

Título Informe: Diarios - Nuevos tiempos, nuevos hábitos.

Tipo de Producto Parte de Prensa

Autores Fuentes Cuiñas, Ana Alejandra

Código del Proyecto y Título del Proyecto

A18S12 - Preferencias de formato y hábitos de consumo de periódicos en el Ámbito Metropolitano de Buenos Aires

Responsable del Proyecto

Fuentes Cuiñas, Ana Alejandra

Línea

Opinión Pública

Área Temática

Comunicación

Fecha

Octubre 2018

INSOD

Instituto de Ciencias Sociales y Disciplinas
Proyectuales

FUNDACIÓN
UADE

Informe
Instituto de Ciencias Sociales y Disciplinas Projectuales – Fundación UADE
Investigación sobre Lectura de Diarios

Diarios - Nuevos tiempos, nuevos hábitos.

- ¿Leen diarios los residentes de AMBA?
- ¿Cuáles son los principales motivos por los que se leen periódicos?
- ¿Cómo se caracteriza la presencia actual del diario en formato impreso?
- ¿Con qué frecuencia se leen los diarios digitales? ¿Y los impresos?
- ¿Cuáles son los aspectos más apreciados de los formatos impresos y digitales de los diarios?
- ¿Qué disfruta hacer una persona mientras lee las noticias?
- ¿Cuál es el momento preferido para leer periódicos?
- ¿Cuándo se prefiere un formato sobre otro?
- ¿Qué imagen proyecta cada uno de los principales formatos impresos?
- ¿Cuáles son los motivos por los que quienes no leen diarios deciden no hacerlo?
- ¿Existe alguna relación entre el formato en papel y la calidad del contenido?
- ¿Qué prefieren las personas cuando el diario se enfrenta a otros medios de comunicación?

1. Introducción

El Instituto de Ciencias Sociales y Disciplinas Projectuales de Fundación UADE desarrolló una investigación con la finalidad de encontrar las características más relevantes acerca de los nuevos hábitos de lectura de diarios en AMBA (Área Metropolitana de Buenos Aires), analizando tanto el formato impreso como el digital.

En cuanto a la situación actual de este fenómeno, se destaca que, a nivel mundial, el 92% de los ingresos del sector en el año 2015 provinieron de las ediciones impresas; siendo muy lenta la transición hacia lo digital.

Esto podría representar un cambio en los años venideros ya que, en América del Norte y Europa, la circulación de diarios impresos demuestra hoy una caída del 23%. Por otro lado, América Latina presenta una situación distinta: la circulación de diarios impresos solo ha caído un 1,5%.

En referencia a las suscripciones digitales, las mismas han experimentado un aumento del 500% en el período que va desde el 2015 hasta el 2017 a nivel global; estas representan tan solo el 3% de los ingresos totales. Dicho crecimiento se relaciona con el mayor uso de teléfonos inteligentes: por ejemplo, en los Estados Unidos, más del 50% de las personas que consumen contenidos digitales de diarios lo hacen exclusivamente a través de Smartphones.

Las redes sociales también acompañan el crecimiento de los periódicos digitales: a mediados del 2015, el 43% del tráfico derivado a un sitio de noticias provino de redes sociales, comparado con un 38% proveniente de buscadores.

El gran avance del formato digital, frente a una caída de la circulación del impreso lleva a pensar que los primeros podrían llegar a reemplazar a los periódicos tradicionales. Sin embargo, diversas investigaciones sostienen la coexistencia y complementariedad entre formatos.

En definitiva, el objetivo de la investigación fue el de conocer los nuevos hábitos de lectura de diarios digitales e impresos en AMBA. A continuación, se detallan los principales resultados.

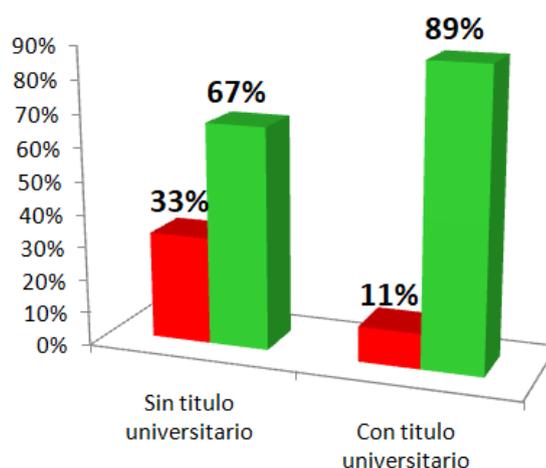
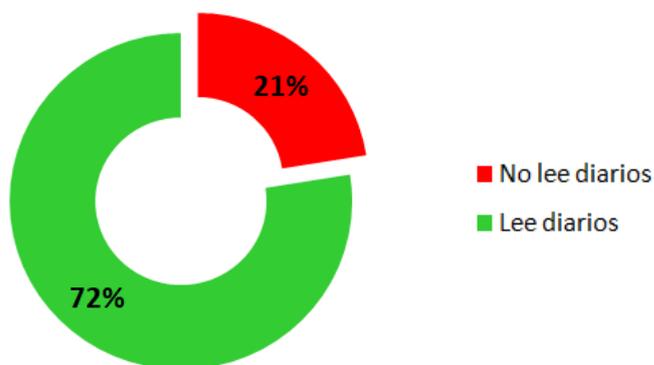
2. Resumen de los Principales Resultados Cuantitativos

- Casi el **80%** lee noticias **al menos una vez al mes**, lo que correlaciona con el hecho de tener un título universitario.
- Menos del **10%** lee porque así lo **requiere su trabajo**. Casi el **20%** lo hace meramente por **disfrute**.
- Casi el **70%** de las personas **lee diarios en papel** al menos una vez por mes. De ellos, más del **80%** los lee **una vez por semana**.
- El **44%** de las personas que eligen el diario tradicional indican que el **orden de las secciones** es el aspecto que más aprecian de él.
- Casi el **50%** disfruta leer su diario **tomando una bebida**. Al **25%** le gusta leerlo **sin hacer otra cosa**.
- Cerca del **40%** de las personas prefiere leer el diario **en su casa**.
- El **95%** prefiere el formato **tabloide** al viajar **en transporte público**.
- El **tabloide** es el formato que mayor aceptación tiene en las **nuevas generaciones**. Por otro lado, el **formato sábana** se asocia con las **personas conservadoras y elitistas**.
- Menos del **20%** señalan la **falta de tiempo o el costo** como inhibidores de lectura de diarios. La principal causa suele ser la preferencia por **informarse por otros medios** que compiten con los diarios.
- Solo las **redes sociales** son capaces de “**ganarle**” la pulseada **al diario en papel**. Ni la radio ni la televisión pueden lograrlo.

Principales resultados cuantitativos:

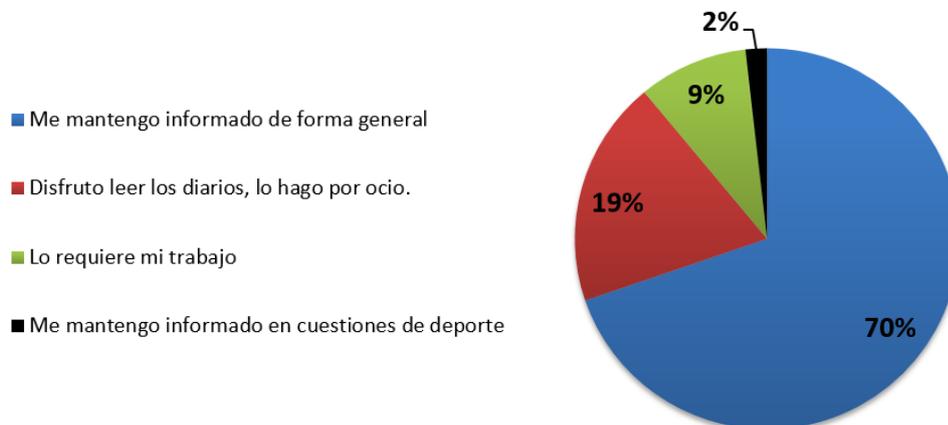
- **Lectores de diarios**

Más del 70% de las personas consultadas leen algún tipo de diario o noticia periodística al menos una vez al mes. Como puede observarse en el gráfico de la derecha, esta situación está altamente relacionada con el hecho de contar con un título universitario.



- **Motivos de lectura de diarios**

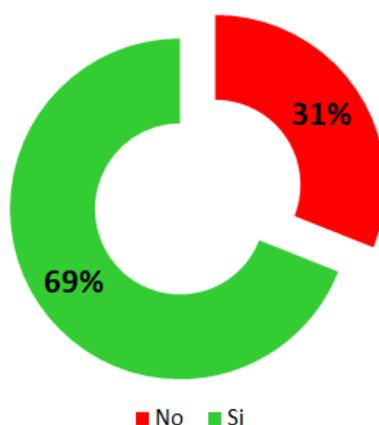
Un 70% de la muestra indica que la razón principal para el consumo de diarios es la intención de informarse de manera general, seguida por un 19% que indica un consumo ocioso o de disfrute. El escaso porcentaje restante indica que consume por necesidades profesionales o en busca de información específica.



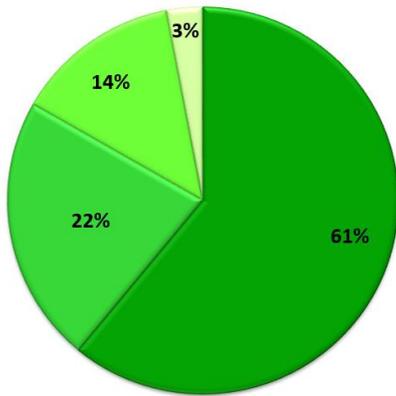
- **Presencia de diario en papel**

Pese a su formato conservador, el papel continúa ocupando un lugar de relevancia frente a otros medios para el consumo de noticias. Esto se ve reflejado en el hecho de que el 69% de quienes consumen diarios al menos una vez al mes leen en formato analógico. Además, se puede observar que para una amplia mayoría (83%), el consumo se produce al menos una vez a la semana, siendo la lectura de tipo semanal la más elegida. Por otro lado, se observa que el consumo digital es más frecuente entre los lectores ya que un 53% de ellos afirman visitar portales de noticias digitales todos los días laborales.

Lectura de diarios en papel

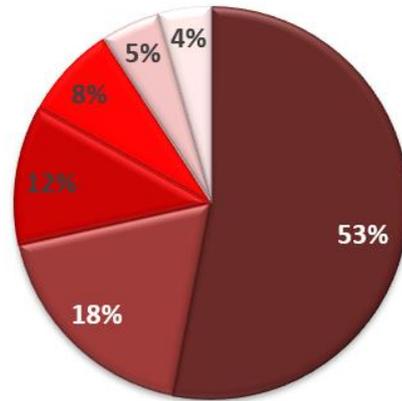


Frecuencia de lectura



- Una vez por semana.
- Todos los días
- Una vez por mes.
- Solamente en las vacaciones.

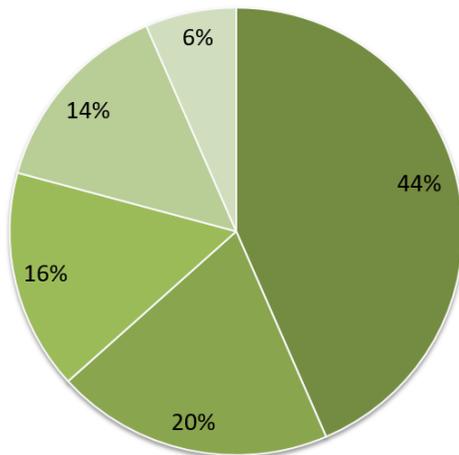
Frecuencia de lectura en digital



- Todos los días laborales.
- Todos los días (laborales o no), más de una vez al día.
- Sólo durante el fin de semana o días no laborales.
- Todos los días laborales, más de una vez al día.
- Sólo ocasionalmente, tal vez una o dos veces al mes.
- No leo diarios digitales.

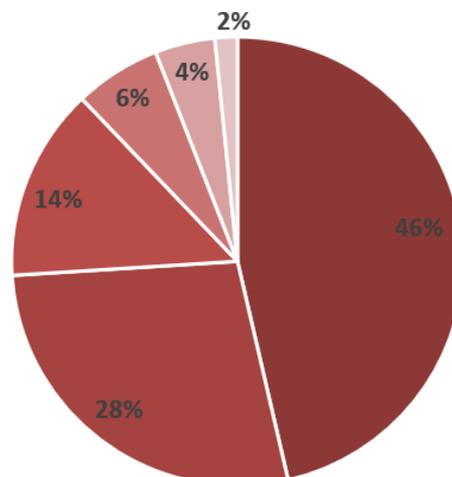
• Elección del diario tradicional o digital

Aspecto más apreciado de diario en papel



- Poder hojearlo y encontrar las notas según el orden de las secciones
- Entretenimiento
- Sentidos asociados (tacto, aroma, etc)
- Tarjetas de descuento
- Otros

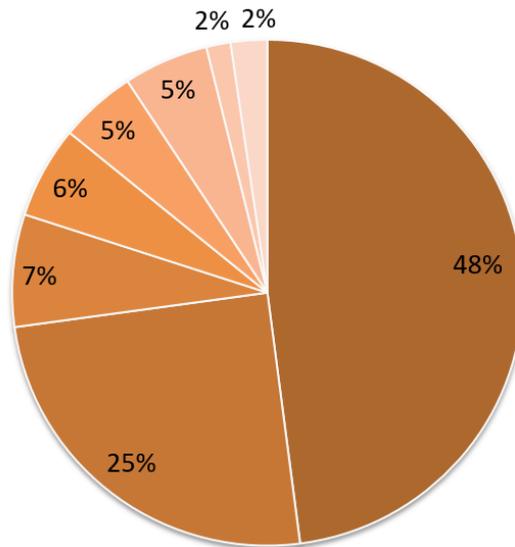
Aspectos mas apreciados de diario digital



- Contar con notas en video y de audio, no sólo escritas.
- Posibilidad de leerlo en mi dispositivo y seguir trabajando estando informado.
- Gratuidad.
- Contar con notas en video y de audio, no sólo escritas.
- Interactuar en redes sociales
- No considero que los diarios digitales tengan ventajas.

- **Hábitos de Lectura**

De acuerdo con casi la mitad de los encuestados, el diario se disfruta tomando una bebida. Al 25% le gusta leerlo sin hacer otra cosa en forma simultánea. Es curioso que solo el 5% de las personas manifieste disfrutar el hecho de interactuar en redes sociales al momento de la lectura.



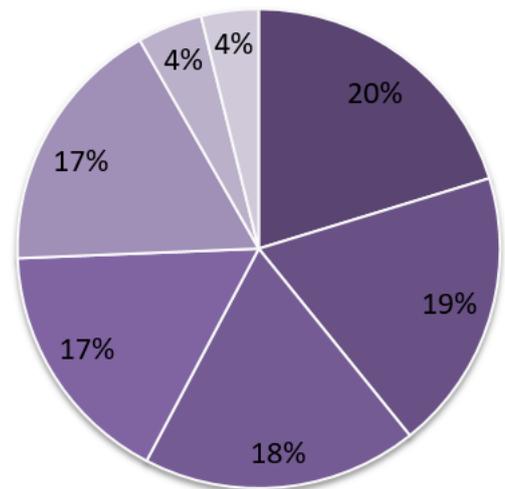
¿Qué le gusta hacer mientras lee noticias?

- Tomar café u otra bebida.
- Leer sin hacer otra actividad
- Compartir con otras personas
- Escuchar música
- Comer snacks
- Interactuar en las redes
- Compartir con otras personas
- Estar con mi mascota

Con respecto al momento para leer el diario, a pesar de la instantaneidad de las noticias, persiste aun el hábito de la lectura matutina, así como la preferencia de la lectura hogareña. Se destaca también el rol del periódico como una forma de tomar un “break” durante la jornada laboral, con casi el 20% de preferencia.

Momento del día preferido para leer

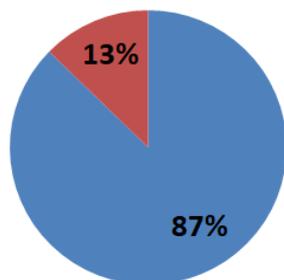
- En mi casa.
- Antes de salir de casa.
- Al llegar a la oficina o lugar de trabajo.
- Cuando hago un descanso en el trabajo
- En el camino al trabajo
- Mientras almuerzo.
- Al volver a casa.



- **Preferencia de formato**

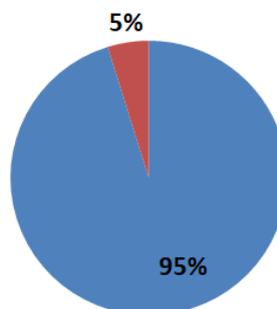
Evidentemente, el formato más elegido es el tabloide, con valores cercanos al 90%. Esta preferencia es aún más pronunciada ante una situación de lectura en transporte público.

En todas las situaciones



■ Tabloide

En el Transporte Publico

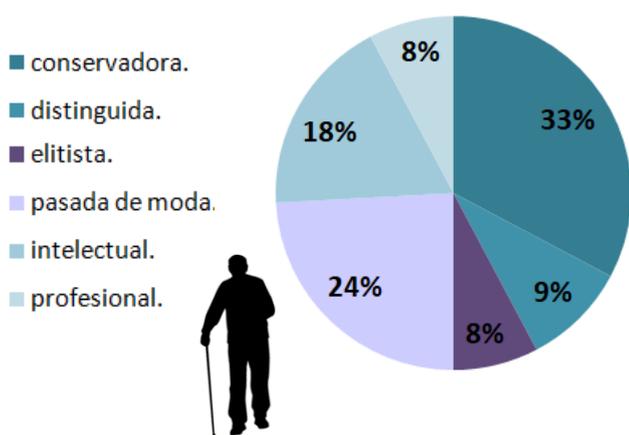


■ Sabana

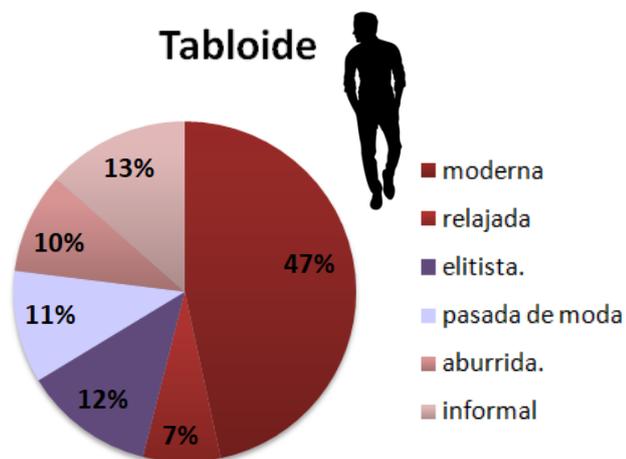
- **Percepciones acerca de imágenes asociadas al formato de diario.**

El formato tabloide se distingue por ocupar, en el imaginario social, un lugar relacionado a lo actual, moderno y relajado. Por otro lado, el formato sábana está asociado con lo distinguido, lo elitista y lo conservador. Mientras que la forma de tabloide es la elegida por una gran mayoría de individuos jóvenes, el formato de sábana resulto el predilecto únicamente de las personas mayores a 60 años.

Sabana



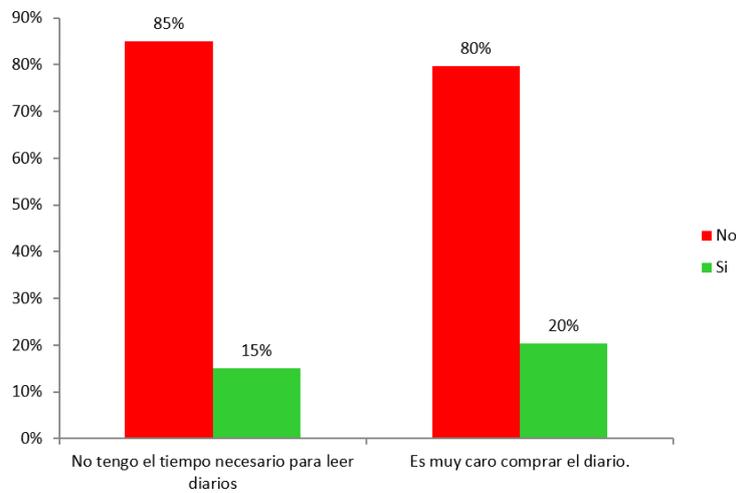
Tabloide



- **Opinión de los no lectores**

Le hemos preguntado también, al 21% de la muestra que indico no leer diarios, porque motivo no lo hacían. Las razones más evidentes a priori (el tiempo o el costo) demostraron no resultar determinantes en su decisión. El principal motivo resultó ser la preferencia por otros medios a la hora de informarse.

Motivos de no leer

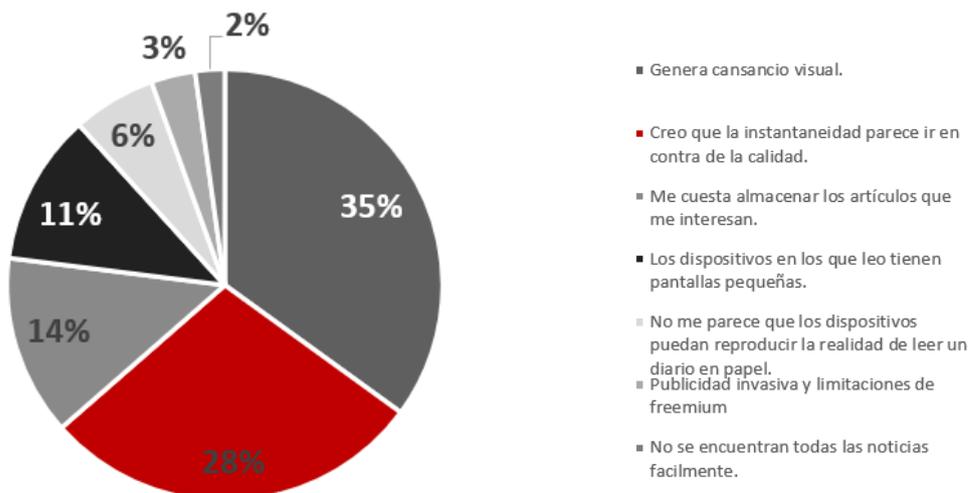


- **Relación papel y calidad.**

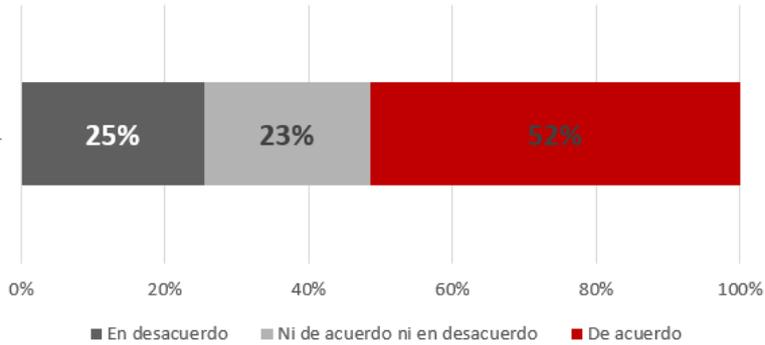
Al preguntarles por la principal desventaja de los diarios digitales, un 28% de los lectores indicaron que la misma se relacionaba con la pérdida de calidad en favor de la instantaneidad que representan los medios digitales. Además, un 52% afirmó estar de acuerdo con la siguiente afirmación: “Al utilizar el diario digital entro en más notas periodísticas, pero no las leo de forma completa”.

Finalmente, al proponer el supuesto, “¿Qué opción elegiría si su diario digital favorito comenzara a cobrar \$50?”, un 29% afirmó que esperaría una mayor calidad que la actual, por tratarse de un producto pago.

Principal desventaja de diario digital.

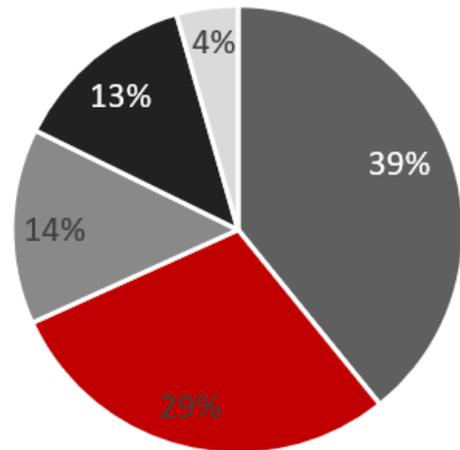


Al leer en digital ingreso a mas notas pero no las leo de forma completa



¿Que opcion elegiria si su diario digital favorito comenzara a cobrar \$50?

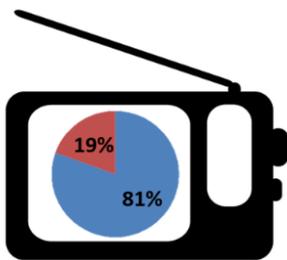
- Buscaría fuentes alternativas de información sobre noticias.
- Esperaría dos tipos de formatos: el gratuito limitado y el formato pago que permita acceder a contenido de mayor calidad.
- Compraría el diario tradicional.
- Me parecería justo pagar 50 pesos al mes o algo similar a Netflix.
- Pagaría 50 pesos, pero adicionalmente esperaría algún descuento en otras compras.



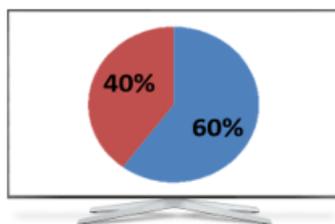
En conjunto estas tres variables parecerían indicar, en la percepción de los lectores, la existencia de una relación entre la calidad, el tiempo para apreciarla y el periódico impreso.

• **Preferencias a la hora de informarse**

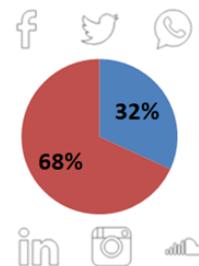
Se destaca que únicamente las redes sociales, cuya aparición es la más reciente respecto a los demás medios, superan en preferencia al diario en papel. Se observa también que la radio parece haber perdido casi por completo su relevancia en tanto al consumo de información; los medios audiovisuales televisados aún conservan un 40% de predilección por sobre el diario en papel.



■ Diario Papel
■ Radio



■ Diarios Papel
■ Televisión



■ Diario Papel
■ Redes Sociales

Ficha técnica de la recolección de datos

Trabajo de Campo:

Sistema de Consulta:

- a. Técnica de Relevamiento
Formularios de encuesta auto-administrada, entre los meses de Octubre y Diciembre del 2017, a través de Google Docs.
- b. Instrumento de Recolección cuantitativo
Formularios de encuesta con preguntas cerradas y dicotómicas.

Diseño Muestral:

- a. Población Objetivo
Hombres y mujeres entre 18 y 65 años, residentes en AMBA y de nivel socioeconómico medio-alto
- b. Tamaño de la muestra
503 casos válidos.
- c. Tipo de Muestreo
Muestreo no probabilístico por bola de nieve.