su" periódico, en este caso La Vanguardia: el contenido y su ubicación ideológica.

Por lo que respecta a la Valoración del contenido, la principal conclusión a extraer es la de que se da una actitud netamente favorable del lector hacia el producto elegido en lo que a los aspectos profesionales se refiere. En general predominan valoraciones que desde un punto de vista periodístico pueden considerarse positivas: claridad de lenguaje, agilidad, autenticidad de las noticias, etc. Por otra parte, las secciones básicas son leídas con frecuencia y suelen considerarse bien tratadas por la gran mayoría de los encuestados. En este aspecto y salvando algunos matices, cada público lector parece relativamente satisfecho con el periódico elegido.

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

Si analizamos ahora la ubicación ideológica atribuida por sus lectores, parece existir una relativa unanimidad en considerarle situado más a la derecha que a los restantes rotativos, opinión compartida por el público de éstos, que incluso resalta con mayor énfasis la consideración de periódico "de derechas".

¿En qué medida puede influir esta imagen en la evolución futura de la población lectora de La Vanguardia? ¿Hasta qué límite puede mantenerse la actual situación de los lectores que, -con posicionamiento político de centro-izquierda e izquierda- siguen adictos a una publicación que es mayoritariamente considerada de centro-derecha y derecha?

Podemos preguntarnos si este límite de resistencia es la ausencia de un competidor que, con la misma "calidad profesional", se aproxime más a la auto-identificación política de este segmento de lectores.

Nos movemos aquí en el terreno de las hipótesis, en las que deberían barajarse otros elementos, que no pueden desprenderse de los datos disponibles en nuestro trabajo. Esto imposibilita una respuesta contundente al interrogante anterior.

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

Si la valoración ideológica no permite extraer conclusiones contundentes, algo diferente puede anticiparse respecto de otra información apuntada por la encuesta, y que constituye su núcleo central.

Nos referimos a la definición del perfil de públicos lectores de La Vanguardia, que aparece con una pirámide de edades sensiblemente madura y aún envejecida y, a la vez, con un bajo nivel de estudios y cualificación profesional.

Como ya hemos dicho, ambos datos se hallan interrelacionados y, en cierta medida, revelan una imagen que contrasta con una población general más joven y más instruída.

Otros periódicos dan como hemos visto una composición más sintonizada con esta evolución.

¿Debe estimarse que, de no atender a este dato, puede producirse una pérdida de implantación en las nuevas generaciones que acceden al hábito de lectura de prensa?

Nos parece que el mero hecho de podernos plantear este interrogante tiene su trascendencia.

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

En cuanto a respuestas, debe partirse del desfase entre el "Sistema de valores y creencias" de estas generaciones jóvenes y más instruidas, por un lado, y el modelo que sigue convenciendo al lector "tradicional", por otro.

La adhesión y la satisfacción de este último sería un índice negativo para pronóstico de una ampliación y, en último término, una amenaza de erosión -y no sólo vegetativa- del tipo predominante de lector.

Pero, para llevar más a fondo esta investigación, sería necesario a la vez contemplar el impacto que otros medios de comunicación masiva ha tenido y tiene sobre la población y, más específicamente, sobre sus componentes más jóvenes.

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

2. Principales conclusiones relativas a cada capítulo

Entrando ya en el resumen de las conclusiones generales de cada capítulo creemos necesario hacer hincapie en el carácter resumido de las mismas y remitir al lector al capítulo correspondiente en que éstas son debidamente argumentadas y matizadas.

2.1. Estudio de hábitos y modos de adquisición y lectura.

Los aspectos más significativos que revelan el estudio de las respuestas se concretan en los siguientes puntos:

1. Habitualidad (fidelidad).- Es elevada la tasa de habitualidad que se da entre los lectores de La Vanguardia, que encabeza en este punto la clasificación general. Un bloque superior al 80 por ciento de sus lectores ^{son} asiduos, con lo que esto significa de consistencia en cuanto a la acogida.

2. Habitualidad "subjetiva".- En este orden de cosas, resalta asimismo la tasa de lectores que se consideran habituales a pesar de que su índice de lectura revela una frecuencia reducida. Esa "autocalificación", que no se ajusta excesivamente al comportamiento real, debe valorarse como efecto del "peso sociológico" de La Vanguardia

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

dentro de la población encuestada, muy superior a la de otros diarios donde se da una mayor correspondencia entre la habitualidad "objetiva" y la habitualidad "subjetiva".

3. Adquisición por suscripción.- No por conocida debe ignorarse la diferencia considerable que separa a La Vanguardia respecto de los demás diarios en cuanto a la tasa de suscriptores. La valoración de este aspecto desborda lo estrictamente económico y comercial para adentrarse en lo institucional y social.

4. Adquisición por "terceros".- También es notable el porcentaje de lectores de La Vanguardia que accede a la misma, sin protagonizar el acto mismo de la adquisición. Otros "familiares", "personas", "instituciones", "centros de trabajo", etc. se encargan de facilitar a un buen porcentaje la lectura del periódico. Mientras que en algunos casos se podrá valorar lo que este método de acceso tiene de continuidad, en otros puede estimarse como fragilidad de la relación lector-periódico que queda a la decisión de terceros.

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

5. Horario de compra.- Por lo que representa al horario de compra, la escala de frecuencia que presenta La Vanguardia es, según la encuesta, sensiblemente paralela a la de otros diarios -salvo para El País-, si bien con una relativa inflexión hacia horas más avanzadas de la mañana.

6. Horario de lectura.- No parece darse una diferencia particular respecto de los demás diarios, salvo para los vespertinos y El País.

7. Tiempo ideal para dedicarlo a informarse.- El tiempo que se considera necesario conceder a la lectura de prensa suele ser de media hora a una hora -entre el público de La Vanguardia y El Periódico son más numerosos los partidarios de una lectura más rápida, de 30 mns. como máximo -.

8. Lugar de lectura.- La Vanguardia aparece -junto con Avui- como un periódico de lectura claramente más doméstica y menos "laboral" -en centro de trabajo- que otros diarios analizados. Tampoco es importante el porcentaje de lectores en transporte público, que es algo inferior al de otros diarios.

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

9. Modo de lectura.- La lectura del periódico suele hacerse de una vez en la mayoría de los casos. Esta preferencia es más acusada en La Vanguardia y El Periódico, y mucho menos en el País. La disponibilidad de tiempo libre y la lectura en casa pueden favorecer esta opción.

10. Valoración general.- De los extremos aquí tratados, quizá sea posible derivar los elementos de estabilidad, consistencia, prestigio social y carácter "familiar" o "doméstico" que revelan los lectores de La Vanguardia como "periódico de familia", por las connotaciones de estabilidad e "institucionalidad" que hemos detectado. Queda al juicio del intérprete valorar las consecuencias -positivas o negativas- que en campos diferentes (económico, profesional, político) pueden derivarse de esta apreciación general.

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

2.2. Actitudes ante el periódico habitual y opinión que le merece.

En cuanto a actitudes y opinión sobre el periódico ha bitual:

1. Motivos para convertir un periódico en habitual.- En general, los motivos para convertir un periódico en su habitual, son más de fondo que de forma; la amplitud, la objetividad y la profundidad, en los contenidos, influyen más que la presentación gráfica o el formato.

Esta afirmación es válida a nivel general y para cada uno de los diarios, con algunos matices.

Entre los lectores de La Vanguardia se da cierta preferencia por la amplitud de los contenidos y la fácil lectura, interés que puede relacionarse con la composición socio-profesional y por edades de su público. Una mayor disponibilidad de tiempo libre por parte de los jubilados -contingente importante de su lectorado- incidiría en primar la extensión. La fácil lectura puede por otra parte ser muy valorada por una parte de su público que, por ocupación o por nivel de estudios, desean dedicar a la lectura de prensa un tiempo más limitado.

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

Una mayor exigencia en cuanto a la profundidad y la objetividad como la que se da entre los lectores de El Periódico o El País, puede proceder de un tipo de público más joven y con una formación cultural más sólida, -como sería el caso de El País- con una mayor exigencia en cuanto al contenido de las noticias y a las posibles deformaciones informativas.

2. Antigüedad de los lectores.- Antes de analizar la antigüedad de los lectores de los respectivos diarios, bueno será recordar la desigual antigüedad de los periódicos, que hace difícil la comparación de los respectivos lectores. Así, mientras La Vanguardia, acaba de festejar el centenario de existencia, El Periódico acaba de cumplir sólo tres años de vida. Avui y El País aparecieron en el mercado hace cinco y seis años, respectivamente. El comentario sobre la antigüedad de los lectores de La Vanguardia y la de los del resto de diarios es forzosamente distinto, y la comparación ha de referirse a los tres diarios más jóvenes.

Así, respecto a la antigüedad de los lectores de La Vanguardia, hay que constatar, que este diario mantiene

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

una gran regularidad y estabilidad en la captación de lectores durante el último decenio, que suponen la mitad de sus lectores totales. El resto de lectores, aproximadamente a partes iguales, tiene una antigüedad entre diez y veinte años, y de más de veinte años.

Menos consolidados se muestran el resto de periódicos, con una tendencia general en el último año a moderar su crecimiento. En cuanto a la antigüedad de sus lectores, destacar que el mayor porcentaje de lectores de El Periódico y El País, se concentra en el año 1979, mientras en Avui el mayor número de lectores se recluta en el año de su aparición, 1 76 y en el siguiente.

3. Frecuencia de lectura de las secciones.- La mayor frecuencia de lectura se da en las secciones de información política general -Catalunya, local, estatal, internacional-, laboral y de opinión. Son éstas las que pueden considerarse secciones puntal de un periódico. La Vanguardia se separa algo de esta tónica general, por cuanto las dos últimas son menos leídas.

Las secciones menos leídas constituyen en general una

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

categoría distinta, aquellas a las que el lector acude en circunstancias concretas -cartelera, ofertas y demandas, anuncios-. Relación da una frecuencia de lectura similar a éstas.

Dentro de las secciones de información política general, se observa un mayor interés por su lectura cuanto más próximo es, para el lector, el contexto geográfico de la información referente a Catalunya, que supera ligeramente al de la política estatal.

Para La Vanguardia y El Periódico, las frecuencias de lectura se reparten de manera más uniforme entre las secciones que en el caso de Avui y El País. Es decir, que para los primeros las secciones que hemos calificado de puntales no destacan tanto sobre las marginales en cuanto a la captación de público. De ello podrían derivarse dos tipos de conclusiones: una mayor especialización de los dos primeros en algunas secciones de información general y por otro lado, la mayor heterogeneidad del público de los segundos, que dedica más atención hacia secciones más secundarias -ofertas-demandas, anuncios,

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

cartelera, etc.- por necesidades de tipo laboral, de ocio, etc. Destaquemos que éstas son especialmente leídas en el caso de La Vanguardia.

4. Valoración del tratamiento dado a las secciones.- Señalemos en primer lugar que se observa una desigual valoración entre los lectores según la tirada de los periódicos. Así, los lectores de La Vanguardia y El Periódico consideran en general bien tratadas todas., mientras que los de Avui y El País, valoran favorablemente sólo algunas de ellas: para los lectores de Avui, Catalunya y Local; para los de El País, Internacional y Estatal. Los lectores de La Vanguardia tienen una opinión muy favorable de las secciones de Oferta y Demanda, que obtienen una mejor valoración de la que dan, para las mismas secciones, los habituales de los otros diarios. También hay que resaltar la opinión desfavorable que tienen los lectores de El País del tratamiento dado a la sección Catalunya.

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

Esta desigual valoración de las secciones por parte de los lectorados de La Vanguardia y El Periódico de una parte, y de los de Avui y El País por otra, puede deberse a dos razones: por una parte, a que la mayor cualificación profesional, y de nivel de estudios, de la mayor parte de los lectores de Avui y El País, puede conducir a que estos emitan un juicio más crítico del tratamiento dado a las secciones; y por otra, a la característica de periódico "especializado" en determinados temas, ^{ya} a tenor de la valoración hecha por sus lectores, parece observarse de estos rotativos.

5. Periódico preferido en segundo lugar.- La mayor parte de lectores lo son de un sólo periódico, ya que no muestran preferencia por otro diario. Esto es así especialmente para los lectores de La Vanguardia y El Periódico, dado que únicamente una cuarta y quinta parte de sus lectores, respectivamente, manifiesta preferencia por otros periódicos. Los de La Vanguardia, se inclinan mayoritariamente por El Periódico, y los de El Periódico, por La Vanguardia.

Equip de Sociologia Electoral (UAB)

Sin embargo, un porcentaje considerable de lectores de Avui (40%) y de El País (54%) sí se inclinan por otros periódicos, con especial preferencia por La Vanguardia en el primer caso y por El Periódico en el segundo.

Ello hace suponer, como ya apuntábamos, que Avui y El País podrían ser el complemento a los otros dos rotativos. Captan una parte de lectores que probablemente no consideran cubiertas sus necesidades informativas con las anteriores. Recordemos al respecto, la alta valoración que se da a la información de Catalunya y local en Avui o a la internacional y estatal en El País. Este sector de lectores pueden mantener de forma esporádica o simultánea la adquisición de La Vanguardia y El Periódico. Cabe preguntarse hasta qué punto una mejora en el tratamiento dado a estas secciones podría convertir las compras esporádicas en cotidianas.

6. Valoración global del periódico.- En cuanto a la valoración global del periódico habitual, los lectores suelen coincidir en considerar al "suyo" como ameno, obje-

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

tivo, ágil, de lenguaje claro y con autenticidad en las noticias.

Señalemos que para la mayoría de sus lectores, El Periódico, Avui y El País, se caracterizan por la independencia y el no conservadurismo. Para gran parte de los de la Vanguardia, éste es conservador. Un porcentaje apreciable de su público pone en cuestión el carácter independiente del periódico.

Existe pues una gran coincidencia en valorar bien los aspectos que podemos considerar de profesionalidad periodística. En cambio, al pasar a aspectos más "políticos" se observa una valoración de distinto signo entre los lectores. La Vanguardia aparece claramente destacada respecto a los demás por su carácter conservador. Avui, por su parte es el único rotativo considerado como catalanista por una gran mayoría de su público. En el País destaca la consideración de independencia y de no catalanismo, mientras que El Periódico no ofrece una característica especialmente marcada.

7. Valoración ideológica del periódico habitual y de los no habituales.- La tendencia ideológica puede ser diversamente juzgada por los lectores habituales y por los no habituales. Advertimos, sin embargo, que a medida que

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

disminuye la tirada de los periódicos aumenta la abstención en definirlos ideológicamente por parte de los no habituales.

Aunque la tendencia de El Periódico es valorada por ambos lectorados de forma coincidente, situándolos entre el centro y el centro-izquierda, no ocurre lo mismo con La Vanguardia y Avui. La primera es considerada claramente de derecha por los no habituales, en contraposición al centro-derecha en que lo sitúan sus lectores. Algo parecido ocurre con Avui, al que lectores de otra prensa desplazan algo más hacia el centro-derecha, respecto a las posiciones de centro-izquierda que le atribuyen sus habituales.

En general, parece existir un rechazo de las valoraciones de derechas u una tendencia a considerar que los demás periódicos están situados más a la derecha de lo que sus propios lectores creen. En definitiva, predomina la creencia de que la derecha "son los otros".

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

2.3 Perfil sociològic de los lectores habituales.

Sintetizaremos a continuación los rasgos sociológicos básicos que pueden definir a los distintos públicos lectores de prensa, agrupando variables afines de forma que puedan simplificarse al máximo los comentarios.

1. Edad.- Como rasgo común a todos los periódicos señalamos que se produce un descenso en el número de lectores a medida que aumenta la edad, con la única excepción de La Vanguardia en la que se da una baja representación de la población joven, a la vez que una preeminencia del intervalo de edades comprendido entre 35 y 54 años.

Dentro de la tónica señalada, El País destaca por la extremada juventud de sus lectores. Avui y El Periódico mantienen cierto paralelismo en la estructura de edades, aunque en el primero es marcadamente más elevado el porcentaje de lectores con más de 55 años.

2. Estado civil.- En cuanto al estado civil predominan los lectores casados en La Vanguardia, Avui y El Periódico, mientras que en El País se produce la situación inversa.

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

El porcentaje de solteros es menor en La Vanguardia que en la población lectora total, aumentando por el contrario el porcentaje de viudos. Como vemos existe un paralelismo entre la estructura de edades y el estado civil. Este paralelismo se puede aplicar igualmente a los lectores de Avui, El Periódico, y El País, que mantienen una proporción parecida al del total de la muestra.

3. Sexo.- El predominio masculino entre la población lectora viene condicionado en parte por la elección de la muestra general, como se ha indicado en la presentación del estudio. Por periódicos, el porcentaje de hombres supera al de la muestra en el caso de Avui y El Periódico, mientras que en los dos restantes ocurre lo contrario.

La ocupación profesional del público de los distintos diarios, tanto por lo que se refiere a presencia de amas de casa como a población estudiantil, pueden dar cuenta de las diferencias observadas.

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

4. Estatus socio-económico (nivel de estudios y ocupación-actividad).- El nivel de estudios y la ocupación definen conjuntamente un determinado status socio-económico, que puede a su vez considerarse condicionado por la edad.

En efecto, el acceso a niveles educativos superiores se ha producido de forma masiva en los últimos 15-20 años. Ello explica los porcentajes considerablemente más altos de graduados medios y superiores entre la población joven (18-34 años) y, en consecuencia, el relativo predominio de éstos en rotativos que se caracterizan por la juventud de sus lectores.

Así resulta explicable que en La Vanguardia la mitad de sus lectores sólo tengan hasta estudios primarios y que sea escaso el peso relativo de los graduados, especialmente superiores. El Periódico guarda similitud con esta estructura, si bien da en general un nivel educativo algo superior.

Avui y especialmente El País quedan claramente demarcados de los anteriores por el elevado nivel de estu-

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

dios de la población lectora. En el segundo, el porcentaje de graduados superiores supera ampliamente al de las otras categorías. En contrapartida, los lectores con sólo estudios primarios suponen el contingente más bajo, menor incluso en El País que en Avui.

La ocupación-actividad de los lectores guarda estrecha relación, lógica por otra parte, con su nivel de estudios. Predominan entre los lectores de La Vanguardia y El Periódico los asalariados, con un porcentaje elevado de "obreros cualificados" y "empleados y vendedores", especialmente en este último.

Por su parte, en La Vanguardia "propietarios y empresarios" es la categoría que sigue en importancia a las dos citadas.

En Avui destacan "empleados y vendedores" que superan por un escaso margen de diferencia a "profesiones liberales". Esta es con mucho la categoría predominante en El País.

Puede afirmarse que La Vanguardia y El Periódico cuentan con un público más heterógeneo que Avui y El País,

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

cuyos lectores pertenecen en su mayor parte a lo que podríamos denominar clase media alta.

La Vanguardia incide con algo más de fuerza que El Periódico sobre sectores sociales contrapuestos: propietarios y empresarios por un lado y obreros no cualificados por otro. Para valorar en su exacta dimensión este aspecto deberían analizarse en detalle las motivaciones que guían a los lectores en la elección del diario, su grado de habitualidad, las secciones que más les interesan, etc., en función de su categoría social. En cualquier caso, esta polarización no es en sí misma una garantía de mantenimiento o ampliación en la cuota de mercado, sino que dependerá de las propias tendencias de evolución en los sectores aludidos, es decir de su expansión o contracción en el conjunto social.

5. Creencia religiosa.- El lector de La Vanguardia suele ser creyente, aunque predominan entre éstos los no practicantes, diferenciándose de Avui por el alto porcentaje de agnósticos en detrimento de los practicantes.

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

El Periódico da un público poco creyente o cuando menos no practicante, siendo ampliamente desbordado en el primer aspecto por El País, el más radicalizado y contra puesto en este tema a los demás rotativos.

En resumen, La Vanguardia y El País aparecen en extremos opuestos en lo que a creencia y práctica religiosa se refiere, mientras que Avui y El Periódico guardan entre sí una mayor similitud, pero polarizándose sus diferencias entre los creyentes practicantes, mas numerosos en Avui, y los ateos, que en los lectores de El Periódico suponen un porcentaje muy superior a los de Avui.

En general, parece observarse que la mayor práctica religiosa suele ir asociada a una mayor juventud y nivel de instrucción de la población lectora.

6. Ambito de procedencia.- El predominio de los catala nes de origen en el total de la muestra se mantienen en todos los periódicos dentro de cotas parecidas, con la única excepción de Avui, que cuenta con un escaso número de lectores nacidos fuera de Catalunya. No aparecen

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

diferencias notorias en las preferencias por periódico según la región de origen. El predominio de andaluces entre los lectores inmigrados de La Vanguardia y El Periódico responde a la estructura de la propia inmigración. Esta desaparece prácticamente entre los lectores de Avui. En El País tienen una presencia algo más importante los nacidos en la España central y septentrional.

Puede concluirse, que el ámbito de procedencia de los entrevistados no parece tener una influencia decisiva sobre el tipo de periódico escogido, con la excepción ya mencionada de Avui.

7. Grado de conocimiento y uso del catalán.- El grado de conocimiento del catalán puede calificarse en general de bueno con una progresión decreciente a medida que pasamos del catalán hablado al leído, y finalmente al escrito.

La Vanguardia y El Periódico tienen un público con un grado de conocimiento del catalán similar, superando al El País en lo que se refiere a entenderlo y hablarlo, pe

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

ro no en cuanto a leerlo y escribirlo. El público de Avui supera en este aspecto al de los restantes.

Por lo que se refiere al uso del catalán, este no es el idioma predominante en las relaciones familiares excepto en el caso de Avui. La realización de la encuesta en municipios del cinturón industrial ha influido sin duda alguna en estos resultados, donde por otra parte son ya mayoría los nacidos en Catalunya, descendientes de los primeros inmigrantes.

El catalán es en cambio usado mayoritariamente en las relaciones con los amigos.

Esta configuración de la muestra hace parecer como relativamente elevada la cifra de lectores que afirman ser capaces de hablar y leer catalán -próxima o superior al 60%- . El alcance de esta afirmación resulta difícil de medir, por cuanto caben muy distintos niveles de fluidez en el habla y en la lectura. En cualquier caso, sí podría interpretarse en el sentido de que el conocimiento del catalán es un "valor social" cotizado del que desean hacerse partícipes gran parte de los encuestados.

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

8. Tendencia política de los lectores.- Debe señalarse ante todo la dificultad en analizar las respuestas a esta pregunta, debido al alto porcentaje de no respuestas, circunstancia que por otra parte suele darse en muchas de las encuestas dedicadas a pulsar la opinión política de los ciudadanos, en las que pueden no responder a preguntas de este tipo una tercera parte de los encuestados.

Hecha esta observación, diremos que se observa un ligero escoramiento político de los lectores hacia la izquierda, ya que las tendencias de centro-izquierda e izquierda predominan sobre las de centro y centro-derecha. Señalemos la poca preferencia que los lectores manifiestan tanto por las posiciones de derecha como por las más extremas.

Por periódicos, se observa que el autopoicionamiento del público de La Vanguardia, aparece desplazado hacia la derecha en relación al de otros periódicos, al predominar la ubicación de centro sobre la de centro izquierda. En los demás, ésta es la valoración dominante, junto con la tendencia hacia la izquierda de una parte importante de sus lectores.

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

9. Voto al Parlament de Catalunya.- El porcentaje de abstención ante esta pregunta, es también elevado, superior incluso al registrado en el apartado anterior. En parte puede deberse al porcentaje real de abstención de aquellas elecciones, pero también a los motivos citados, de reserva a responder a este tipo de preguntas por parte de algunos lectores.

En cuanto a los encuestados que sí responden, destaca la preferencia por los partidos de izquierda (PSC y PSUC) y por la coalición nacionalista C i U, que obtienen porcentajes muy parecidos.

Por periódicos, se observa que las preferencias de los lectores de La Vanguardia y Avui, se decantan mayoritariamente por la coalición C i U, que dobla los porcentajes de los dos partidos de izquierda que le siguen.

Entre los lectores de El Periódico y El País las preferencias políticas se decantan hacia los partidos de izquierda (PSC y PSUC), quedando C i U relegada al tercer

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

lugar a considerable distancia. Se confirma aquí el escoramiento hacia el centro-derecha de los lectores de La Vanguardia respecto a los otros diarios tal como se manifestaba al analizar la tendencia política, mientras que la posición relativa de los tres restantes parece haberse modificado: el voto socialista y comunista del lectorado de El Periódico y El País supera ampliamente al de Avui, que en cambio se consideraba situado más a la izquierda en el cuadro de tendencia política.

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

3. Extracto de conclusiones referidas al lector de La Vanguardia

Aún a riesgo de caer en una simplificación, en algunos aspectos deformadora de la realidad, creemos útil resaltar lo más sintéticamente posible las características más acusadas del público lector de La Vanguardia, referidas a hábitos de compra y lectura, actitudes ante el periódico y perfil sociológico.

- Hábitos de compra y lectura

- Un 80% de los lectores de La Vanguardia consideran a ésta su periódico habitual, lo cual suele implicar una lectura cotidiana.
- Los lectores son los principales compradores, aunque es importante el porcentaje de adquisiciones que realizan terceras personas (familiares, instituciones, centros de trabajo)
- La adquisición se realiza por la mañana, entre 9h. y 10h., y se lee antes de las 13h., en una sola lectura. Suele leerse en casa.
- Sus lectores son partidarios de una lectura de prensa que dure hasta media hora.
- Los suplementos especiales que podrían interesar al público deberían versar sobre temas biográficos, cultu-

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

rales y divulgativos.

- Actitudes ante La Vanguardia como periódico habitual

- La habitualidad viene determinada más por el contenido que por los aspectos formales, (es decir, la profundidad, objetividad, etc., pesan más que el formato o la presentación gráfica, a la hora de la elección.
- La mitad de sus lectores tienen una antigüedad inferior o igual a 10 años.
- Las secciones más leídas son las de información general, con ligero predominio de Catalunya sobre estatal, local o internacional. Secciones que en principio pueden considerarse secundarias de un periódico, tienen una audiencia apreciable -como es el caso de ofertas-demandas, anuncios, etc.
- Las secciones más leídas suelen considerarse bien tratadas.
- Gran parte del público se da por satisfecho con la sola lectura de La Vanguardia, sin manifestar preferencia por un segundo periódico.

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

- Predomina la valoración positiva en cuanto a los aspectos de profesionalidad periodística -objetividad, claridad, autenticidad de las noticias, etc. En las valoraciones de signo más político se le atribuye un carácter conservador y se cuestiona su independencia.
- los lectores habituales la sitúan en el centro-derecha y en la derecha los no habituales.

- Perfil sociológico

De los lectores de La Vanguardia podría decirse esquemáticamente que:

- son individuos maduros, casados y en su mayor parte pertenecientes al sexo masculino, si bien las mujeres gozan de una representatividad notable.
- pertenecen a una clase social que podría calificarse de media , atendiendo a su nivel educativo y ocupacional.
- suelen ser creyentes, aunque predominan entre éstos los no practicantes.
- han nacido mayoritariamente en Catalunya, aunque muchos de ellos proceden de otras regiones. Entre los inmigrados el porcentaje de andaluces es el más alto.
- tienen un buen conocimiento del catalán hablado y escrito.

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

- usan más el catalán en las relaciones extrafamiliares que en las familiares, en que predomina ligeramente el castellano.
- políticamente se autoubican entre el centro y el centro-izquierda.
- en su mayoría votaron por Convergència i Unió en las pasadas elecciones al Parlament de Catalunya y, en una proporción mucho menor -aproximadamente la mitad de los votos- por PSC i PSUC.

Equip de Sociologia Electoral (U.A.B.)

V. ANEXO

toral de la Universidad Autónoma de Barcelona está realizando- encuesta sobre hábitos de lectura de prensa y actitudes hacia- ella. Le rogamos que nos preste su colaboración a este estudio- estando el siguiente cuestionario, totalmente anónimo. Muchas- las.

(1-4)

(5)

(6)

¿Con qué frecuencia?

Podría decirme,
favor... ¿Qué perío-
do le Vd. habitual-
mente?

		Diariamente (6 veces/semana)	De 3 a 5 veces/ semana	De 1 a 2 veces/ semana	Sólo domingos	No Contesta
LA VANGUARDIA	(7)	1	2	3	4	9
EL PERIODICO	(9)	1	2	3	4	9
AVUI	(11)	1	2	3	4	9
NOTICIERO UNIV.	(13)	1	2	3	4	9
MUNDO DIARIO	(15)	1	2	3	4	9
EL PAIS	(17)	1	2	3	4	9
TALE-EX-RESS	(19)	1	2	3	4	9
OTROS CATALANES	(21)	1	2	3	4	9
OTROS ESPAÑELES	(23)	1	2	3	4	9

¿Qué tipo de compra le interesa?

	Vd. personalmente en kiosko	Suscripción familiar	Otros familiares	Otras personas o entidades aje- nas	No Contesta
(8)	1	2	3	4	9
(10)	1	2	3	4	9
(12)	1	2	3	4	9
(14)	1	2	3	4	9
(16)	1	2	3	4	9
(18)	1	2	3	4	9
(20)	1	2	3	4	9
(22)	1	2	3	4	9
(24)	1	2	3	4	9

Hacer
bloque A
y parte
común

Hacer
bloque B
y parte
común

Hacer parte
común

BLOQUE A

¿A qué hora compra Vd. el periódico habitualmente?

¿A qué hora compra Vd. el periódico habitualmente?

Respuesta	(26) Tabla
Antes de las 7	1- De 1 a 2
De 7 a 8	2- De 3 a 3
De 8 a 9	3- De 3 a 4
De 9 a 10	4- De 4 a 5
Más tarde de las 10	5- Más tarde de las 5
NO	9- NO

Anteriormente, ha estado Vd. suscrito a algún pe-
riódico?

1- SI	¿A cuál?	(28)
2- NO	¿Cuánto tiempo?	(29)
	¿Por qué dejó su suscripción?	(30)
Por a		
A.3	1- Por que se llegaba tarde	
	2- Al momento de desaparecer el ejemplar	
	3- Por razones económicas	
	4- No me gustaba la orientación que tomé	
	5- Encontré otro mejor	
	6- Había una información insuficiente	
	7- Era suscripción de mi familia	
	8- Otros (especificar)	
	9- NO	

A.3.- Por qué prefiere comprar en kiosko a suscribirse

(31)	1- Por que puedo comprar a la hora que necesito
	2- Por que no me obliga a comprar permanentemente la prensa (no leo habitualmente)
	3- Por que no me ata a un periódico fijo
	4- Por que no se me ha ocurrido
	5- Otros (Especificar)
	6-
	7-
	9- NO

A.4.- ¿Qué motivos le podrían influir para suscribirse

(32)	1- Ninguno
	2- Tenerlo en casa antes de las 8 de la mañana
	3- que fuera más económico que en kiosko
	4- que el periódico llenara todas sus necesidades informativas
	5- que el periódico mantuviera una línea editorial constante
	6- Otros (Especificar)
	7-
	8-
	9- NO

1.- ¿Cuánto tiempo hace que está suscrito a este periódico?

- (33)
- 1- Menos de 1 año
 - 2- De 1 a 3 años
 - 3- De 4 a 10 años
 - 4- De 10 a 15 años
 - 5- Más de 15 años
 - 9- NS/NC

2.- ¿Qué motivos le impulsaron a suscribirse?

- (34)
- 1- Es el periódico que más me gusta
 - 2- Por comodidad
 - 3- Continuación suscripción familiar
 - 4- Otros (Especificar)

9- NC

3.- ¿Está satisfecho con este sistema?

(35)

- 1- SI (36) ¿Por qué?
- 1- He leído mucho temprano
 - 2- Es cómodo
 - 3- Me he acostumbrado a este periódico
 - 4- Otros (especificar)

- 2- NO (37) ¿Por qué?
- 1- Llega demasiado tarde
 - 2- Se pierden ejemplares
 - 3- Supone un costo fijo importante
 - 4- No lo leo cada día
 - 5- He optado de ahora en adelante por un solo periódico
 - 6- Otros (Especificar)

PARTE COMÚN PARA TODOS

DEL CON FRECUENCIA HAY DE UN PERIÓDICO HACER 1, Y SE
R. SI SOLO LEE UN PERIÓDICO EMPEZAR EN 3.

4.- ¿Qué motivos tiene para leer más de un periódico?

- (38)
- 1- Para completar información
 - 2- Para completar puntos de vista
 - 3- Por razones de trabajo
 - 4- La compra semanal es tarde
 - 5- Conozco periódicos extranjeros
 - 6- Otros (Especificar)
 - 9- NC

5.- ¿Podría decirme cuál es su periódico habitual?

(39)

6.- ¿Cuánto tiempo hace que es lector habitual de este periódico?

años
(40-41)

¿Cuál era antes su anterior periódico?

(42)

(43) 1- SI (44) ¿Por qué cambió?

- 1- Ha salido otro que me interesa más
- 2- Esperó su contenido
- 3- Cambio de orientación ideológica
- 4- No cambió de manera de pensar
- 5- Dejó de publicarse

2- NO ¿Qué razones le movieron a convertir en lector habitual de prensa? (45)

- 1- Por razones de trabajo
- 2- Me gusta estar informado
- 3- Los periódicos han mejorado al haber más libertad de prensa
- 4- Ha mejorado mi situación económica
- 5- He encontrado uno que me interesa
- 6- Tengo más tiempo
- 7- Otros (especificar)

(46) ¿Desde cuándo lo es?

- 1- menos de 1 año
- 2- De 1 a 2 años
- 3- De 3 a 5 años
- 4- De 6 a 10 años
- 5- Más de 10 años

7.- El lector habitual de este periódico debe tener en la tarjeta que le mostramos, podría ordenar los números de 1 a 8 según la menor a mayor importancia que le den para que Val. considere a su periódico habitual? (citar p. 56)

	Nº DE ORDEN 1 a 8	
FORMATO		(47)
PRESENTACION GRAFICA		(48)
PRESENTACION CONTENIDOS		(49)
ACTUALIDAD CONTENIDOS		(50)
OBJETIVIDAD CONTENIDOS		(51)
ACTITUD CONTENIDOS		(52)
PRESELECCION DE CONTENIDOS		(53)
OBJETIVIDAD IDEOLOGICA		(54)

Código 9 = No contesta

¿Podría decirme cómo considera que se ajusta su-
 ódico a cada una de las características que le leo a
 inuación?

(76) 1- Muy Interesante ¿Por qué? (77-78)

2- Bastante Interesante

3- Poco Interesante

4- Nada Interesante

9- No

¿Podría decirme cómo considera que se ajusta su-
 ódico a cada una de las características que le leo a
 inuación?

	Se aproxima				
	MUCHO	BAST.	POCO	NADA	
mo	1	2	3	4	9 (6)
pendiente	1	2	3	4	9 (7)
ido de leer	1	2	3	4	9 (8)
1 en la información	1	2	3	4	9 (9)
acionalista	1	2	3	4	9 (10)
na secciones para toda	1	2	3	4	9 (11)
erto a todas las ideo-	1	2	3	4	9 (12)
servador	1	2	3	4	9 (13)
alunista	1	2	3	4	9 (14)
etivo	1	2	3	4	9 (15)
un lenguaje claro	1	2	3	4	9 (16)
entidad de los mat-	1	2	3	4	9 (17)

¿Podría por favor decirme donde sitúa Vd. -
 ódico a su periódico dentro de la siguiente es-
 que cubre desde la extrema izquierda a la extrema-
 no?

3- 4 5 6 7 8 9(18) su diario

na Extr. NS NC (anotar nombre)

orda De la

los otros?

	NS NC									
AGUARDIA	1	2	3	4	5	6	7	8	9	(19)
BIOLICO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	(20)
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	(21)
ISSO UNIVERSAL	1	2	3	4	5	6	7	8	9	(22)
DIARIO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	(23)
IS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	(24)
EXPRESS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	(25)

DETOS BIOLOGICOS

- Sexo:

(26) 1- Hombre

2- Mujer

- Es Vd?

(27) 1- Soltero que vive con su familia

2- Soltero que vive independientemente

3- Casado

4- Separado/divorciado que vive independ.

5- Separado/divorciado que vive con familia u otras personas

6- Viudo

9- NC

(28) 1- 1 hijo

2- 2 hijos

3- 3 hijos

4- 4 hijos o más

5- Ninguno

9- NC

P.21.- ¿Cuántos años cumplió Vd. en su último empleo nos?

(29-30)

P.22.- ¿Qué estudios tiene Vd?

(31) 1- Buenos de estudios primarios, no sabe leer

2- Buenos de estudios primarios, sabe leer (menos de 6 años de escuela)

3- Estudios primarios completos, cultura general

4- Estudios de formación profesional

5- Bachiller elemental

6- Bachiller superior

7- Estudios de grado medio (colegio, instituto)

8- Universitario, o técnicos de grado superior

9- Otros (anotar)

0- No contesta

P.23.- En cuanto a religión, ¿cómo se considera Vd?

(32) 1- Practicante que va a la Iglesia con frecuencia

2- Practicante, pero que va a la Iglesia rara vez

3- Creyente, pero no practicante

4- Otra religión

5- Más dudoso que creyente

6- Ateo

9- NS/NC

P.24.- ¿Dónde ha nacido Vd?

(33) 1- En Catalunya

2- Fuera de Catalunya → ¿Dónde? (34-35)

¿Cuánto tiempo lleva en Catalunya? (36)

P.25.- Habla Vd. catalán con mayor, igual o menor fluidez que el castellano?

(37) 1- Mayor

2- Igual

3- Menor

	SI	NO	NC	
¿Habla Vd. catalán?	1	2	9	(38)
¿Lo lee?	1	2	9	(39)
¿Lo escribe?	1	2	9	(40)
¿Lo entiende?	1	2	9	(41)

P.27.- ¿Qué idiomas utiliza Vd. para hablar con...

	Catalán	Castellano	Otros	
- con hijos	1	2	3	(42)
- con amigos	1	2	3	(43)
- en el trabajo	1	2	3	(44)
- con otros	1	2	3	(45)

P.28.- Cuando se plantea en tendencias políticas, se usan normalmente las palabras izquierda y derecha. ¿Podría Vd. por favor situarse en la escala siguiente de acuerdo con su tendencia política?

29.- ¿En cuál de estas situaciones se encuentra Vd?

- (44) 1- Trabaja
2- Está parado
3- Jubilado
4- Estudiante
5- Sus labores
9- NC

ocupación: _____ (Entrevistador anotar detalladamente y redondear después el código correspondiente y el caso de estudiante preguntar la ocupación del padre, sus labores la del esposo aunque haya fallecido, parido y jubilado la última ocupación)

Asalariados (48-49)

- 1- EMPLEADOS AGRICULTURA, INDUSTRIA Y SERVICIOS (grandes y medianas empresas, 6 o más trabajadores)
- 2- EMPLEADOS INDUSTRIA Y SERVICIOS (Pequeñas empresas, 5 ó menos trabajadores)
- 3- EMPLEADOS SIN ASALARIADOS DE AGRICULTURA
- 4- EMPLEADOS SIN ASALARIADOS DE LA INDUSTRIA Y SERVICIOS
- 5- PROFESIONALES LIBERALES Y ASIMILADOS

Empleados
directivos y cuadros medios

- 1- DIRECTORES DE EMPRESA Y SOCIEDADES, CUADROS SUPERIORES EN LA EMPRESA PRIVADA Y ALTOS FUNCIONARIOS DE LA ADMINISTRACION
- 2- CUADROS MEDIOS EN LA EMPRESA PRIVADA Y EN LA ADMINISTRACION

Empleados y vendedores

- 1- EMPLEADOS DE OFICINA EN LA EMPRESA PRIVADA Y EN LA ADMINISTRACION
- 2- VENDEDORES
- 3- EMPLEADOS SUBALTERNOS EN LA EMPRESA PRIVADA Y EN LA ADMINISTRACION

Empleados y trabajadores calificados

- 1- CAPATAZES Y CONTRAHECTORES EN LA INDUSTRIA Y EN LOS SERVICIOS
- 2- TRABAJADORES CUALIFICADOS EN LA CONSTRUCCION, INDUSTRIA Y SERVICIOS

Trabajadores no calificados

- 1- TRABAJADORES NO CUALIFICADOS EN LA CONSTRUCCION, INDUSTRIA Y SERVICIOS
- 2- TRABAJADORES AGRICOLA
- 3- LO CONTINUA

P. 30.- Le importaría declarar, por favor, por quien votó en las pasadas elecciones al Parlament de Catalunya?

- (50) 1- CIB (Convergencia i Unió)
2- PSC (socialistas)
3- CC-UCD (Centristas)
4- PSC (Comunistas)
5- ERC (Esquerra Republicana)
6- PS4 (Partido socialista andaluz)
7- SC (Solidaritat Catalana)
8- FN (Fuerza Nueva)
9- UPS (Unitat pel socialisme)
0- NI (Nacionalistes d'esquerra)
X- Otros _____ ☒ = No vota

DATOS DE IDENTIFICACION

NOMBRE _____

DIRECCION _____ TEL. _____

LOCALIDAD _____ PROVINCIA _____

HORA ENTREVISTA _____

NOMBRE ENTREVISTADOR _____

NOMBRE INSPECTOR _____

DIA Y HORA INSPECCION _____

OBSERVACIONES

EL DIRECTOR
DE
LA VANGUARDIA

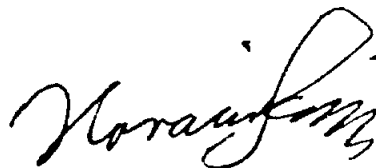
Barcelona, Febrero de 1981

Muy estimado suscriptor: en el esfuerzo cotidiano de hacer un periódico digno de ustedes, cada vez mejor y más completo, consideramos indispensable conocer sus opiniones, sus valoraciones, sus preferencias y sus sugerencias para que nos orienten certeramente sobre los temas y los modos de tratarlos que ustedes consideren más interesantes. Con mucha frecuencia, los pareceres del lector nos llegan en la nutrida correspondencia que de ellos recibimos, pero la experiencia nos aconseja una comunicación sistemática y que permita establecer normas de alcance más representativo.

Por tal motivo nos permitimos molestarle con el ruego de que responda al cuestionario adjunto, elaborado para que podamos aplicarle un tratamiento estadístico que ofrezca conclusiones válidas. La consulta tiene carácter absolutamente confidencial y anónimo y su número se ha limitado a 3.000 personas elegidas al azar entre nuestros suscriptores.

En la ilusionada esperanza de que, con su consejo, logremos alcanzar metas de la más alta calidad en nuestro trabajo, acepte, con nuestra gratitud renovada, un saludo muy cordial y respetuoso.

Fdo.: Horacio Sáenz Guerrero



1.- ¿Cuánto tiempo hace que está suscrito a este periódico?

- (7) 1 - Menos de un año
 2 - De 1 a 3 años
 3 - De 4 a 10 años
 4 - De 10 a 15 años
 5 - Más de 15 años

2.- ¿Qué motivos le impulsaron a suscribirse?

- (8) 1 - El periódico que me interesa
 2 - La actualidad
 3 - Combinación con otro tipo de periódico
 4 - Otros (Especificar)

3.- ¿Está satisfecho con este sistema?

- (9) 1 - SI
 (10) ¿Por qué?
 1 - Me llega a casa temprano
 2 - Es cómodo
 3 - Me he acostumbrado a este periódico
 4 - Otros (Especificar)
- 2 - NO
 (11) ¿Por qué?
 1 - Llega demasiado tarde
 2 - Se pierden ejemplares
 3 - Supone un gasto fijo importante
 4 - No leo cada día
 5 - Me ata demasiado a un solo periódico
 6 - Otros (Especificar)

4.- Los motivos de compra que figuran, ¿podría ordenarlos de 1.º a 8.º según la menor a mayor importancia que han tenido para que Vd. considere a La Vanguardia su periódico habitual?

N.º de orden de 1.º a 8.º

(12)	FORMATO
(13)	PRESENTACION GRAFICA
(14)	PRESENTACION CONTENIDOS
(15)	PROFUNDIDAD CONTENIDOS
(16)	OBJETIVIDAD CONTENIDOS
(17)	AMPLITUD CONTENIDOS
(18)	FACIL LECTURA
(19)	ORIENTACION IDEOLOGICA

Ejemplo.

Formato	6.º
Presentación gráfica	4.º
Presentación contenidos	3.º
Profundidad contenidos	5.º
Objetividad contenidos	1.º
Amplitud contenidos	8.º
Fácil lectura	7.º
Orientación ideológica	2.º

5.- Entre las secciones que figuran a continuación, ¿podría por favor decirme cuáles lee?

	<u>Siempre</u>	<u>A veces</u>	<u>Casi nunca</u>	<u>No lee</u>
(20) Editorial y colab.	1	2	3	4
(21) internacional	1	2	3	4
(22) Información de Cataluña	1	2	3	4
(23) Informac. resto España	1	2	3	4
(24) Noticias locales	1	2	3	4
(25) Economía	1	2	3	4
(26) Temas laborales	1	2	3	4
(27) Cartelera	1	2	3	4
(28) Actividades culturales	1	2	3	4
(29) Oferta-demanda trabajo	1	2	3	4
(30) Oferta-demanda vivienda	1	2	3	4
(31) Anuncios por palabras	1	2	3	4
(32) Religión	1	2	3	4
(33) Deportes	1	2	3	4
(34) Pasatiempos, humor, crucig.	1	2	3	4
(35) Sucesos	1	2	3	4

Tache con una X la cifra de la columna que corresponda a su respuesta.

6.- ¿Cómo considera Vd. que están tratados en su periódico o periódico?

	<u>Bien</u>	<u>Regular</u>	<u>Mal</u>	<u>No contesta</u>
(36) Editorial y colaborac.	1	2	3	9
(37) internacional	1	2	3	9
(38) Información de Cataluña	1	2	3	9
(39) Informac. resto España	1	2	3	9
(40) Noticias locales	1	2	3	9
(41) Economía	1	2	3	9
(42) Temas laborales	1	2	3	9
(43) Cartelera	1	2	3	9
(44) Actividades culturales	1	2	3	9
(45) Oferta-demanda trabajo	1	2	3	9
(46) Oferta-demanda vivienda	1	2	3	9
(47) Anuncios por palabras	1	2	3	9
(48) Religión	1	2	3	9
(49) Deportes	1	2	3	9
(50) Pasatiempos, humor, crucig.	1	2	3	9
(51) Sucesos	1	2	3	9

Tache con una X la cifra de la columna que corresponda a su respuesta.

7.- Cuando compra Vd. el periódico los domingos, ¿qué le interesa más, el suplemento dominical o el diario?

- (52) 1 - Interesa más el Suplemento Dominical
 2 - Interesa más el Diario
 3 - Interesa ambos por igual
 4 - No tiene Suplemento Dominical

8.- De los temas siguientes, que saldrían como suplemento, ¿podría clasificarlos de 1.º a 8.º, de menor a mayor según la importancia que tienen para Vd.?

Valorar de 1.º a 8.º

(53) La casa (Decorac., Bricolaje)
(54) Moda, Belleza, (Hom., Muj., Niñ.)
(55) Relaciones familiares (Padres-hijos matrimonio)
(56) Tiempo de descanso (Ocio)
(57) Memorias, Biografías
(58) Avances de la Ciencia y Técnica
(59) Actividades culturales
(60) Encuestas de actualidad

La forma de contestar deberá ser similar a como se ha desarrollado el ejemplo de la propuesta nº 5

9.- ¿Podría decirme como considera que se ajusta su periódico a cada una de las características que figuran a continuación?

	<u>Mucho</u>	<u>Bastante</u>	<u>Poco</u>	<u>Nada</u>	<u>No sabe</u>
(61) Ameno	1	2	3	4	9
(62) Independiente	1	2	3	4	9
(63) Rápido de leer	1	2	3	4	9
(64) Agui en la información	1	2	3	4	9
(65) Sensacionalista	1	2	3	4	9
(66) Tiene secc. para todos	1	2	3	4	9
(67) Abierto a todas ideolog.	1	2	3	4	9
(68) Conservador	1	2	3	4	9
(69) Catalanista	1	2	3	4	9
(70) Objetivo	1	2	3	4	9
(71) Usa un lenguaje claro	1	2	3	4	9
(72) Autenticidad de las not.	1	2	3	4	9

Tache con una X la cifra de la columna que corresponda a su respuesta

10.- Podría decirnos, por favor, de los miembros que componen su hogar, ¿cuáles son lectores regulares de La Vanguardia, cuáles lo hojean solamente y cuáles no lo leen nunca?

	<u>Lector regular Vanguardia</u>	<u>Lector ocasio- nal</u>	<u>No lee La Vanguardia</u>
Cabeza familia	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Esposa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Hijos de 16 a 21 años	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Hijos de 10 a 16 años	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Hijos menores	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otros miembros	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Marque con una X el recuadro que corresponda a su respuesta

Finalmente, quisiéramos conocer algunos datos de la población lectora de La Vanguardia. Podría decirme, por favor

11.- ¿Es Vd...

- (79) 1 - Hombre ☐
2 - Mujer ☐

12.- Tiene...

- 1 - Menos de 24 años ☐
2 - De 25 a 34 años ☐
3 - De 35 a 44 años ☐
4 - De 45 a 54 años ☐
5 - De 55 a 64 años ☐
6 - Más de 65 años ☐

13.- La ocupación del cabeza de familia es...

14.- El titular de la suscripción es...

- 1 - Particular ☐
2 - Empresa o institución ☐

15.- El Municipio de residencia y distrito postal son:

Municipio _____ DP _____
 (1) (2) (3) (4) (5)
 (11) (12-13) (14-15)

16.- ¿Podría decirme, por favor, dónde situaría Vd. ideológicamente a La Vanguardia dentro de la siguiente escala que cubre desde la extrema izquierda a la extrema derecha?

- (16) 1 - Extrema izquierda ☐
 2 - Izquierda ☐
 3 - Centro izquierda ☐
 3 - Centro ☐
 5 - Centro derecha ☐
 6 - Derecha ☐
 7 - Extrema derecha ☐

Y estos otros:

	Extrema izquierda	Izquierda	Centro izquierda	Centro	Centro derecha	Derecha	Extrema derecha
(17) El Periódico	1	2	3	4	5	6	7
(18) Avui	1	2	3	4	5	6	7
(19) Noticiero Universal	1	2	3	4	5	6	7
(20) Mundo Diario	1	2	3	4	5	6	7
(21) El País	1	2	3	4	5	6	7
(22) Tele-exprés	1	2	3	4	5	6	7

Tache con una X la cifra de la columna que corresponda a su respuesta.

17.- ¿Dónde ha nacido Vd.?

- 1 - En Catalunya ☐
 2 - Fuera de Catalunya ¿Dónde? _____
 (24-25) ☐ ☐
 ¿Cuánto tiempo lleva en Catalunya? _____
 (26-27) ☐ ☐

18.- ¿Habla Vd. catalán con mayor, igual o menor fluidez que el castellano?

- (28) 1 - Mayor
 2 - Igual
 3 - Menor

19.-

	<u>SI</u>	<u>NO</u>
(29) ¿Habla Vd. catalán?	1	2
(30) ¿Lo lee?	1	2
(31) ¿Lo escribe?	1	2
(32) ¿Lo entiende?	1	2

20.- ¿Qué idioma utiliza Vd. para hablar con?

	<u>Catalán</u>	<u>Castellano</u>	<u>Otros</u>
(33) - Sus hijos	1	2	3
(34) - Sus padres	1	2	3
(35) - Su cónyuge	1	2	3
(36) - La mayoría de sus amigos	1	2	3