

# Atención al umbral: Un análisis comparado entre la prensa de información general y la deportiva (1990-1996)

Antonio Cascales Ramos

Prof. del Departamento de Comunicación Audiovisual, Publicidad y Literatura  
Facultad de Ciencias de la Información. Universidad de Sevilla

*Estudiando detenidamente las cifras de ventas de periódicos en España durante el periodo 1990-1996 se observa que la prensa de información general ha perdido más lectores de los que, a primera vista, parece desprenderse de las interpretaciones que esta misma prensa ofrece.*

## 1. Tendencias

Los informes anuales publicados por Fundesco bajo el nombre genérico de *Comunicación Social/Tendencias*, han ganado fama entre los especialistas por su rigor y acertado enfoque. A lo largo de la década de los noventa, y dentro del campo de la prensa diaria, estos informes han advertido la importancia de la desaparición de numerosas cabeceras en la prensa española, la fragilidad de la talla media de nuestros diarios –dos de cada tres, por debajo de los 10.000 ejemplares<sup>1</sup>– y, en llegado su momento, han celebrado el logro del índice 100 en la difusión de la prensa, marcado por la Unesco como umbral del desarrollo de una nación en lo que a lectura de periódicos se refiere.

También se anotó en estos informes, en su momento, el paso de la barrera de los cuatro millones de copias como media diaria, en 1993, con unas expectativas de superar los 4,3 millones de copias de circulación diaria, con lo que la prensa española se aproximaría a la italiana<sup>2</sup>. En todo momento, los informes de Fundesco atemperaban su visión optimista recordándonos que la difusión permanecía lejos de la media europea, que la talla media

1 Tendencias 1993; Pg. 46.

2 Tendencias 1994; Pg. 47.

de los diarios españoles seguía siendo baja, que persistía una fuerte desigualdad de lectura entre las regiones y que se acentuaba el fenómeno de concentración de compra y lectura en los fines de semana.

En el más reciente informe, *Tendencias (1996)*, se nos dice que “la prensa alcanzó, según datos de la primera oleada, un record histórico, con un 38,3% de los lectores entre la población mayor de 14 años, 9,1 puntos por encima del 29,2% computado hace ocho años, en 1988<sup>3</sup>”. Afirmaciones que podrían llevarnos a un optimismo no del todo justificado, y que no concuerdan bien con lo que cuenta el mismo informe, unas páginas más adelante :

“...en 1996 se estima un retroceso hasta un registro apenas superior al de 1994 en 5.000 ejemplares. Esto aleja el cumplimiento de las previsiones más optimistas, hechas en momentos de expansión, según las cuales en 1997 se podría llegar a una circulación de 4,8 millones de ejemplares y a un índice de difusión de 125. De este modo se demora la convergencia con Italia y Francia en el consumo de prensa<sup>4</sup>”.

## **2. Diarios informativos y diarios deportivos**

Parece oportuno aclarar esta situación y para ello hemos comparado dos series de datos de audiencias, en 1990 y en 1996.

Si se elige esta etapa de seis años es porque se estima que al inicio de la década de los noventa –que ha conocido eventos tan favorables para la venta de periódicos como la Expo 92, las Olimpiadas de Barcelona, la Conferencia Euromediterránea o la Cumbre de Madrid, cuna del Euro– ya estaba consolidada una oferta mediática incluyendo nuevos soportes tan poderosos y atractivos como los canales autonómicos y privados de televisión.

En 1990, el universo considerado por el Estudio General de Medios<sup>5</sup> que en todo este trabajo nos sirve de referencia –mayores de catorce años, viviendo en la península y Baleares, pero no en Canarias– sumaba un total de 31.575.000 personas.

Seis años más tarde, en 1996, ese universo había aumentado en más de dos millones de personas, situándose en 33.794.000.

---

3 *Tendencias 1996*; Pg 36.

4 *Tendencias 1996*; Pg 45.

5 Datos EGM. Anuarios *El Mundo* y *El País*.

Si bien es cierto, como afirma el informe de Fundesco, que la prensa alcanzó un récord histórico en 1996, no lo es menos que en dicho logro tuvo un peso decisivo la prensa de carácter deportivo, que probablemente no es la que los directivos de la UNESCO imaginan como indicador del desarrollo, y cuyas cuatro cabeceras más importantes (*Marca, As, Mundo Deportivo y Sport*) pasaron de sumar unos dos millones de lectores en 1990 a los cuatro millones en 1996.

De tal manera que si hacemos una distinción nada banal entre lo que es un diario de información general y lo que es un diario de información deportiva, las conclusiones a las que se llegan son bastante diferentes.

En 1990, de un total de 10.077.000 lectores, los cuatro diarios deportivos más importantes a los que nos hemos referido se llevaban 1.982.000 lectores, es decir, un 19,6 %.

Seis años más tarde, de los 12.898.000 lectores de diarios, los que preferían los deportivos, sumaban ya 3.957.000, lo que elevaba su proporción en más de diez puntos porcentuales, hasta situarla en un 30,6 %.

Es decir, que el aumento real de lectores de periódicos fue de 846.000 en los seis años, para un universo de población adulta que había crecido en esa etapa en dos millones y cuarto de personas. Además, la proporción de individuos con estudios universitarios había pasado del 8,9% al 10,7%, o sea, más de medio millón de personas. Por lo tanto, los datos de crecimiento eran mucho menos brillantes de lo que el informe pretendía.

Estos datos poco optimistas se repiten al considerar algunos ejemplos concretos.

### 3. Lectores jóvenes

Si consideramos, por ejemplo, el segmento de edad más joven (14 - 24 años), observaremos que el periódico *El País*, que mantiene durante dos décadas su liderazgo entre diarios españoles de información general, ha perdido en estos seis años 42.055 lectores jóvenes. *El Mundo*, aunque ha triplicado su audiencia desde 1990, ha bajado en más de diez puntos porcentuales en este mismo segmento (25,8 % a 15,3 %). Ello, aunque es grave, no es un dato que pueda generalizarse, porque en el caso de otro de los periódicos líderes, *El Periódico de Cataluña*, el porcentaje de jóvenes lectores ha variado poco (0,8 %) y en los seis años se han ganado más de 143.000 de estos lectores.

#### **4. Lectores sin estudios**

En 1990, y sobre el universo adulto ya descrito, aquellas personas que declaraban no poseer ningún tipo de instrucción, eran el 19,3 %, algo más de seis millones de españoles.

En 1996, aunque el porcentaje había bajado casi siete puntos (12,4 %), aún afectaba a 4.190.456 individuos.

En este grupo social quedaba no obstante un sector de lectores de diarios, en gran parte autodidactas, prolectos, herederos de la figura entrañable del obrero consciente que esperaba de la letra impresa un mensaje de redención tanto personal como colectiva. Ese importante grupo social ha quedado reducido, porcentualmente, a la mitad.

Si hacemos el cálculo, tras eliminar los diarios que hablan de fútbol, encontramos un grupo de lectores de diarios que se han perdido, casi un cuarto de millón, lo que resulta una cifra muy alta para atribuirla sólo a la muerte y al relevo generacional. Todo parece indicar que muchos autodidactas han dejado de creer en la función redentora de la prensa. Para una audiencia estabilizada en torno al millón y medio de lectores, *El País* ha perdido más de 30.000 de estos raros y valiosos ciudadanos, mientras que en el caso de *El Mundo*, aunque porcentualmente han bajado a la mitad (0,28 % a 0,13%) en números absolutos han subido en unos 50.000 lectores. En el caso de *El Periódico de Cataluña* con un crecimiento global de su audiencia, en los seis años considerados, de unos 300.000 lectores, apenas si mantiene unos 30.000 del tipo al que nos referimos, quizás porque en Cataluña, la cultura y los medios disponibles actúan más enérgicamente en el reciclado y formación de adultos.

#### **5. Lectores con estudios universitarios**

Aunque en los seis años contemplados han crecido porcentualmente desde un 8,9 % a un 10,7 %, no parecen conservar por la lectura de los diarios el fervor de otros tiempos. En el caso de *El País* bajan en tres puntos porcentuales, lo que supone una pérdida de 57.342 lectores. En el caso de *El Mundo*, el fuerte ascenso de la audiencia enmascara en parte el fenómeno que persiste en el fondo. Aunque la audiencia global se multiplica por tres veces, el segmento de los universitarios pierde tres puntos porcentuales, y en cifras absolutas tiene 200.000 lectores menos que *El País*. En cuanto a *El Periódico de Cataluña* gana en este segmento una centésima porcentual, lo que se traduce en un aumento de 52.000 lectores de nivel universitario.

## 6. Los pobres

O sea, la clase baja, que a comienzos de la última década del segundo milenio aún eran un 18,6 %, lo que suponía más de 5,7 millones de personas. Seis años más tarde, aún eran 4,3 millones, pero lo que aquí nos interesa es ante todo su actividad como lectores de periódicos.

En materia de lectores de clase baja, o sea, de pobres, *El País* ha pasado de un 4,1 % a un 1,6 %, en sintonía con *El Mundo* que ha pasado de 5,5 % a un 1,6 %, mientras que el *El Periódico de Cataluña* muestra una pérdida menor (3,5 % a 2,6 %).

En los tres casos considerados, los porcentajes con los que trabajamos son muy bajos, y en su posible interpretación se cruzan muy diversas influencias. De una parte está la disminución como tal del segmento contemplado, o sea, la clase baja. De otro está la renuncia a leer el periódico por desengaño, carestía u otras causas. Sin olvidar otros cambios inducidos, como por ejemplo la traslación del escenario desde un habitat rural a otro gran-urbano.

Así que quizás sea más ilustrativo acumular en un sólo dato las dos últimas categorías de la estratificación social –Media Baja y Baja– para intentar comprender algo de lo ocurrido en los años noventa entre la prensa diaria y sus lectores de modesta condición. Si realizamos el agrupamiento dicho, la comparación de las cifras globales entre 1990 y 1996, nos dan un aumento en cifras absolutas de 318.703 lectores. Pero si aplicamos esos mismos porcentajes tras de eliminar los diarios deportivos, los resultados cambian y arrojan una pérdida global de 81.977 lectores.

En el caso de *El País*, la pérdida en un segmento acumulado –Media Baja y Baja– de tres puntos porcentuales, se traduce en 51.656 lectores. En cuanto al descenso de *El Mundo*, en este mismo segmento, es de siete puntos y medio porcentuales, lo que trae como consecuencia el que, aunque triplica su audiencia global, en este segmento tan sólo la duplica, estableciéndola en 131.917 lectores. Esa tendencia no es la seguida por *El Periódico de Cataluña*, que gana para el mismo segmento un 2,2 %, lo que se traduce en cifras absolutas por 83.000 nuevos lectores.

## 7. Beneficios

Naturalmente que no todo son pérdidas ni apreturas en la prensa diaria española. Bajo una orquestada presión mediática, audiovisual y radiofónica, con todo lujo de ceremoniales desafiantes entre los directivos y ritos iniciáticos amparando la llegada de nuevos entrenadores, se consigue un notable tras-

vase de lectores desde la prensa crítica a la fervorosa.

Así, entre 1990 y 1996, *Marca* gana 608.211 lectores jóvenes, y si tomamos en consideración los cuatro grandes diarios deportivos, la ganancia es aún mayor: 677.328 lectores. Si analizamos el comportamiento del segmento acumulado –Clase Media Baja y Baja– veremos que sólo en el caso de *Marca* se gana más de medio millón de lectores. Algunos de los 50.000 lectores universitarios que desertaron de *El País* deben engrosar muy probablemente la brillante nómina de los 186.000 nuevos lectores ganados para la pasión balompédica por los cuatro grandes periódicos deportivos.

Contra lo que suelen repetir, livianamente, algunos programadores de medios, el colectivo de los que no tienen estudios, ni siquiera primarios, no pasan tan fácilmente a engrosar el coro de la hinchada. Este segmento arroja cifras negativas para las cuatro publicaciones dedicadas al deporte, que en su conjunto pierden 36.313 de estos lectores, quién sabe si porque piensan que si les costó un esfuerzo individual y gigantesco el aprender a leer por sus propios medios, no fue para desperdiciarlo ahora con las sutilezas del señor Gil y Gil.

En resumen, que si nos referimos a los diarios de información general y los separamos de los deportivos, el panorama no está para muchos triunfalismos, y a lo mejor seguimos en el umbral del subdesarrollo marcado por la UNESCO.