



INTERNATIONAL RESEARCH ASSOCIATES, S. A. DE C. V.

PASEO DE LA REFORMA N° 330 MEXICO 6, D. F.

TELS. 5-33-58-55 CON 5 LINEAS

LOS LECTORES DE PERIODICOS
Y EL PERIODICO EXCELSIOR

Presentación Gráfica y Textual de
Conclusiones Principales

Preparado en Octubre de 1972

para

Excelsior, Cía. Editorial, S.C.L.

TABLA DE CONTENIDO

Introducción

RESUMEN DE CONCLUSIONES

Página

SECCION I - LA LECTURA DE PERIODICOS	2
SECCION II - LOS LECTORES DE PERIODICOS ESPECI- FICOS	19
SECCION III - LAS IMAGENES DE TRES PERIODICOS	34
SECCION IV - LOS PATRONES DE LECTURA DE EXCEL- SIOR	51
SECCION V - LOS INTERESES DE LECTORES Y EL CON- TENIDO DE EXCELSIOR	60
SECCION VI - LAS SECCIONES DE EXCELSIOR	80
SECCION VII - EL CONTENIDO DE EXCELSIOR	86

INTRODUCCION

El presente informe es un análisis detallado de las principales conclusiones de la serie de estudios incluidos en el programa de investigación de Excelsior, Cía. Editorial, con relación al matutino EXCELSIOR. En el curso de la preparación del presente, se desarrollaron tres informes tabulares:

- * "Los Lectores de EXCELSIOR y ULTIMAS NOTICIAS".
(una actualización de estudios hechos en 1965 y 1967 sobre la penetración de los periódicos y las características de sus lectores).
- * "Los Lectores de Periódicos en la Ciudad de México".
(los intereses de los lectores, las imágenes de tres periódicos y los patrones de lectura de EXCELSIOR).
- * "Los Lectores de EXCELSIOR: Un Estudio Especial Sobre sus Hábitos de Lectura y sus Preferencias Generales".

Estos documentos tabulares se prepararon en base de dos encuestas entre la población adulta (de 18 años o más) de la zona metropolitana de la Ciudad de México. Los primeros dos informes se basan en un total de 1,141 entrevistas personales con una muestra representativa de la población arriba mencionada. El tercer informe se basa en una encuesta especial enfocada entre lectores habituales del periódico. El lector que desea conocer a fondo las técnicas empleadas en el desarrollo de cada encuesta puede consultar los Apéndices Técnicos que aparecen en cada informe tabular.

Debe aclararse que las conclusiones presentadas en este volumen se limitan a los puntos más sobresalientes de la investigación, del punto de vista de la interpretación de INTERNATIONAL RESEARCH ASSOCIATES. Por lo tanto, se recomienda que el lector estudie los informes tabulares proporcionados, para conocer la base de la interpretación aquí presentada y para conocer la información completa que tiene disponible.

* * * *

Cualquier aclaración sobre este resumen de conclusiones principales, sobre los informes tabulares o acerca de la metodología empleada en llevar a cabo los proyectos, será proporcionada con todo agrado previa solicitud.

INTERNATIONAL RESEARCH ASSOCIATES, S. A. DE C. V.

RESUMEN DE CONCLUSIONES

- A. El matutino EXCELSIOR requiere de modificaciones fundamentales para fortalecer su posición en el "mercado" de periódicos.
1. De 1967 a la fecha, la penetración de EXCELSIOR no ha aumentado, aunque el "mercado" total para periódicos ha crecido en un nueve por ciento. Es más, ciertos competidores (El Heraldo y El Sol de México) han limitado la penetración de EXCELSIOR aún en su mercado tradicional - los niveles económicamente privilegiados de la población adulta de la capital.
 2. La imagen del periódico EXCELSIOR es ligeramente mejor que las imágenes de El Heraldo y de Novedades - pero la ventaja que tiene EXCELSIOR en este contexto es mínimo. Es especialmente importante el hecho de que proporciones significativas del público lector piensan que el periódico es "inexacto" (9%), "engañoso" (15%), "tendencioso" (17%), "tímido" (18%) y "controlado" (38%).
 3. Es muy probable que el periódico actual no sea adecuado a las necesidades de sus lectores de ser selectivos en lo que leen y de ubicar con facilidad los artículos de mayor interés. El lector de EXCELSIOR requiere estas características en su periódico por el tiempo limitado que puede dedicar a su lectura - ligeramente más de una media hora diaria. El público lector en general cuenta con aún menos tiempo que el lector de EXCELSIOR.
 4. Existen diferencias importantes entre lo que es interesante para los lectores de periódicos y lo que se presenta en el periódico EXCELSIOR. En ciertos casos estas diferencias implican un cambio de énfasis o de tono editorial; pero en otros casos es probable que sea necesario modificar el contenido tradicional del matutino.

- B. Desde un principio, es claro que cualquier modificación en EXCELSIOR se tendrá que hacer bajo condiciones muy especiales - en una forma cuidadosa, basada en conocer de antemano la probable reacción del lector. Los cambios recientes en ciertos aspectos del periódico (sociales, planas de color y el suplemento "Diorama") han resultado sumamente favorables - pero se piensa que en el futuro, sería indispensable usar algún método de comprobación antes de hacer cualquier modificación importante.
- C. Lo anterior es especialmente cierto cuando se considera que los cambios más fundamentales serían dirigidos a "re-juvenecer" al periódico, para proporcionarle un atractivo más universal. El mayor peligro, entonces, estriba en llevar a cabo una modificación de EXCELSIOR en estos sentidos, y a la vez fortalecer la imagen que tiene el periódico de ser el más prestigioso de México. Sería demasiado fácil perder el equilibrio delicado entre estos dos objetivos básicos.
- D. Los resultados del programa de investigación que se llevó a cabo indican claramente que el formato físico de EXCELSIOR se considera inadecuado a las necesidades de los lectores. Dentro de este contexto, se pueden señalar cinco factores fundamentales:

1. COLOR:

El uso de color claramente es favorable - así se explica el crecimiento de los dos competidores más fuertes de EXCELSIOR en la actualidad - El Herald y El Sol de México. El color se considera moderno (joven), atractivo e interesante.

2. ORGANIZACION:

El lector selectivo requiere ubicar fácilmente lo que le interesa; si no lo puede hacer, es probable que lea menos de lo que podría leer. En el matutino EXCELSIOR no existe un índice; ni, necesariamente, una orden clara y constante de presentar los distintos artículos. A muchos tópicos generales (cultura, información para mujeres) les falta una "sección" identificable.

3. VOLUMEN:

Es posible que una mejor organización del periódico EXCELSIOR daría como resultado que la imagen que tiene el matutino de "voluminoso" se modificara.

4. IMPRESION:

Tenemos entendido que ésta mejorará en el futuro, mejorando así la opinión general actual que es bastante pobre.

5. PRIMERA PLANA:

Las dos-terceras partes de los lectores de EXCELSIOR comienzan su lectura del periódico en la primera plana. Consecuentemente, se considera que una porción reducida de esta plana se podría utilizar para guiar la lectura, y para orientar al lector hacia los principales artículos de cada ejemplar.

La primera plana en sí tal vez podría re-diseñarse para evitar la sensación de desorganización.

E. En lo que se refiere al contenido de EXCELSIOR, existen varias modificaciones que podrían proporcionarle al matutino una cobertura más adecuada a la "demanda" del "mercado" de lectores habituales de periódicos.

1. DEPORTES:

El interés en los deportes es relativamente universal, y se considera que la presentación de este tópico en las páginas de EXCELSIOR no es adecuada. Podría ser necesario un aumento en la cobertura de los deportes en el periódico; o bien, únicamente un cambio en el tono editorial utilizado.

El hecho de que la sección deportiva sea solamente una sub-sección de la "Segunda Parte de la Sección A" reduce su importancia y dificulta en ocasiones su ubicación.

2. "SECCION" DE MUJERES:

La tercera parte de los lectores habituales de EXCELSIOR son mujeres; y los resultados bosquejados en este informe indican que se piensa deficiente la presentación de varios tópicos de especial interés entre las mujeres - la cocina, la moda, la decoración, como recibir a visitas, etc. Cualquier "sección" de mujeres que se presentara tendría que evitar un tono de superioridad o de frivolidad.

3. "SECCION FAMILIAR":

Como una parte de la "sección" de mujeres, o como un suplemento o sección distinta, una serie de tópicos de interés universal forman la base de una "sección familiar".

- * la salud y adelantos médicos.
- * la educación y las escuelas.
- * como tratar, educar a los hijos.
- * la juventud actual.
- * el matrimonio, la vida familiar.
- * psicología.
- * el presupuesto familiar.
- * las ventajas y desventajas de los productos.
- * los empleos y como progresar en ellos.

La palabra "amenidades" no tiene el impacto adecuado entre lectores para estimular la lectura de estos temas de bastante interés entre el público lector.

4. CULTURA:

Es claro que una parte importante de la imagen de EXCELSIOR se debe a la alta calidad de su esfuerzo en el area de la cultura. Sin embargo, se considera que la cobertura del periódico es algo

pobre en lo que se refiere a cuatro tópicos:

- * reseña y crítica de libros.
- * lugares y acontecimientos históricos.
- * viajes.
- * la música - popular y clásica.

5. Otros tópicos que son de interés a ciertos segmentos del público lector, y que posiblemente no reciben la atención adecuada en las páginas de EXCELSIOR son las finanzas y la religión y moral. Sin embargo, las mejoras en estas áreas serían de menor prioridad que las mencionadas arriba.

Es claro que este "resumen de conclusiones" solamente toca los resultados más importantes del programa de investigación que se llevó a cabo para Excelsior, Cía. Editorial. Consecuentemente, se recomienda al lector el estudio no solo de este informe, sino también de los informes tabulares.

INTERNATIONAL RESEARCH ASSOCIATES, S. A. DE C. V.

SECCION I

LA LECTURA DE PERIODICOS

Esta primera sección del informe ha sido diseñada como una introducción al panorama general del público lector de periódicos en la zona metropolitana de la Ciudad de México. Así, la información bosquejada a continuación incluye:

- * DEFINICION DEL UNIVERSO DEL ESTUDIO.
- * LAS MEDICIONES BASICAS DE LA PENETRACION DE LOS PERIODICOS.
- * LAS CARACTERISTICAS DE LA POBLACION ESTUDIADA.
- * LAS CARACTERISTICAS DEL PUBLICO LECTOR.
- * LOS CAMBIOS APARENTES EN LOS HABITOS DE LOS LECTORES.
- * LAS RAZONES PRINCIPALES POR HABER SIDO MUY LIMITADO EL CRECIMIENTO DEL SECTOR MAS IMPORTANTE DEL PUBLICO LECTOR -- LOS LECTORES HABITUALES.

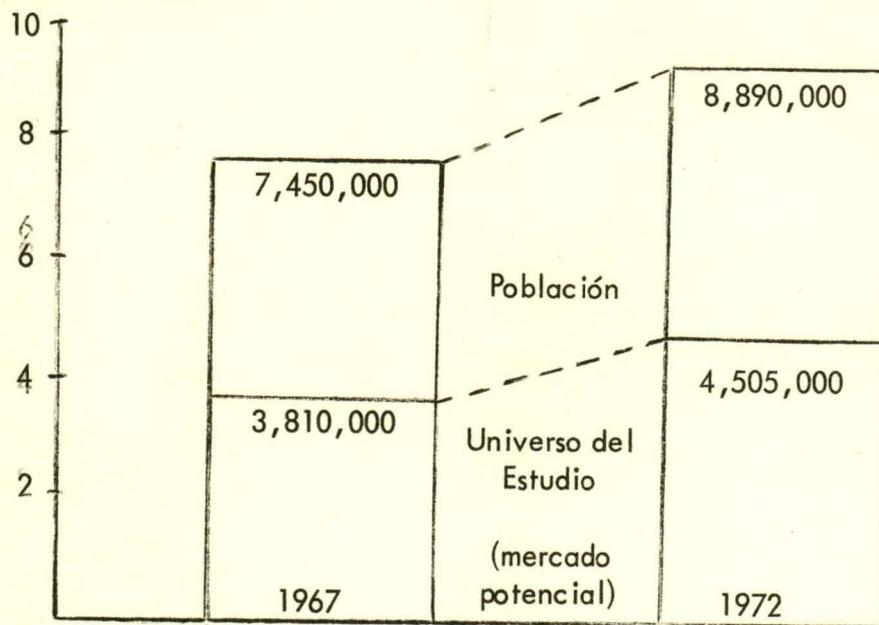
Como es el caso en todo el informe, se presenta una serie de tablas o de gráficas que demuestran en forma clara los resultados de la encuesta realizada durante los meses de abril y mayo de 1972, efectuando las comparaciones necesarias - ya sea con datos oficiales sobre la población o con datos obtenidos por medio de encuestas anteriores. Después de cada serie de tablas relacionadas con un tema en particular, se proporcionan las conclusiones principales relevantes.

Tabla I - A

Crecimiento Demográfico de 1967 a 1972

La Población de la Ciudad de México y el Universo de Estudio

Millones de Personas



- * el "Universo del Estudio" es la definición del grupo de la población de la cual se selecciona una muestra, y de la cual es representativa esa muestra.
- * las dos encuestas efectuadas por International Research Associates en 1967 y en 1972 se basan en muestras de la población de 18 años de edad o más, residente en el área metropolitana de la Ciudad de México - la zona urbanizada del Distrito Federal, y de los Municipios de Naucalpan, Netzahualcoyotl, y Tlanepantla del Edo. de México.

Los resultados de una encuesta basada, como es el presente caso, en una muestra aleatoria de una población definida, se pueden proyectar de la muestra al "Universo del Estudio" - dentro de ciertos márgenes de error que se pueden calcular con base en la estadística y las leyes de probabilidad.

Es de suma importancia que el usuario de los resultados del presente estudio tenga en mente siempre la definición del Universo del Estudio, aunque en este caso en particular se considera que la población estudiada representa el "mercado" potencial real para periódicos.

De 1967 a 1972, el crecimiento del Universo del Estudio (o del mercado potencial) era de 3,810,000 adultos a 4,505,000 - un crecimiento total del 18.2%. Debido a la restricción del Universo del Estudio en lo que se refiere a edad, el crecimiento demográfico de toda la población de la capital es ligeramente mayor (19.4%) al crecimiento del mercado potencial para periódicos.

Tabla I - BMediciones Básicas de la Lectura de Periódicos

EL PUBLICO LECTOR - LOS QUE ALGUNA VEZ LEEN PERIODICOS

LECTORES REGULARES - LOS QUE LEYERON PERIODICOS DURANTE LA ULTIMA SEMANA

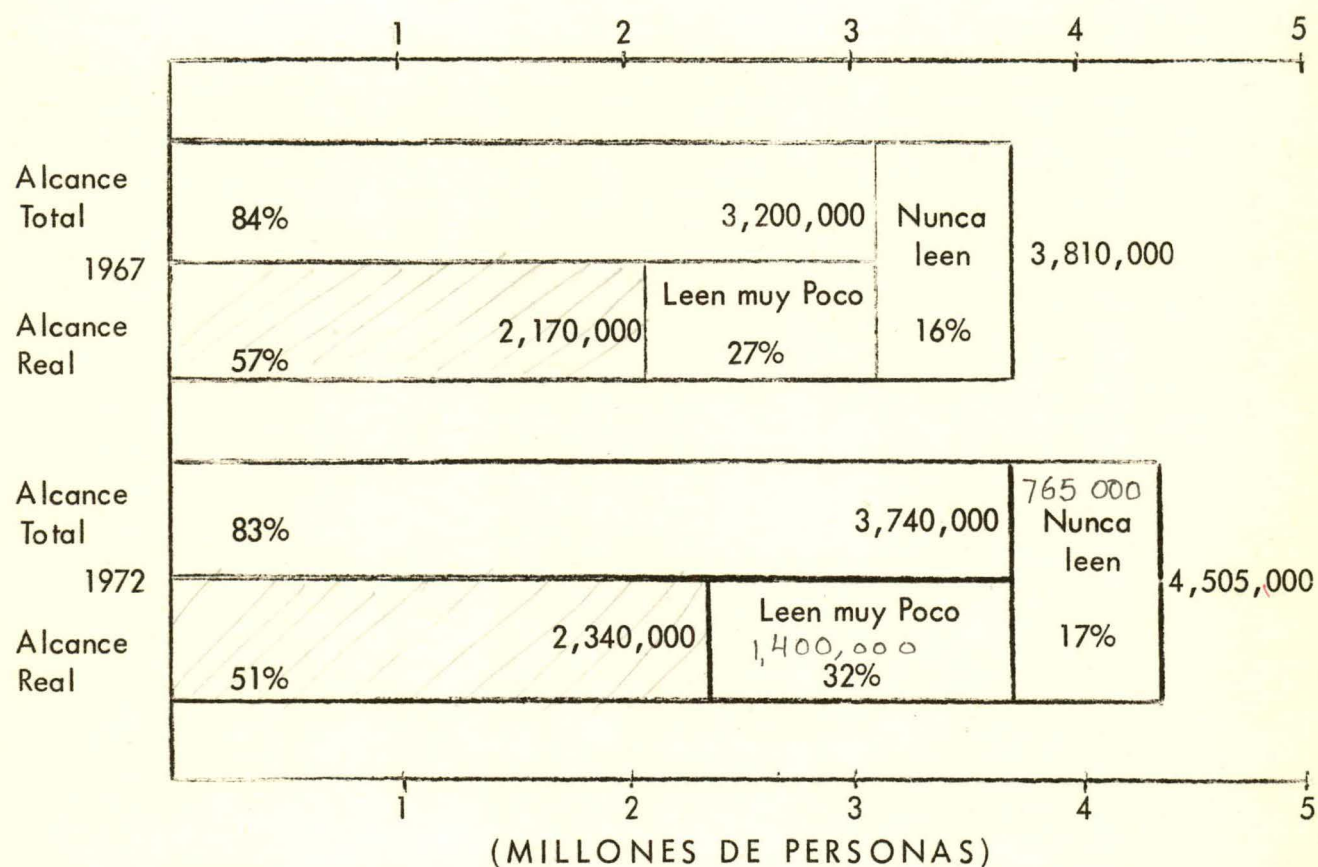
LECTORES HABITUALES - LOS QUE LEYERON PERIODICOS "AYER" - UN DIA TIPICO DURANTE EL PERIODO DE LA ENCUESTA

- * es muy importante distinguir entre las tres mediciones básicas de la lectura de periódicos.
- * el porcentaje de la población que alguna vez lee periódicos es indicativo del alcance total del medio.
- * el porcentaje de la población que leyó por lo menos un periódico durante la última semana excluye a las personas que únicamente leen periódicos en forma esporádica - es indicativo del alcance real del medio.
- * el porcentaje de la población que leyó por lo menos un periódico durante un día típico es la medición más precisa del público lector habitual - el "mercado" real.

Tabla I - C

Alcance Total y Real de los Periódicos

(MILLONES DE PERSONAS)



* el alcance total de los periódicos no ha cambiado, en términos porcentuales, de 1967 a 1972.

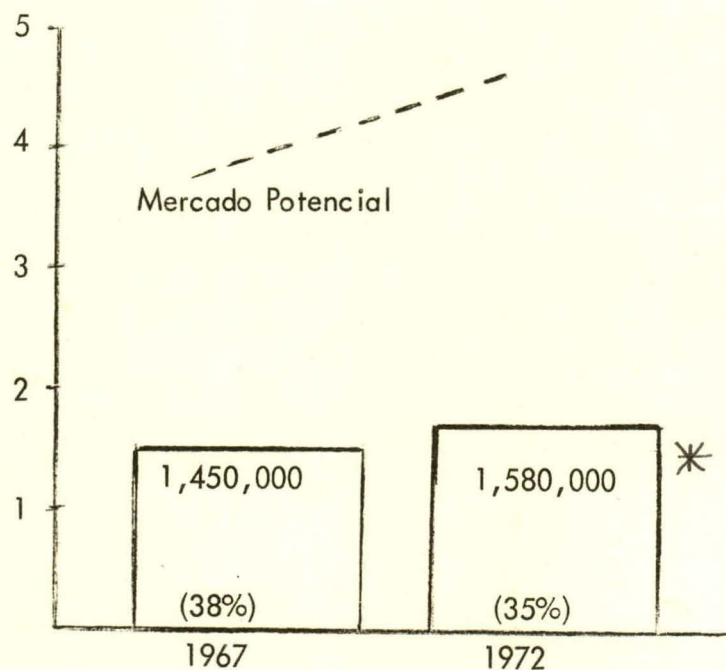
* así, el número total de lectores ha crecido en un 16.9% - cifra semejante al crecimiento del Universo del Estudio en este período (18.2%).

* sin embargo, el alcance real de los periódicos (la proporción que lee por lo menos un periódico durante la semana) sólo ha crecido de 2,170,000 a 2,340,000 - cambio de únicamente el 7.9%.

Tabla I - D

El Público Lector Habitual
(lectores en un día típico)

Millones de Personas



- * el público lector habitual forma solamente la tercera parte del mercado potencial - esta medición más exacta del alcance de los periódicos subraya la tendencia negativa en el crecimiento de este "mercado".
- * el público lector habitual solo ha crecido en un 9.0% de 1967 a 1972 - un ritmo de crecimiento que ni llega a la mitad del crecimiento observado en el mercado potencial (el Universo de Estudio).

De los distintos indicadores del alcance de los periódicos entre la población adulta (18 años o más) de la Gran Ciudad de México, es claramente necesario concluir que existe una situación sumamente negativa para la Prensa en general, y para EXCELSIOR.

La población total de la zona metropolitana ha crecido en un 19.4% de 1967 a 1972. El crecimiento del mercado potencial para los periódicos, y del alcance total de este medio, han logrado mantener ritmos del crecimiento semejantes - del 18.2% y del 16.9%, respectivamente. Sin embargo, las mediciones más exactas de la penetración de los periódicos demuestran que el público lector habitual no ha crecido, de 1967 a 1972, a un ritmo comparable - sino que ha crecido en solo un 9.0%.

Podrían existir muchas razones por esta situación tan negativa. Aunque en páginas subsecuentes se analizan varias explicaciones del fenómeno, es oportuno bosquejar una lista completa de los factores que podrían ser causas - precisamente porque algunas hipótesis no se estudiaron en la presente encuesta.

De resultados que a continuación serán examinados se puede confirmar que:

- a) En un principio, ni el crecimiento demográfico de la Gran Ciudad de México ni el crecimiento del Universo de Estudio se pueden considerar como normas adecuadas para juzgar lo que debería de ser el crecimiento del medio Prensa. Lo anterior se debe a que el crecimiento de la población y del mercado potencial ha sido desequilibrado en cuanto a los niveles socio-económicos y en lo que respecta a las edades de la población. Como a continuación se indica, es probable que un crecimiento de solo entre 8% y 10% sea una norma más realista en este sentido.
- b) El desequilibrio en el crecimiento de la población no es, sin embargo, el único factor que ha limitado el crecimiento del público lector habitual: en los datos proporcionados por la presente encuesta se encuentran índices de un cambio en los hábitos de lectura del grupo de la población (más privilegiada económica y culturalmente) que tradicionalmente ha formado la base del público lector habitual. No se profundizaron sobre los motivos de estos cambios, por no haber esperado este resultado; sin embargo, se mencionan a continuación posibles explicaciones del cambio.
- c) Precisamente por los cambios en los hábitos de lectura de los grupos socio económicos que tradicionalmente han formado la mayoría del público lector habitual, y por la mayor importancia de la clase popular en la población en general, ha cambiado fuertemente la composición socio-econó-

mica del público lector habitual. Así, ciertamente es menor el crecimiento posible en el público lector habitual cuando se tiene que "alimentar" de la clase popular. Más, es muy probable que los gustos del público lector habitual hayan cambiado. El crecimiento natural de la población (en términos de edades) también implica un cambio en gustos entre este grupo tan importantes de lectores.

- d) Existe una probabilidad muy alta de que el formato actual del periódico - incluyendo su contenido, su presentación, su política editorial - no satisface al nuevo público lector. Lo anterior sería resultado de diferencias reales en los gustos de lectores jóvenes y de nivel socio-económico más bajo, y en otra sección del presente se proporcionará confirmación de estas diferencias.

Además, se pueden plantear como hipótesis - para futuro estudio - las siguientes explicaciones del lento crecimiento del segmento de la población adulta que forma parte del público lector habitual.

- e) Otros medios de comunicación e información - específicamente los medios de difusión - podrían estar limitando las necesidades que siente el público (o ciertos segmentos del público) de conocer a fondo las noticias.
- f) Aunque podría parecer cliché, la mayor rapidez con que se mueve (o parece moverse) la vida actual, fácilmente podría provocar un cambio en los hábitos de lectura de los periódicos.

Aunque lo anterior no es una lista exhaustiva de las posibles causas del pobre ritmo de crecimiento en el mercado real para periódicos, sí incluye los principales factores. A continuación se analizan ciertos de ellos.

Tabla I - EVariaciones en la Composición de la PoblaciónEDAD

<u>Proporción de la Población de:</u>	<u>Del Censo de la Zona Metropolitana Levantado en:</u>	
	<u>1960</u>	<u>1970</u>
17 años o menos	47.2%	49.3%
18 años o más	52.8	50.7

NIVEL SOCIO-ECONOMICO

<u>Proporciones de los Niveles Socio-Económicos:</u>	<u>De Encuestas Realizadas en:</u>	
	<u>1967</u>	<u>1972</u>
A/B (nivel "alto")	9%	7%
C (nivel "medio")	37	35
D (nivel "bajo")	54	58

- * el segmento adulto de la población ha aumentado a un ritmo ligeramente menos acelerado.
- * el crecimiento demográfico de la Ciudad de México tampoco ha sido uniforme entre los distintos niveles de la población.
- * esta situación es muy lógica - cuando se considera que las fuentes del crecimiento de una zona urbana como es la Ciudad de México son la natalidad y la migración del interior a la capital.

Tabla I - FComposición del Público Lector Habitual - 1967
- por niveles socio-económicos -

Niveles A/B/C 68%	Nivel D 32%
----------------------	----------------

- * el desequilibrio en el crecimiento demográfico de la población, demostrado en la Tabla I - F, adquiere suma importancia cuando se analiza la composición por niveles socio-económicos del público lector habitual en 1967.
- * la mayoría de los adultos que reportaron ser lectores habituales de periódicos en 1967 (leyeron uno o más periódicos en un día típico) pertenecían a los niveles privilegiados - en términos económicos y culturales - de la población.

Tabla I - C

Análisis del Crecimiento del Mercado Potencial
- adultos, por los niveles socio-económicos -

Nivel Socio-Económico:	Número Estimado de Adultos		Variación 1967 a 1972
	<u>1967</u>	<u>1972</u>	
A/B/C	1,753,000	1,892,000	+ 7.9%
D	2,057,000	2,613,000	+27.0%
TOTAL	3,810,000	4,505,000	+18.2%

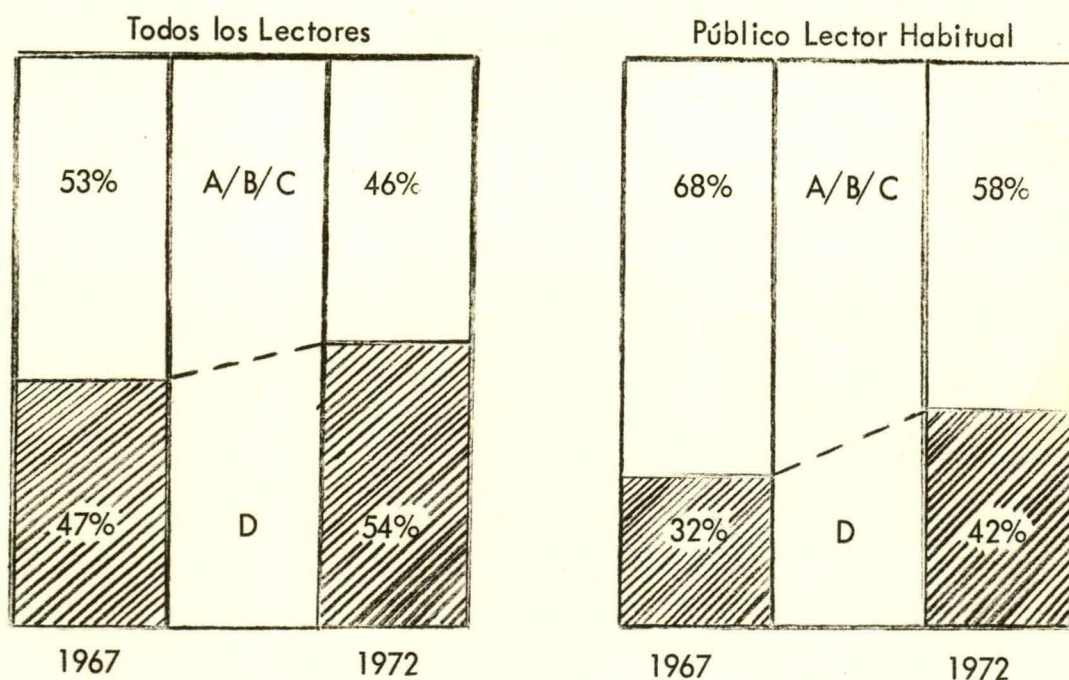
* el desequilibrio en el crecimiento de los distintos niveles socio-económicos es muy alto - las clases populares han crecido a un ritmo tres veces más alto que el ritmo de crecimiento de las clases alta y media.

Los desequilibrios que se observan en el crecimiento demográfico de la capital explican muy claramente la imposibilidad de adoptar la tasa de cambio demográfico general como una norma realista para juzgar el crecimiento del medio Prensa. Precisamente por el lento crecimiento de los sectores adultos de las clases económica y culturalmente privilegiadas, se observa un crecimiento muy lento en el público lector habitual.

Sin embargo, el bajo crecimiento de los sectores que, en 1967 y en años anteriores habían formado la gran mayoría de los lectores habituales de periódicos, no es la única explicación del crecimiento tan lento del público lector habitual.

Tabla I - H

Variación en la Composición de los Lectores
- por nivel socio-económico -



- * las variaciones observadas en el crecimiento de los niveles socio-económicos también han afectado a la composición tanto de todos los lectores de periódicos como del público lector habitual.
- * debido al bajo crecimiento del grupo de lectores habituales, el fuerte cambio en la composición socio-económica de este grupo es indicativo de posibles cambios de hábitos de lectura.

Tabla I - I

La Penetración de la Prensa en Un Día Típico
- por segmentos del universo -

<u>Sexo</u> <u>Sexo, Edad y Nivel:</u>		<u>1967</u>	<u>1972</u>	
TOTAL		38%	35%	(-3%)
SEXO	Masculino	52%	48%	(-4%)
	Femenino	26	23	(-3%)
EDAD (1)	18 a 24 años	38%	30%	(-8%)
	25 a 34 años	38	39	(+1%)
	35 a 44 años	40	33	(-7%)
	45 años o más	35	36	(+1%)
NIVEL	A/B	72%	63%*	(-9%)
	C	51	46	(-5%)
	D	23	25	(+2%)

(1) En 1967 se utilizaron los siguientes grupos de edades: 18 a 25, 26 a 35, 36 a 45, 46 o más.

-
- * como se había visto anteriormente, en los términos relativos que expresa un porcentaje, ha bajado el público lector habitual con relación al cien por ciento del mercado potencial.
 - * desde el punto de vista de la Prensa, las variaciones observadas son especialmente alarmantes en dos grupos - jóvenes (18 a 35 años) y los niveles alto y medio (A/B y C).
 - * en este último caso, son fundamentales los resultados por la importancia tradicional de las clases privilegiadas al público lector habitual.
 - * el caso de los jóvenes podría, sin embargo, preocupar más - se dedica otra tabla a la examinación del fenómeno.

Tabla I - J

El Alcance Total de los Periódicos
- por grupos de edades -

<u>Grupos de Edades</u>	<u>1967</u>	<u>1972</u>	
18 a 24 años	94%	89%	(-5%)
25 a 34 años	86	91	(+5%)
35 a 44 años	85	85	(---)
45 años o más	68	70	(+2%)

- * las cifras arriba presentadas también indican una baja en la lectura de periódicos entre el grupo de adultos jóvenes (el cambio en la lectura de personas de 35 a 44 años, presentado en la tabla anterior, no se notó aquí, y se piensa de menor importancia, relativamente).
- * es importante el aparente cambio de hábitos de lectura de periódicos entre jóvenes por:
- la supuesta mejor educación de este grupo .
 - el avance normal demográfico del mercado .

Los resultados bosquejados en las páginas anteriores son muy indicativos de cambios importantes en los hábitos de lectura de los periódicos - especialmente entre dos grupos claves del mercado potencial - jóvenes y niveles alto y medio. (Las razones por estos cambios no se profundizaron en la presente encuesta, aunque claramente será necesario conocerlas en un futuro cercano.)

Debido a que en 1967 hasta el 68% del público lector habitual de periódicos era de los niveles alto y medio de la población, es muy importante la baja en la proporción de este grupo que lee periódicos en forma diaria. Proyectando los porcentajes presentados a estimados de números de lectores, se puede decir que, de 1967 a 1972, el número de lectores habituales de periódicos de las clases alta y media no ha cambiado. Sin embargo, de 1967 a 1972, el número de adultos en este segmento del mercado sí ha crecido, aunque sea en un ritmo algo lento. Así, en 1972, se encuentra que, en un día típico, hay aproximadamente 950,000 adultos de los niveles económico y culturalmente privilegiados que no leen un periódico.

En forma parecida, se puede estimar que el número de lectores habituales de periódicos de 18 a 24 años de edad es ligeramente menos de 400,000 en 1972, y que éste número de lectores representa una baja de entre el 5% y el 10% de 1967 a la fecha, período en el cual ha aumentado el mercado potencial de 18 a 24 años en aproximadamente un 19%. Existen entonces, más de 800,000 adultos jóvenes, de todos los niveles, que no leen actualmente un periódico en forma habitual.

En resumen, el panorama de la situación actual en cuanto a la lectura de periódicos no es positiva. Aunque la Gran Ciudad de México ha crecido dramáticamente en los últimos cinco años, y el mercado potencial para periódicos ha crecido también, los resultados de la encuesta más reciente indican que el público lector habitual de periódicos solo ha aumentado a un ritmo sumamente lento.

Lo anterior se debe a que el crecimiento tan fuerte del mercado potencial no ha sido uniforme - sino que ha favorecido a los segmentos de la población que, históricamente, han sido de menor importancia en lo que respecta a la lectura de periódicos. Además, se encuentran índices importantes de cambios en los hábitos básicos de aquellos segmentos de la población que normalmente deberían formar la base del público lector habitual - los jóvenes y los privilegiados.

Consecuentemente, se puede confirmar que la composición del público lector habitual se ha modificado de 1967 a la fecha. La clase popular hoy en día forma el 42% de este mercado, mientras que ni formaba la tercera parte de los lectores habituales hace cinco años.

Por otro lado, la mayoría de los adultos de nivel alto o medio actualmente no leen un periódico en un día típico, y el número de adultos jóvenes (18 a 24 años de edad) que no

lee periódicos en forma habitual ha crecido en un 30% (de 600,000 en 1967 a aproximadamente 800,000 en la actualidad).

Basado en este panorama general, el lector deberá recordar que la presente encuesta se enfocó sobre los lectores actuales de periódicos. Así, muchas preguntas sobre las actitudes y los hábitos de no - lectores no recibirán contestación en el presente informe, aunque bien podrían ser el objetivo de futura investigación y análisis.

SECCION II

LOS LECTORES DE PERIODICOS ESPECIFICOS

La siguiente sección de este informe presenta los datos recopilados sobre los lectores de los principales diarios en venta en la capital. De no especificar lo contrario, el siguiente análisis se basa en los lectores de periódicos en un día típico - es decir, en el público lector habitual. La principal razón por adoptar esta norma radica en la mayor precisión de la recordación humana a corto plazo.

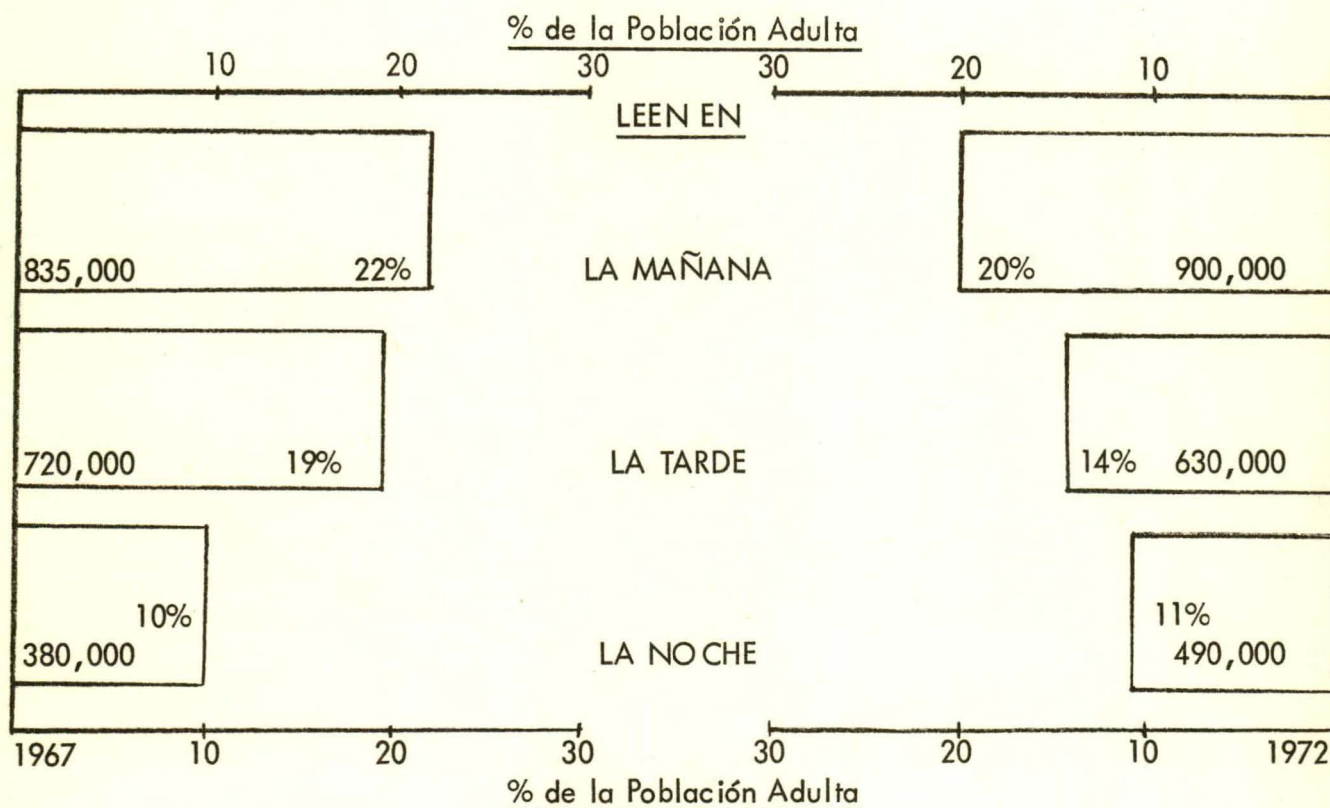
La información estudiada en estas páginas incluye los siguientes tópicos:

- * DETALLE DE LA LECTURA DE PERIODICOS EN UN DIA TIPICO.
- * ESTIMACIONES DEL NUMERO DE LECTORES DE LOS CATORCE PERIODICOS PRINCIPALES.
- * CARACTERISTICAS DE LA LECTURA DE ESTOS PERIODICOS.
- * CARACTERISTICAS DE LOS LECTORES DE ESTOS PERIODICOS.

Para la mayor composición de la siguiente parte del análisis, se le sugiere al lector familiarizarse con el panorama general del público lector de periódicos, presentado en la primera sección de este informe.

Tabla II - A

La Lectura de Periódicos en Un Día Típico
- por períodos del Día -



- * de 1967 a 1972, el cambio más drástico que se nota en la lectura de periódicos en un día típico durante al tarde - el número de lectores durante este período del día bajó de 720,000 a 630,000 (12.5% de cambio).
- * el número de lectores durante la mañana y durante la noche de un día típico ha aumentado de 1967 a 1972 - en un 7.8% en la mañana y en un 30.3% en la noche.
- * estas cifras son indicativas de los cambios que se notan con respecto a la lectura de los periódicos vespertinos (al tomar en cuenta también, que en 1967, el 45% de los lectores en la noche leyeron un vespertino, mientras que en 1972 sólo el 30% de los lectores en la noche escogieron un vespertino -- en ambos casos, la mayoría leía un matutino).

Tabla II - B

Lectores de Matutinos y Vespertinos
- lectores en un día típico -

1,580,00
Lectores Habituales

1,084,000 Leen Matutinos Solamente
185,000 Leen Ambos
311,000 Leen Vespertinos Solamente

*

126,9000 21
1,269,000

*

- * de los 1,580,000 lectores habituales de periódicos, ocho de cada diez (80.3%) leen periódicos matutinos, y solamente tres de cada diez (31.4%) leen vespertinos.
- * por lo general, las personas que leen matutinos no leen vespertinos.
- * solamente uno de cada diez (11.7%) lectores habituales de periódicos leen matutinos y vespertinos en un día típico.

Tabla II - CClasificación de Periódicos PrincipalesMATUTINOSClase A/B

EXCELSIOR
EL HERALDO

Clase C

EL SOL DE MEXICO
NOVEDADES
EL UNIVERSAL

Clase D

ESTO
LA PRENSA
OVACIONES

VESPERTINOSMedio Día

EL SOL DE MEDIO DIA
EL DIARIO DE LA TARDE
ULTIMAS NOTICIAS - 1a.
UNIVERSAL GRAFICO

Tarde

ULTIMAS NOTICIAS - 2a.
OVACIONES

- * los catorce periódicos principales claramente se clasifican de acuerdo con tres periodos del día, según su aparición en el mercado.
- * los ocho matutinos se subdividen de acuerdo con los niveles socio-económicos que más acostumbran leer cada periódico - aunque ninguno se puede identificar totalmente con un nivel específico.

Tabla II - D

Variaciones en la Penetración de Periódicos
- por categorías generales -

<u>Categorías:</u>	<u>Número ('000)</u> <u>de Lectores</u>		<u>Variación</u> <u>1967 a 1972</u>	
	<u>1967</u>	<u>1972</u>	<u>'000</u>	<u>%</u>
Matutinos:				
Clase A/B	343	404	+ 61	+17.8%
Clase C	377	457	+ 80	+21.2%
Clase D	584	604	+ 20	+ 3.4%
Sub-Total Matutinos	1,304	1,465*	+161	+12.3%
Vespertinos:				
Medio Día	419	330	-89	-21.6%
Tarde	228	208	-20	- 8.8%
Sub-Total Vespertinos	647	538	-109	-16.8%
GRAN TOTAL	1,951	2,003	+ 52	+ 2.6%

* el número total de "periódicos leídos" en un día típico solo ha aumentado en un 2.6% - a pesar de que el número de lectores de periódicos ha crecido en un 9.0%.

* la diferencia se debe, principalmente, a una ligera variación en el promedio de periódicos leídos por persona - de 1.35 en 1967 a 1.27 en 1972.

* hay grandes diferencias entre las cinco categorías de periódicos - positivo para los matutinos (los de "clase C" y "Clase A/B" en particular - aunque los de "Clase D" aún dominan), y muy negativo para los vespertinos, especialmente los de Medio Día.

De 1967 a 1972, se notan cambios importantes en la lectura de diferentes tipos de periódicos - y en diferentes periódicos específicos, como se verá a continuación. Los cambios principales consisten de:

- * una baja fuerte en la lectura de los vespertinos, especialmente los de Medio Día.
- * un aumento bastante importante en el alcance de los matutinos - particularmente aquellos que gozan de lectores de los niveles C y A/B.

Estas variaciones están claramente reflejadas en una menor lectura de periódicos durante la tarde de un día típico. El número de adultos que lee periódicos en la tarde ha bajado en un 12.5%. Además, el número de personas que lee vespertinos en la noche también ha bajado - en un 14.1% - porque solamente el 30% de los 490,000 adultos que leen un diario en la noche leen vespertinos (comparado en el 45% de los 380,000 adultos que reportaron leer un periódico en la noche de un día típico en 1967). Lo anterior explica la baja en la lectura de vespertinos de la tarde, también.

Entonces, el hecho de que, en general, las personas que leen matutinos no leen vespertinos, adquiere mayor importancia. No solo se puede concluir que existen dos grupos distintos de lectores, con hábitos y gustos bastante diferentes, sino que también indica este resultado que:

- a) una posible causa de la baja en el alcance de los vespertinos sea la disminución del grupo de lectores que acostumbran leer un periódico matutino y otro vespertino.
- b) otra posibilidad se relaciona con una baja fuerte en el grupo de personas que acostumbran leer solamente vespertinos.

La presente encuesta proporciona datos a favor de cada hipótesis - sugiriendo que ambos fenómenos han estado limitando el mercado para los vespertinos. (Ejemplos: 1.- El cambio en el número promedio de periódicos leídos en un día típico se relaciona con la primera hipótesis, porque los 183,000 lectores que acostumbran leer tanto matutinos como vespertinos leen un promedio de 2.3 periódicos al día. Los 1,084,000 lectores que solo leen matutinos, leen 1.2 periódicos al día, y la cifra comparativa para los 311,000 que únicamente leen vespertinos es de 1.1. 2.- La segunda posibilidad se confirma por lo antes examinado sobre los números de lectores que leen en la tarde y en la noche de un día típico).

Tabla II - E

Variaciones en la Penetración de Matutinos
- lectores en un día típico -

<u>Categorías y Periódicos:</u>	<u>Número ('000)</u> <u>de Lectores</u>		<u>Variación</u> <u>1967 a 1972</u>	
	<u>1967</u>	<u>1972</u>	<u>'000</u>	<u>%</u>
<u>Clase A/B</u>				
EXCELSIOR	248	252	+ 4	+ 1.6%
El Heraldó	95	152	+ 57	+ 60.0%
Sub-Total	343	404	+ 61	+ 17.8%
<u>Clase C</u>				
El Sol de México	76	186	+110	+144.4%
Novedades	187	175	- 12	- 6.4%
El Universal	114	96	- 18	- 12.9%
Sub-Total	377	457	+ 80	+ 21.2%
<u>Clase D</u>				
Esto	210	282	+ 72	+ 34.4%
La Prensa	187	189	+ 2	+ 1.1%
Ovaciones	187	133	- 54	- 29.0%
Sub-Total	584	604	+ 20	+ 3.4%
GRAN TOTAL	1,304	1,465	+161	+ 12.3%

* claramente son tres los periódicos que han logrado mejorar su penetración de 1967 a 1972 - El Sol de México, El Heraldó y el Esto.

* EXCELSIOR solo ha logrado mantenerse.

* las Ovaciones, El Universal, y Novedades han sufrido una pérdida absoluta en su alcance.

Tabla II - F

Características de los Lectores Habituales de los Matutinos
- nivel socio-económico -

<u>Periódico:</u>	<u>Nivel Socio-Económico</u>			<u>Total</u>
	<u>A/B</u>	<u>C</u>	<u>D</u>	
EXCELSIOR	36% (90,720)	60 (151,200)	4 (10,080)	100%
El Herald	26%	57	17	100%
El Sol de México	22%	37	41	100%
Novedades	15%	49	36	100%
El Universal	8%	60	32	100%
Esto	5%	37	58	100%
La Prensa	14	37	49	100%
Ovaciones	3	43	54	100%

404 - Ex 22%
457 - Ex 33%

- * los datos arriba presentados son el criterio de la clasificación de estos diarios por clases.
- * se observa que EXCELSIOR depende, casi exclusivamente, de los niveles privilegiados del mercado - y que tanto El Herald como El Sol de México han sido la competencia principal.
- * sin embargo, tanto El Sol de México como el Esto han aprovechado el crecimiento fuerte del segmento del público lector habitual "procedente" de la clase popular.

Promedio 2.9 por ejemplar
Lectores

455 433

252 000

¢/ 157 046 neta pagada dic. 72.

1.6 1973

El crecimiento de EXCELSIOR aparentemente se ha limitado por tres factores principales:

- a) la casi "exclusividad" del periódico a los niveles A/B y C durante un período en el mercado cuando este segmento está creciendo a un ritmo muy lento.
- b) una competencia directa con El Herald, y también con El Sol de México, por este segmento importante - pero cada día más chico - del mercado.
- c) la muy baja penetración que tiene el periódico entre los lectores habituales de la clase popular - el segmento del mercado que más ha crecido.

Entonces, se puede confirmar que las causas del poco crecimiento de este periódico son precisamente las mismas que han contribuido a su pérdida en cuanto a "participación en el mercado" y, por otro lado, a la "garantía" que el periódico puede ofrecer a sus clientes publicistas.

Además de estas limitaciones que claramente han afectado al crecimiento de EXCELSIOR, la siguiente tabla demuestra que tanto El Herald como El Sol de México han logrado captar lectores más jóvenes. Aunque el segmento joven del mercado no ha crecido de 1967 a 1972 en forma debida, es claro que necesariamente será más importante en el futuro.

Tabla II - G

Lectores de Matutinos por Nivel Socio-Económico

<u>Periódico:</u>	<u>Número ('000) de Lectores</u>		
	<u>A/B/C</u>	<u>D</u>	<u>TOTAL</u>
EXCELSIOR	242	10	252
El Heraldó	126	26	152
El Sol de México	110	76	186
Novedades	112	63	175
El Universal	66	30	96
Esto	118	164	282
La Prensa	96	93	189
Ovaciones	61	72	133

- * se observa que, mientras los periódicos de mayor atracción popular se leen entre 118,000 adultos de los niveles A/B/C, EXCELSIOR solo se lee entre unos 10,000 lectores de la clase popular - un desequilibrio muy fuerte que claramente es la causa principal del estancamiento de la circulación de EXCELSIOR, y que a la vez garantiza la "calidad" de sus lectores ante publicistas.
- * el cuarto de millón de lectores A/B/C de EXCELSIOR representan el 26% de este grupo; los 10,000 lectores del periódico de la clase popular solo representan el 1.5% de todos los lectores habituales de nivel bajo.

Tabla II - H

Lectores de Matutinos por Grupos de Edades

<u>Periódico:</u>	<u>Número ('000) de Lectores</u>		<u>Total</u>
	<u>18 a 34</u>	<u>35 o Más</u>	
EXCELSIOR	118	134	252
El Heraldó	99	53	152
El Sol de Medio Día	98	88	186
Novedades	79	96	175
El Universal	44	52	96
Esto	234	48	282
La Prensa	83	106	189
Ovaciones	68	65	133

- * en términos totales, aproximadamente el 56% de los lectores habituales de periódicos tienen entre 18 y 34 años de edad - o sea, alrededor de 890,000 lectores.
- * únicamente el 47% de los lectores de EXCELSIOR son jóvenes, en estos términos.
- * sin embargo, dos matutinos sí han logrado mercados muy jóvenes - el Esto (83%) y El Heraldó (65%).
- * de los dos, el alcance de El Heraldó en este sentido causa mayor preocupación - precisamente porque este diario es directamente competitivo con EXCELSIOR.

Los resultados de esta encuesta subrayan en forma clara las limitaciones al alcance de EXCELSIOR - entre las clases populares y los lectores jóvenes. Las mismas debilidades se han notado en estudios anteriores de la lectura de periódicos, pero en este caso hay una conclusión diferente de mucha importancia.

La penetración casi nula de EXCELSIOR entre las clases populares no es solo un problema de desequilibrio en su alcance, sino que también es una causa del estancamiento de su circulación. Por otro lado, el hecho de que El Heraldo (y también El Sol de México) sea relativamente más aceptable por lectores jóvenes podrá causar mayor limitación a la penetración de EXCELSIOR en el futuro.

Es más, la importancia de esta última conclusión se observa en los resultados de la presente encuesta: solamente el 30% de los adultos de 18 a 24 años de edad son lectores habituales hoy en día (proporción más baja de lo que se había esperado, como ya se mencionó en la Sección I). Dentro de este grupo de lectores, El Heraldo goza actualmente de una fuerte ventaja sobre EXCELSIOR: casi la cuarta parte (24%) de los lectores habituales de 18 a 24 años leen a El Heraldo, y únicamente el 12% leen a EXCELSIOR, en un día típico.

Tabla II - I

Variaciones en la Penetración de Vespertinos
- lectores en un día típico -

<u>Categorías y Periódicos:</u>	<u>Número ('000)</u> <u>de Lectores</u>		<u>Variación</u> <u>1967 a 1972</u>	
	<u>1967</u>	<u>1972</u>	<u>'000</u>	<u>%</u>
<u>Medio Día:</u>				
El Sol de Medio Día	76	130	+ 54	+ 71.0%
Diario de la Tarde	229	126	-103	- 45.4%
ULTIMAS NOTICIAS - 1a.	95	63	- 32	- 33.7%
Universal Gráfico	19	11	- 8	- 42.2%
Sub-Total	419	330	- 89	- 21.6%
<u>Tarde:</u>				
ULTIMAS NOTICIAS - 2a.	114	108	- 6	- 5.3%
Ovaciones	114	100	- 14	- 12.3%
Sub-Total	228	208	- 20	- 8.8%
GRAN TOTAL	647	538	-109	- 16.8%

* únicamente El Sol de Medio Día ha logrado mejorar su penetración de 1967 a 1972.

* aunque las dos ediciones de ULTIMAS NOTICIAS son los periódicos que menos han perdido, dentro de las dos situaciones competitivas, es claro que no han logrado mantener sus circulaciones.

Excepción hecha al más "joven" de los periódicos vespertinos, todos los diarios en esta categoría han sufrido una baja absoluta en su alcance entre el público lector habitual. La situación de los vespertinos y de ULTIMAS NOTICIAS en particular, fué tema de un informe preliminar, basado en la presente encuesta y en un estudio especial - "Investigación de la Distribución de Ultimas Noticias - Primera y Segunda Ediciones". Son de interés las conclusiones de ese informe:

- 1) A comparación de sus principales competidores distribuidos al público por medio de voceadores - El Sol de Medio Día y Ovaciones (el Diario de la Tarde es el único vespertino que no depende de los voceadores) - las dos ediciones de ULTIMAS NOTICIAS tienen actualmente una distribución inadecuada. La Primera Edición sufre una desventaja del 12% de los puntos de venta, a comparación de El Sol de Medio Día; mientras que la Segunda Edición se encuentra ligeramente desventajada a comparación de Ovaciones.
- 2) Esta distribución inadecuada de ULTIMAS NOTICIAS no parece relacionarse con los varios factores originalmente sugeridos como posibles causas (tardanza indebida, el volumen del periódico en sí, las actividades del sindicato, etc.)
- 3) Por otro lado, sí se nota muy claramente una baja importante en el número de lectores de ULTIMAS NOTICIAS - de la Primera Edición en particular.
- 4) Como resultado de lo anterior, es probable que:
 - a) la inadecuada distribución de ULTIMAS NOTICIAS es RESULTADO de la baja en la demanda para este periódico entre el público lector.
 - b) la baja en la lectura de ULTIMAS NOTICIAS está directamente relacionada con una BAJA GENERAL en la lectura de los vespertinos.

El examen más detallado de los cambios en el "mercado" para periódicos subraya plenamente estas conclusiones. Los vespertinos en general, y los de medio día en particular, parecen ser los periódicos que menos se podrán adaptar a la vida de una ciudad grande y moderna - salvo en las ocasiones que si existan noticias muy especiales. Así, un periódico - muy probablemente por su novedad y su color - ha logrado a corto plazo contrarrestar la ten-

dencia que llevan todos los vespertinos. Sin embargo, se piensa que lo más probable, a largo plazo, es una continuación de las tendencias aquí bosquejadas. (Se ha recomendado un programa de investigación más profundo sobre los vespertinos que tiene como objetivos la confirmación de estas tendencias y cambios de hábitos de lectura, por un lado; y el proporcionar las bases necesarias para "fortalecer" a las ULTIMAS NOTICIAS contra las tendencias, por otro.).

SECCION III

LAS IMAGENES DE TRES PERIODICOS

El siguiente capítulo de este informe presenta un análisis detallado de las imágenes de EXCELSIOR y de los dos matutinos que, al iniciar el estudio, se consideraron los "puntos de referencia" más adecuados a una evaluación de la imagen de EXCELSIOR - El Heraldo y Novedades.

Para asegurar la evaluación completa de las múltiples facetas de la imagen de un periódico, el cuestionario fué diseñado para proporcionar:

- * LA IMAGEN DE LA COBERTURA DE DIECISIETE "TOPICOS" GENERALES:
 - EVALUACION DE LO ADECUADO DE LOS PERIODICOS EN CUBRIR LOS "TOPICOS".
- * LA IMAGEN DEL PERIODICO EN SI:
 - FORMATO DEL PERIODICO.
 - CONTENIDO DEL PERIODICO.
 - POLITICA DEL PERIODICO.
 - INTENCIONES DEL PERIODICO.
 - IMPRESIONES CAUSADAS POR EL PERIODICO.

En la evaluación de la cobertura de diecisiete "tópicos" se empleó una escala numérica de diez a cinco - o sea, la escala que se utiliza para "calificar" a los estudiantes en México. Por otro lado, la exploración adecuada de los distintos aspectos de la imagen cualitativa de "una imagen", se decidió utilizar un sistema de adjetivos descriptivos opuestos (ejemplo: simpático: antipático) - "construyendo" una escala de siete puntos entre los dos polos (muy, algo, poco simpático; respuesta "neutral" voluntaria; poco, algo o muy antipático).

Todas las preguntas sobre las imágenes de los tres periódicos se hicieron únicamente a los adultos que habían leído un periódico en la semana antes del día de la entrevista - para eliminar del enforque de la encuesta a los lectores esporádicos de periódicos. Además, para asegurar que la entrevista en sí no durara demasiado tiempo, cada entrevistado contestó sobre EXCELSIOR y después sobre uno de los dos periódicos comparativos. La "rotación" del pe-

riódico a evaluarse en segundo término aseguró una muestra aleatoria para cada uno de los puntos de comparación.

Finalmente, antes de examinar los datos disponibles sobre el tema de imagen, es muy importante subrayar la hipótesis que se pretendía confirmar o rechazar. Durante la planeación inicial del proyecto, la Dirección de EXCELSIOR estableció que, en su opinión (véase "Proyecto de Investigación"):

"... la imagen del diario EXCELSIOR continúa siendo excelente".

Tabla III - A

Cobertura de "Tópicos" de Alto Interés
- promedio en escala de 10 a 5 -

<u>Tópicos:</u>	<u>EXCELSIOR</u>	<u>El Herald</u>	<u>Novedades</u>
Suplementos Dominicales / Culturales	8.9	8.5	8.6
Información Nacional	8.9	8.5	8.4
Deportes (D)	8.6	8.6	8.5
Información Internacional	8.9	8.5	8.4
Programas de Cine y T.V. (D)	8.8	8.5	8.6
Cartones Políticos	8.7	8.2	8.3
Policías (D)	8.3	8.0	8.1

- * en la siguiente sección del informe se presenta la clasificación de los "tópicos" mencionados según grados relativos de interés de los lectores - por lo general, no hay grandes diferencias entre los niveles, excepto en los casos expresamente marcados por nivel.
- * por lo general, es aparente que la cobertura de EXCELSIOR se considera superior a la cobertura ofrecida por los principales competidores, en lo que se refiere a los "tópicos" de alto interés.
- * las excepciones a esta conclusión son precisamente los tópicos de interés más especial para la clase popular - y, en estos casos (especialmente deportes) son menores las diferencias entre los tres diarios estudiados.

Tabla III - B

Cobertura de "Tópicos" de Bajo Interés
- promedio en escala de 10 a 5 -

<u>Tópicos:</u>	<u>EXCELSIOR</u>	<u>El Herald</u>	<u>Novedades</u>
Tiras Cómicas	8.6	8.4	8.5
Editorialistas (A/B/C)	8.7	8.3	8.4
Anuncios	8.6	8.0	8.2
Amenidades	8.4	8.2	8.4
Columnistas (A/B/C)	8.5	8.1	8.3
Sociales	8.4	8.3	8.3
Finanzas (A/B/C)	8.4	8.1	8.2

- * tratándose de "tópicos" de menos interés, las diferencias entre los tres periódicos no son tan marcadas (excepto en el caso de anuncios, por la diferencia real entre los periódicos en este sentido).
- * sin embargo, en casi todas estas áreas se considera que la cobertura de EXCELSIOR es superior a El Herald y a Novedades.

Tabla III - C

Cobertura de "Tópicos" de Interés "Especializado"

- promedio en escala de 10 a 5 -

<u>Nivel A/B/C:</u>	<u>EXCELSIOR</u>	<u>El Herald</u>	<u>Novedades</u>
Editoriales	8.6	8.2	8.3
Columnistas	8.6	8.2	8.3
Finanzas	8.3	8.2	8.3
 <u>Nivel D:</u>			
Deportes	8.8	8.6	8.7
Programas de Cine y T.V.	9.1	8.5	8.9
Policíacas	8.5	8.1	8.2

* de los "tópicos" de mayor interés entre los niveles alto y medio se notan evaluaciones más fuertes para EXCELSIOR en cuanto a editoriales y columnistas, pero no en cuanto a finanzas.

* de los tópicos que interesan más a la clase popular, se considera que EXCELSIOR se destaca menos, relativamente, en su cobertura de los deportes.

Tabla III - DOtras Secciones de Un Periódico
- promedio en escala de 10 a 5 -

<u>Secciones:</u>	<u>EXCELSIOR</u>	<u>El Heraldo</u>	<u>Novedades</u>
Arte, Ciencia, Cultura	8.6	8.3	8.3
Anuncios Desplegados	8.5	8.2	8.3
Sección a Colores	8.1	8.9	8.3

* únicamente en lo que se refiere a secciones a colores se nota una des-
ventaja de EXCELSIOR ante El Heraldo y Novedades.

En resumen, los datos presentados en las tablas anteriores confirman una ventaja para EXCELSIOR, en comparación con El Herald y Novedades, en lo que se refiere a la cobertura ofrecida por cada periódico de los distintos tópicos o secciones de un matutino normal.

Dentro de este contexto - y tocando brevemente un tema que se tratará ampliamente en la siguiente sección de este informe - se pueden señalar en forma preliminar cuatro puntos de relativa debilidad en la cobertura de EXCELSIOR, según la imagen que tiene los lectores del periódico:

- a) En términos competitivos, es claro que las secciones de color de EXCELSIOR no se comparan con el color de El Herald, y apenas se comparan con Novedades al respecto.
- b) También dentro de un marco competitivo, la sección de deportes de EXCELSIOR no le proporciona al periódico cualquier punto de ventaja. A pesar de que el interés en los deportes es más marcado entre la clase popular, existe relativamente alto interés en esta información entre los niveles alto y medio.
- c) La sección de policías se considera una de las más débiles del periódico - pero este caso no se considera tan problemático como el anterior, por el bajo interés en este tópico entre las clases A/B/C.
- d) Finalmente, las secciones de amenidades, sociales y finanzas se evalúan como relativamente débiles. De nuevo, hay que señalar que ninguno de estos tópicos es de alto interés para los lectores. Sin embargo, la cobertura de EXCELSIOR no se considera superior a lo ofrecido ni por El Herald ni por Novedades.

La cobertura adecuada de las noticias y de los tópicos de información o de entretenimiento, es, sin embargo, solo una parte de la imagen total de un periódico. El formato del periódico es un detalle de importancia, como lo es también la política del periódico en su presentación de noticias y en su posición editorial. Por otro lado, el lector forma impresiones de un periódico que influyen toda su actitud hacia él. Y, finalmente, es claro

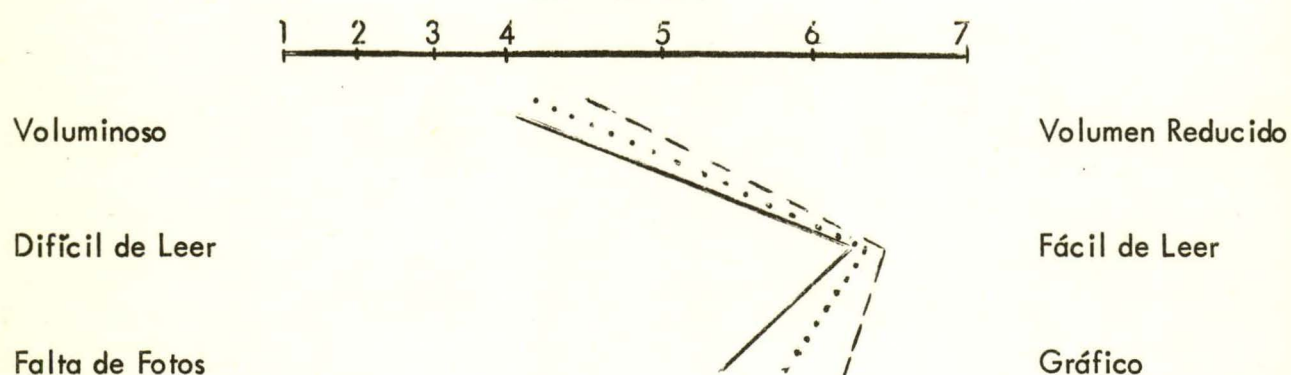
que a cualquier diario se le pueden atribuir intenciones (de su honrado o engañoso, por ejemplo) que también forman una parte importante de la imagen total de un periódico.

A continuación se presentan datos sobre las imágenes de EXCELSIOR, El Herald, y Novedades, en cuanto a estas facetas a veces menos tangibles, pero aún importantes, de un periódico.

Tabla III - E

El Formato de los Tres Periódicos
- escala de 1 a 7 -

PROMEDIO



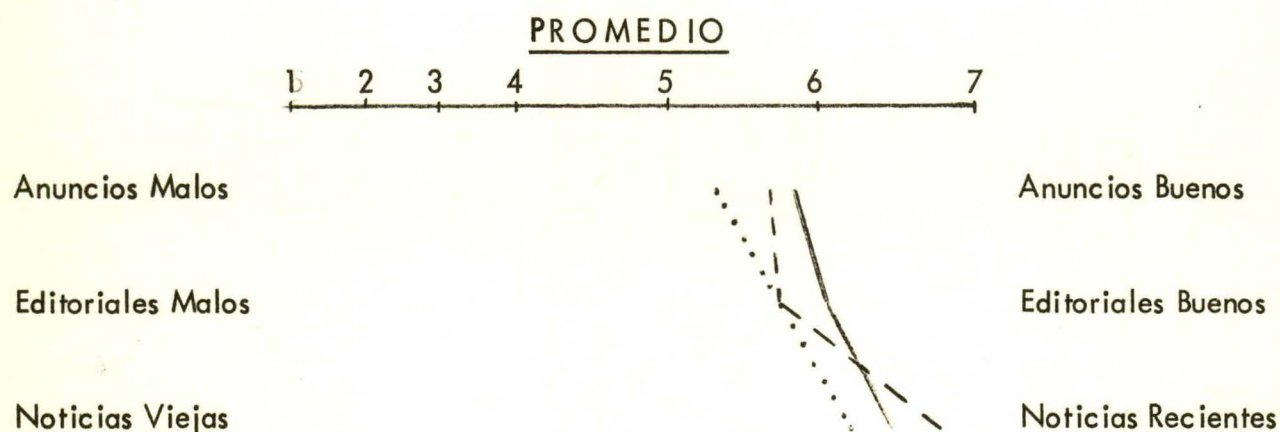
Respuestas MUY Positivas:

	<u>EXCELSIOR</u>	<u>El Heraldo</u>	<u>Novedades</u>
Volúmen	5%	8%	7%
Facilidad de Leer	54	58	47
Cantidad de Fotografías	20	50	32

- * en esta tabla y en las que siguen, los aspectos que se consideran "positivos" se presentan del lado derecho de la gráfica - es claro que, en algunos casos, no habrá acuerdo total sobre cuál aspecto sea "positivo" y cuál "negativo".
- * el lector también deberá notar que la escala de la gráfica está fuera de proporción - con el fin de enseñar en forma clara las diferencias entre los diarios.
- * la gráfica en esta tabla demuestra claramente que el formato de EXCELSIOR no se considera tan adecuado como la presentación general de El Heraldo - especialmente en lo que se refiere a "fotografías".

Tabla III - F

El Contenido de los Tres Periódicos
- escala de 1 a 7 -



Respuestas MUY Positivas:

	<u>EXCELSIOR</u>	<u>El Herald</u>	<u>Novedades</u>
Anuncios	29%	25%	24%
Editoriales	39	31	25
Noticias Recientes	45	46	36

- * las cifras presentadas arriba, confirman la superioridad general de EXCELSIOR sobre El Herald y Novedades, en lo que se refiere al contenido de estos periódicos.
- * el análisis detallado de los datos aquí bosquejados indica que la ventaja que tiene EXCELSIOR en imagen de "editoriales" es aún más pronunciada de lo que demuestra la gráfica.
- * la ligera ventaja que tiene El Herald en el renglón de "noticias recientes" probablemente se relaciona con otras facetas de su imagen - más "progresista" y "moderno".

Tabla III - G

La Política de los Tres Periódicos
- escala de 1 a 7 -

PROMEDIO



Controlado

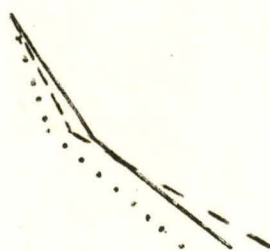
Independiente

Conservador

Liberal

Reaccionario

Progresista



Respuestas MUY Positivas:

Independiente
Liberal
Progresista

EXCELSIOR

29%
16
13

El Herald

30%
13
10

Novedades

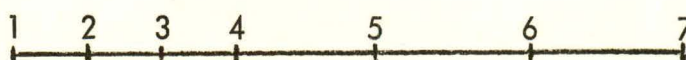
23%
11
10

- * las imágenes de los tres periódicos, en cuanto a tres facetas de su política, es casi idéntica.
- * análisis más detallado indica que EXCELSIOR se considera ligeramente más "independiente" y "liberal", y que El Herald y EXCELSIOR se consideran igualmente "progresistas".
- * es especialmente alarmante que ningún periódico se considera independiente - en el caso de EXCELSIOR, un 48% de los lectores consideran que es "independiente", pero un 38% lo tildan de "controlado".

Tabla III - H.

Las "Intenciones" de los Tres Periódicos
- escala de 1 a 7 -

PROMEDIO



Tendencioso
Engañoso
Entrega Mala
Falta de Precisión
Antipático
Falto de Información
Sin Importan-
cia Política

No Tendencioso
Honesto
Entrega Buena
Preciso
Simpático
Informativo
Con Importan-
cia Política

Respuestas MUY Positivas:

Noticias No Tendenciosas
Honestidad
Entrega
Precisión
Simpatía
Información
Importancia Política

EXCELSIOR

15%
28
36
33
36
43
45

El Heraldo

13%
21
31
30
34
36
32

Novedades

10%
21
32
25
30
31
35

- * la imagen de EXCELSIOR, en cuanto a estos diversos aspectos de las "intenciones" del periódico ante el público lector, es claramente superior a la imagen de cualquiera de los otros dos periódicos.
- * de nuevo, podría ser relativamente importante el hecho de que son bajas las respuestas "muy" positivas - y la imagen de EXCELSIOR - en conceptos como "noticias no tendenciosas" y "honestidad", aunque en ambos casos la opinión general es claramente del lado positivo.

Tabla III - I

Las "Impresiones" de los Tres Periódicos
- escala 1 a 7 -

PROMEDIO



Para Mujeres
Para Pobres

Para Hombres
Para Ricos

Tímido
Local
Falto de Atracción
Anticuado
"Va para Abajo"
Aburrido

Agresivo
Cosmopolita
Atractivo
Moderno
"Va para Arriba"
Interesante

EXCELSIOR

El Herald

Novedades

Agresivo	12%	12%	13%
Cosmopolita	34	27	24
Atractivo	24	40	23
Moderno	27	50	25
"Va para Arriba"	26	31	23
Interesante	38	34	30

- * no hay gran diferencia entre los tres periódicos, en cuanto a la imagen de sus lectores.
- * en términos generales, la "impresión" causada por El Herald hace que su imagen sea superior a las de EXCELSIOR y de Novedades.
- * El Herald se destaca principalmente en los conceptos de "atracción" "modernidad" y "popularidad".
- * aún Novedades logra una mejor imagen en muchos de los detalles de "impresión" - "agresivo", "atractivo" y "moderno".

Si se fuera a limitar este análisis a la confirmación ó el rechazo de la hipótesis que "... la imagen de EXCELSIOR continúa siendo excelente", es probable que sería necesario rechazar este punto de partida. La imagen de este periódico sí es buena; es probablemente superior, en términos globales, a las imágenes de El Heraldo y de Novedades - pero la ventaja que lleva sobre estos diarios no es fuerte.

Es más, lo anterior es especialmente cierto entre dos grupos importantes, aunque reducidos, de la población: lectores jóvenes y lectores de nivel más alto. Los lectores jóvenes no son, en este momento, la fuerza que deberían ser en el mercado - por sus números y su mejor educación. Sin embargo, es imposible negar la importancia de este segmento del "mercado" para el futuro, y es necesario recordar la debilidad de EXCELSIOR entre los lectores jóvenes. La importancia del grupo de lectores de nivel A/B tampoco se relaciona con su proporción numérica en el "mercado" (aunque la tercera parte de los lectores habituales de EXCELSIOR son de nivel A/B), sino que se basa más bien en la posición de este grupo como "líderes de opinión" para la clase media.

Es significativo, entonces, que tanto entre lectores jóvenes como entre los de nivel alto, la imagen de El Heraldo es por lo menos comparable con, y en ciertos factores superior a, la imagen de EXCELSIOR.

Tabla III - J

Imágenes entre Dos Grupos Especiales
- promedios en escala de 1 a 7 -

<u>Faceta de Imagen:</u>	<u>Lectores de 18 a 24 años</u>		<u>Lectores de Nivel A/B</u>	
	<u>EXCELSIOR</u>	<u>El Heraldo</u>	<u>EXCELSIOR</u>	<u>El Heraldo</u>
<u>CONTENIDO:</u>				
Editoriales	5.9	6.1	5.8	6.1
Noticias Recientes	6.0	6.1	6.2	6.4
<u>POLITICA:</u>				
Independiente	4.0	4.0	3.9	3.8
Liberal	4.6	4.3	3.9	4.2
Progresista	5.8	5.6	6.0	5.4
<u>INTENCIONES:</u>				
No tendencioso	4.4	5.0	4.6	5.0
Honestidad	5.2	5.1	4.7	4.7
Precisión	5.6	5.7	5.3	5.6
Simpatía	5.4	5.6	5.6	6.1
Importancia Política	5.9	5.8	6.1	5.7
<u>IMPRESIONES:</u>				
Agresividad	4.5	5.0	4.3	3.9
Atracción	5.1	6.0	5.0	6.0
"Va para arriba"	5.2	5.7	5.3	5.4
Moderno	5.5	6.1	5.2	6.0

* en muchos de estos casos, la imagen de El Heraldo parece más fuerte que la de EXCELSIOR, entre ambos grupos de lectores.

* en términos generales, sería necesario concluir que la imagen de EXCELSIOR es ligeramente inferior en la actualidad.

En resumen, entonces, es necesario concluir que la imagen de EXCELSIOR sí es algo más fuerte que las de El Heraldo y de Novedades, pero que las diferencias no son tan marcadas como para justificar el adjetivo "excelente" en un sentido comparativo entre los tres periódicos.

Considerando las diferencias entre los matutinos estudiados, es lógico que al EXCELSIOR se critica por su presentación - el color, el volumen y la reproducción mecánica de El Heraldo proporcionan a este diario una ventaja sobre EXCELSIOR en el área de formato o presentación. Más, es igualmente lógico que esta ventaja de El Heraldo se traduzca en una mejor "impresión" en la mente del lector: por su edad y su formato, El Heraldo sí es más "moderno", "atractivo", "popular", etc.

Sin embargo, no existe una relación lógica que explique adecuadamente la casi - comparabilidad entre EXCELSIOR, El Heraldo y Novedades en muchas otras facetas de imagen. Así, un periódico que se considera entre los mejores del mundo debería:

- * ser honesto e independiente,
- * proporcionando noticias con precisión y en una forma no tendenciosa,
- * manteniendo una política ligeramente liberal y progresista, mediante
- * editoriales muy buenos y algo agresivos.

Es decir, se piensa que las diferencias cualitativas claves para distinguir entre EXCELSIOR y sus periódicos competidores son precisamente estos valores intrínsecos de un gran periódico; y que el hecho de tener una imagen basada en estos valores es suficiente para minimizar la importancia de los aspectos de formato o presentación.

Es entonces, de vital importancia el resultado de la presente encuesta - la imagen de EXCELSIOR es superior a las de El Heraldo y Novedades en estas facetas tan importantes, pero la ventaja que tiene EXCELSIOR sobre sus competidores no es fuerte (en ningún caso específico se puede confirmar una ventaja de significado estadístico; es sólo la consistencia de los datos a favor del periódico que le proporciona "superioridad").

Finalmente, en un sentido absoluto, se considera que será muy importante corre-

gir ciertos aspectos de la imagen del periódico:

DE TODOS LOS LECTORES FRECUENTES -

- * 15% creen que EXCELSIOR es "engañoso"
- * 38% lo tildan de "controlado"
- * 9% lo encuentran "inexacto" (sin "precisión")
- * 17% piensas que es "tendencioso"
- * 27% clasifican a EXCELSIOR como "conservador"
- * y, 8% lo clasifican como "reaccionario"
- * sólo un 4% dicen que los "editoriales" son "malos"
- * pero, 18% creen que EXCELSIOR es un periódico "tímido".

Claro está que, además de estos detalles tan importantes, la imagen general de EXCELSIOR subraya la necesidad de una mejora en su presentación. La imagen del formato de EXCELSIOR es la más débil de los tres matutinos estudiados - y, así, el periódico se clasifica como el menos "atractivo" y como bastante "anticuado".

SECCION IV

LOS PATRONES DE LECTURA DE EXCELSIOR

El propósito de las siguientes páginas de este informe, es bosquejar los detalles más importantes de los patrones de lectura de EXCELSIOR - los hábitos que han formado sus lectores al leer el periódico.

La información que se presenta a continuación se basa en sub-muestra de lectores del periódico en un día típico. Los principales resultados se confirmaron en un estudio adicional - "Los Lectores de EXCELSIOR, Un Estudio Especial sobre sus Hábitos de Lectura y sus Preferencias Generales" - que por su cuenta forma base de la Sección VI de este informe.

Para la apreciación de la importancia de las diversas opiniones del contenido de EXCELSIOR, es necesario examinar:

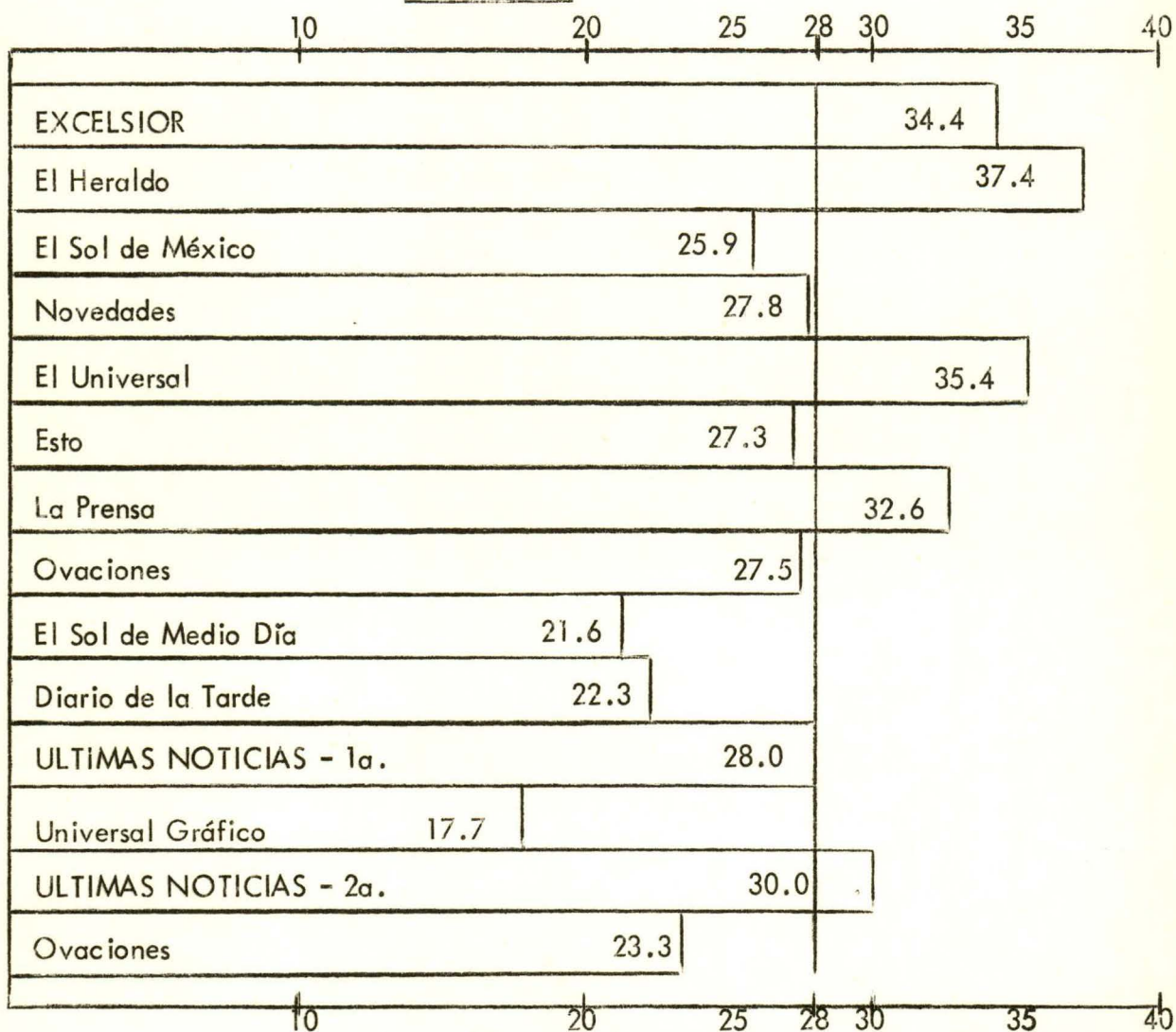
- * EL TIEMPO QUE SE DEDICA AL PERIODICO.
- * LA SECUENCIA QUE EMPLEA EL LECTOR AL LEER EL PERIODICO
- * LOS INTERESES GENERALES DE LOS LECTORES DEL PERIODICO.

Para lograr una medición adecuada de los patrones de lectura de EXCELSIOR, a cada entrevistado que había leído el periódico en el día anterior al día de la entrevista, se le pidió que revisara con cuidado el periódico que había leído, indicado precisamente qué fue lo que leyó. Un análisis detallado de las contestaciones proporcionó los resultados presentados a continuación.

Tabla IV - A

Tiempo de Lectura de Periódicos
- promedios -

MINUTOS



* es fundamental que el lector dedica muy poco tiempo, en forma diaria, a la lectura de periódicos - aproximadamente treinta minutos en total.

* el periódico matutino recibe la atención de sus lectores durante aproximadamente 32 minutos, y el vespertino durante sólo 24 minutos.

Tabla IV - B

Tiempo de Lectura de EXCELSIOR
- por grupos de lectores -

<u>Grupo</u>	<u>Promedio</u>
Masculino	37 minutos (12%)
Femenino	30 minutos (11%)
18 a 24 años	36 minutos (12%)
25 a 34 años	34 minutos (10%)
35 a 44 años	29 minutos (15%)
45 años o más	38 minutos (10%)
A/B	36 minutos (14%)
C/D	34 minutos (9%)

* lectores masculinos, jóvenes, mayores (por tener mayor tiempo disponible) y de nivel alto, dedican ligeramente más tiempo a la lectura de EXCELSIOR.

* sin embargo, ningún grupo dedica mucho más tiempo que otro, y son muy reducidas las proporciones de lectores que dedican una hora o más al periódico en forma diaria. (Ver cifras en paréntesis, arriba).

Al estar desarrollando cualquier programa para el periódico EXCELSIOR, es de importancia fundamental este dato sobre el tiempo que el lector habitual dedica a su periódico. En poco más de una media-hora, el lector normal de EXCELSIOR busca lo que le interesa, y lee suficiente materia para satisfacerse - en este periodo de tiempo, el lector necesariamente será muy selectivo en sus hábitos.

Además, son relativamente pocos los lectores realmente intensos - solamente 60,000 de los 252,000 lectores habituales de EXCELSIOR acostumbran leer el periódico durante tres-cuartos de hora ó más, mientras que casi el mismo número de lectores (55,000) únicamente dedican un máximo de quince minutos a su periódico.

Si es cierto que la mayoría de los lectores de EXCELSIOR tienen que ser muy selectivos en sus hábitos de lectura, es claro que requieren un periódico que:

- * en formato, le ayuda a encontrar lo que busca mediante la delineación de secciones y el uso adecuado de encabezados de artículos.
- * en los artículos, requiere satisfices sus necesidades de información o diversión cuanto antes posible (es decir, requiere que un artículo presente los detalles sobresalientes al principio, etc., según la estructura normal del artículo periodístico).
- * en general, sea relativamente fácil de leer en forma rápida, ayudando al lector con su presentación, con cierto énfasis en lo gráfico; llamando la atención del lector a lo más importante e interesante.

Es muy posible que la mediocre imagen del periódico EXCELSIOR, en lo que se refiere a la impresión que tiene sobre los lectores, se deba a un desequilibrio real entre la presentación del periódico y las necesidades de sus lectores de encontrar y elegir su lectura en forma selectiva y rápida. Solo la cuarta parte (24%) de los lectores de EXCELSIOR dedican el tiempo necesario a leer el periódico para tener el "lujo" de buscar detenidamente los artículos que les interesan.

Tabla IV - C

Secuencia de Lectura de EXCELSIOR

- secuencia que utilizan los lectores al leer el periódico -

<u>Secuencia de Lectura</u>	<u>%</u>
<u>EMPEZARON EN LA PRIMERA PLANA</u>	<u>63%</u>
... y leyeron todo en orden	2%
... y "brincaron", concentrando en noticias de actualidad	26
... y "brincaron", concentrando en otras cosas	6
... y después casi no leyeron nada	29
<u>EMPEZARON EN OTRA PAGINA</u>	<u>32</u>
... con noticias de actualidad, "brin- cando" después en lo mismo	6%
... con otras cosas, "brincando" después a noticias de actualidad	1
... con otras cosas, "brincando" después en lo mismo	15
... y después casi no leyeron nada	10
<u>NO SE PUDO CLASIFICAR</u>	<u>4</u>

- * dos de cada tres lectores de EXCELSIOR empiezan en la Primera Plana - supuestamente por lo presentado en esa hoja (pero, también, por ser lo primero que se vé).
- * casi la mitad (45%) de los que empiezan en la Primera Plana no leen más.
- * hay una clara relación entre empezar en Primera Plana y leer noticias de actualidad; contra empezar en el interior del periódico y concentrarse en diversiones, anuncios, etc.

Tabla IV - DInterés en el Contenido de EXCELSIOR

- clasificación de intereses según los artículos leídos "ayer" -

- 50% se concentran su lectura en NOTICIAS DE ACTUALIDAD
(noticias locales, nacionales e internacionales; columnistas, editoriales; finanzas, cartones políticos, etc.)
- 9% prefieren concentrarse en NOTICIAS DE INTERES GENERAL
(sociales, amenidades, cocinería, jardinería, el hogar, policíacas, etc.)
- 4% se concentran en DIVERSIONES (cómicos, arte y cultura, cine, radio o T.V.; deportes, etc.)
- 1% se concentran en los ANUNCIOS
- 32% tienen INTERESES DIVIDIDOS, y no se concentran en una sola categoría de contenido.
- * la mayoría de los lectores habituales actuales de EXCELSIOR demuestran una clara preferencia por el contenido básico de un periódico - noticias de actualidad.
- * sin embargo, no hay que dejar de vista la otra mitad de los lectores que no se concentran en el contenido básico.
- * además, el presente análisis representa el enfoque de los intereses de los lectores - sin implicar que el lector lee únicamente de los tipos bosquejados.

Tabla IV - E

Tiempo de Lectura de EXCELSIOR
- según interés especial -

<u>Concentración de Interés</u>	<u>Promedio</u>
Noticias de Actualidad.	31 Minutos
Interés General, Diversiones o Anuncios.	32 Minutos
Intereses Divididos	36 Minutos

- * es lógico que los lectores que no tienen un interés específico, sean los que más tiempo dedican a leer el periódico.
- * por otro lado, es importante que la mitad de los lectores de EXCELSIOR, que se concentran en noticias de actualidad - el contenido básico del periódico - sean los que menos tiempo pasan en la lectura del matutino.

En el desarrollo de cualquier re-diseño del formato total de EXCELSIOR - y es la conclusión de este informe que será necesario tal esfuerzo - son de vital importancia los patrones generales de lectura del periódico actual.

Así, el hecho de que el lector de EXCELSIOR solo dedica una media hora al periódico tiene ciertas implicaciones fundamentales al formato y la presentación de materia.

En forma parecida, el hecho de que dos de cada tres lectores empieza su lectura con la Primera Plana sugiere varias posibilidades importantes para un re-diseño:

- * una Primera Plana limpia y clara, ayudando a la ubicación de lo que le interesa al lector.
- * una Primera Plana que reflejara el "nuevo" EXCELSIOR.
- * un "directorio" de la ubicación no solo de secciones específicas sino también de las principales noticias del día.

Los objetivos de cambios semejantes a las posibilidades que arriba se mencionan serían: 1) ayudarle al lector en ser selectivo, y en ubicar la materia que le interesa; y, 2) motivar al 29% de los lectores que únicamente lee la Primera Plana, a buscar los otros artículos que le interesan en el interior del periódico.

Por otro lado, una posible implicación del tiempo limitado que se dedique a EXCELSIOR se relaciona con el contenido en sí del periódico: si relativamente poca materia se considera interesante, entonces se requiere menos tiempo en la lectura. El análisis de la materia presentada en EXCELSIOR corresponde a las siguientes secciones de este informe. Sin embargo, los datos presentados en las tablas anteriores sí proporcionan ciertos indicadores al respecto:

- * únicamente el 55% de los que empiezan en la Primera Plana continúan al interior del periódico.
- * además, un 30% de los que empiezan su lectura en el interior del periódico leen relativamente poco, sin "brincar" a buscar otros artículos que podrían ser interesantes.

- * solo un 32% de los lectores de EXCELSIOR leen tanta materia que no se les puede asegurar una categoría de concentración de interés - y estos lectores dedican un quince por ciento más de su tiempo a la lectura.

Si es que existen, entonces, debilidades en la materia presentada - o, no pre-sentada - por EXCELSIOR a sus lectores, será necesario considerar las implicaciones de estos resultados.

SECCION V

LOS INTERESES DE LECTORES Y EL CONTENIDO DE EXCELSIOR

En las páginas anteriores de este informe se ha indicado que, de 1967 a 1972, EXCELSIOR solo ha logrado mantener su posición absoluta en el "mercado" - mientras que varios periódicos han perdido lectores - y que este periódico ha perdido "posición competitiva" dentro de los niveles privilegiados que forman su mercado principal, ante El Heraldo y El Sol de México (particularmente el primero). Además, la baja penetración de EXCELSIOR entre lectores jóvenes no ha mejorado durante el mismo período. Y, finalmente, se ha comparado la imagen actual de EXCELSIOR con las imágenes de El Heraldo y de Novedades, encontrando en el análisis que la imagen de EXCELSIOR no es ni tan "excelente" ni tanto superior a las imágenes de los otros dos periódicos.

En estos resultados de la presente encuesta radica la importancia de la siguiente sección del informe: una descripción de los intereses de los lectores de periódicos, y la evaluación - por los mismos lectores - de la presentación de estos tópicos o temas por EXCELSIOR. En desarrollar los datos que a continuación se presentan, se empleó la siguiente metodología:

- a) pedirle al entrevistado el grado de su interés personal en una serie de cincuenta tópicos generales - tópicos que no tenían cualquier relación necesaria con los periódicos que actualmente leen.
- b) conseguir del entrevistado su evaluación personal de qué tan adecuada en la presentación de estos tópicos por EXCELSIOR.
- c) repetir un proceso similar, enfocando la atención del entrevistado en las distintas secciones de un periódico, después consiguiendo evaluaciones de los tres periódicos estudiados, a fondo.
- d) obtener sugerencias de lectores sobre la manera de mejorar a EXCELSIOR.
- e) entre lectores habituales del periódico, conocer lo que más interesa y lo que más aburre, y también evaluar las secciones principales del periódico.

De esta manera, se presenta en la presente sección del informe cifras sobre:

- * LOS INTERESES DE TODOS LOS LECTORES DE PERIODICOS.
- * LA EVALUACION DEL PERIODICO EXCELSIOR DENTRO DEL CONTEXTO DE LO QUE SI INTERESA.
- * LA EVALUACION DEL PERIÓDICO EXCELSIOR POR SUS PROPIOS LECTORES HABITUALES.

Los datos necesarios para este análisis provienen de dos fuentes - la encuesta general de "Los Lectores de Periódicos en la Ciudad de México" y el estudio especial entre "Los Lectores de EXCELSIOR". (En el caso del primero de estos estudios, el análisis abarca únicamente los lectores que "leyeron uno o más periódicos en la última semana", eliminando entonces a lectores realmente esporádicos).

Finalmente, al examinar los intereses de los lectores de periódicos para evaluar el contenido de EXCELSIOR, el lector deberá recordar las cuatro áreas en la imagen de la cobertura del periódico que parecían débiles ante El Herald y Novedades: color, deportes; policíacas; y, en un nivel secundario, amenidades, sociales y finanzas.

Tabla V - A

Tópicos de Mayor Interés
- los más importantes -

SON SEIS LOS TOPICOS DE INTERES GENERAL SOBRESALIENTE:

Asuntos Nacionales
Salud y Adelantos Médicos
La Educación y Las Escuelas
Como Tratar, Educar a los Hijos
Lugares y Acontecimientos Históricos
Deportes en General

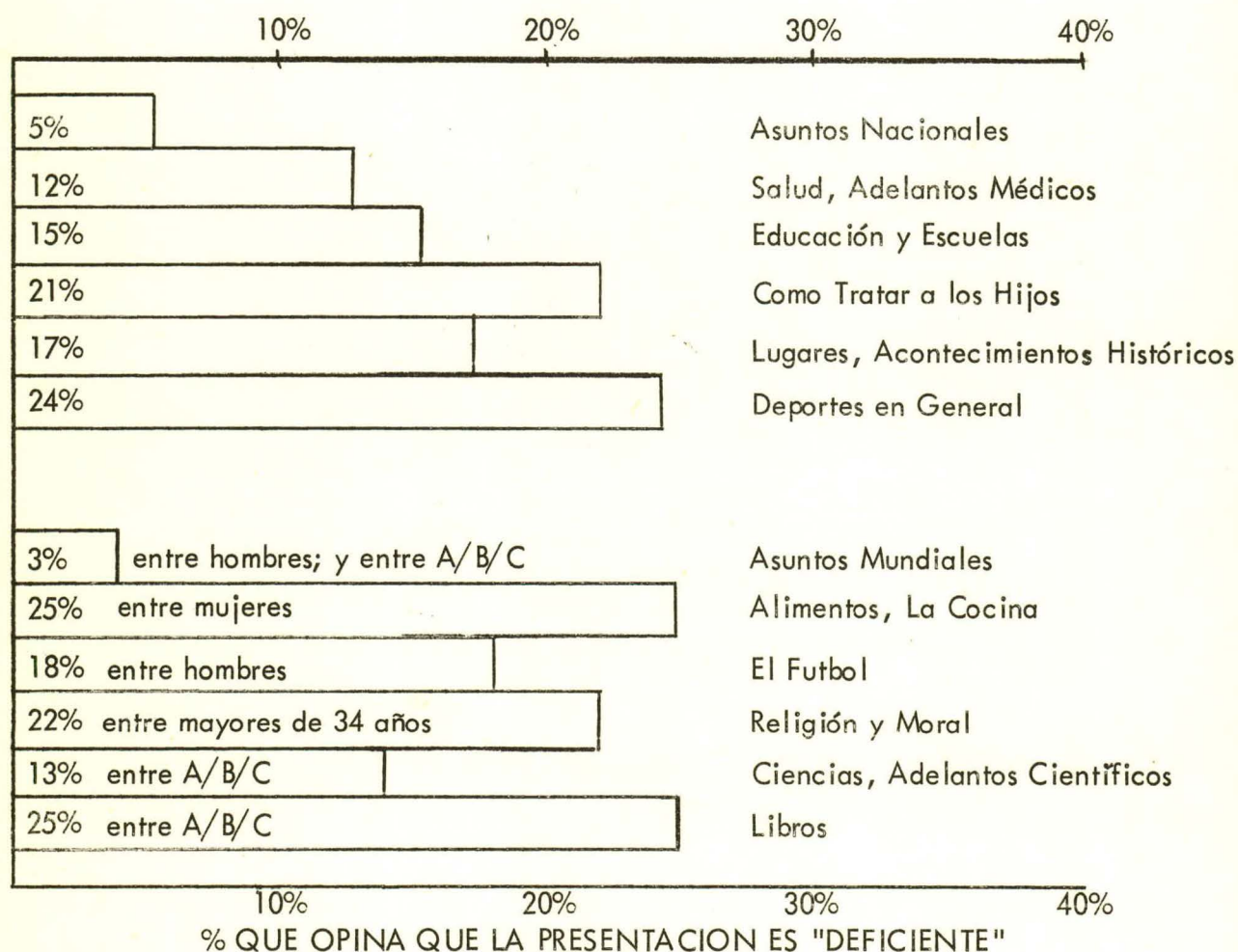
ADEMAS, SEIS TOPICOS SON DE GRAN INTERES A CIERTOS LECTORES:

Asuntos Mundiales	-	hombres y niveles A/B/C
Alimentos, la Cocina	-	mujeres
El Futbol	-	hombres
Religión y Moral	-	mayores de 34 años
Ciencias y Adelantos		
Científicos	-	niveles A/B/C
Libros	-	niveles A/B/C

- * es necesario distinguir entre tópicos de interés general - para todos los segmentos de lectores - y temas de interés más limitado, no en términos del tópico sino en cuanto a grupos específicos de lectores.
- * así, temas de interés limitado adquieren o pierden importancia de acuerdo con la importancia de cada grupo de lectores.

Tabla V - B

Opinión de la Presentación de EXCELSIOR
- tópicos más importantes -



- * un indicador clave de la evaluación de la actual presentación de estos tópicos por EXCELSIOR es la proporción de lectores que la tildan de "deficiente".
- * se piensa que será muy importante considerar como urgentes aquellos casos que parecen "deficientes" a más de la quinta parte de los lectores (ya sea de todos los lectores en el caso de temas de interés general, o del grupo de lectores relevante a cada caso en particular).
- * adicionalmente, es claro que hay otros tópicos que aún no cubre adecuadamente EXCELSIOR, pero que serán de menor urgencia - los que se considerarán "deficientes" entre del 15%, al 20% de los lectores.

Los datos presentados en las tablas anteriores, indican que EXCELSIOR debería considerar un aumento de énfasis en dos temas de interés general y en tres temas que le interesan a ciertos grupos específicos de lectores.

DEPORTES: Como ya se notó al estudiar la imagen de EXCELSIOR, la necesidad de considerar una mayor atención a los deportes en las páginas del periódico será un tema que se repite a lo largo de este análisis. Aunque la tendencia es que exista mayor interés en los deportes entre lectores masculinos, jóvenes y de nivel bajo, el tema es de relativamente alto interés para todos los lectores, y así merece atención.

COMO TRATAR, EDUCAR A LOS HIJOS: Existe una serie de tópicos relacionados con o semejantes a éste, que son de bastante interés a los lectores, y que no reciben la atención debida en el periódico. Ejemplos de estos tópicos son: la educación y las escuelas; la juventud actual; el matrimonio y la vida familiar; el presupuesto familiar y la psicología. Esta situación claramente sugiere la posibilidad de una sección o sub-sección especial para cubrir los tópicos generales.

LOS ALIMENTOS Y LA COCINA (MUJERES): En forma parecida al caso anterior, será un tema constante de esta sección del informe que los tópicos de alto interés femenino no reciben actualmente la debida atención en las páginas de EXCELSIOR. Así, existe una demanda entre lectoras de periódicos para una posible sección especial para mujeres.

LIBROS (NIVELES A/B/C): A pesar de que la cobertura del mundo cultural es uno de los aspectos más pronunciados de la imagen de EXCELSIOR, los resultados de esta serie de preguntas subraya la necesidad de analizar a fondo la presentación de algunos de estos temas en el periódico. Un ejemplo concreto, son los libros - y habrán más ejemplos en las páginas subsecuentes.

RELIGION Y MORAL (MAYORES DE 34 AÑOS): De alto interés para los lectores de 35 años o más, y de bastante interés para todos los lectores de periódicos, el tópico general de religión y moral parecería ser entre los temas que requieren mayor atención en las páginas de EXCELSIOR. Sin embargo, es necesario considerar la importancia de atraer a los lectores de relativamente mayor edad. Además, es difícil diferenciar, a veces, entre temas de interés verdadero y temas que "deberían" interesar.

Tabla V - C

Tópicos de Mayor Interés
- a un segundo nivel -

DOCE TOPICOS ADICIONALES SON DE INTERES GENERAL, INCLUYENDO ALGUNOS YA BOSQUEJADOS DE INTERES A CIERTOS LECTORES:

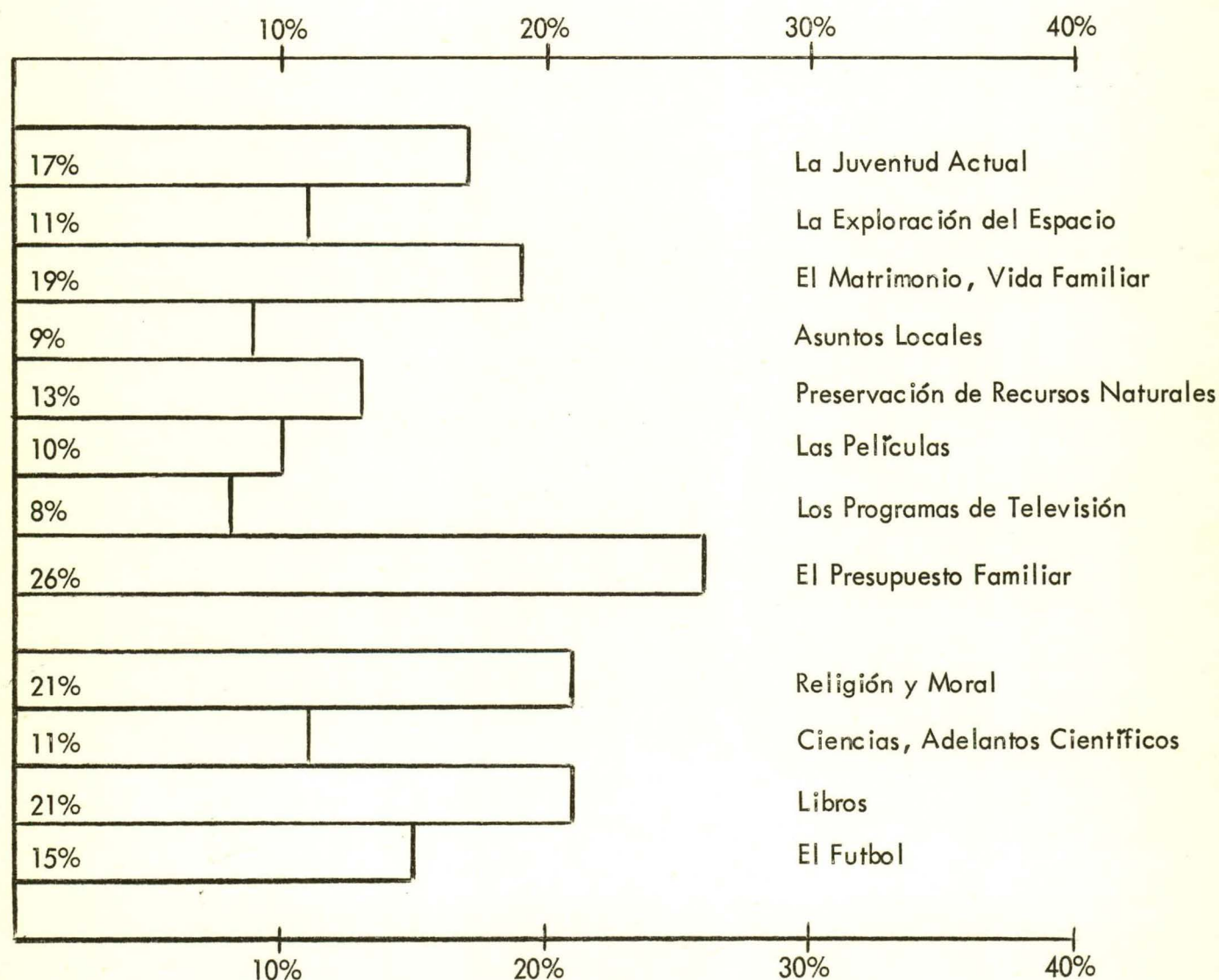
La Juventud Actual
La Exploración del Espacio
El Matrimonio, la Vida Familiar
Asuntos Locales
La Preservación de los Recursos Naturales
Las Películas
Los Programas de Televisión
El Presupuesto Familiar
Religión y Moral
Ciencias y Adelantos Científicos
Libros
El Fútbol

Y OTROS OCHO TOPICOS SON DE BASTANTE INTERES PARA SEGMENTOS ESPECIFICOS DE LOS LECTORES:

Decoración, Amueblado del Hogar	Mujeres
La Moda	Mujeres
Como Recibir a Visitas	Mujeres
Vidas de Artistas - Cine y Teatro	Mujeres
El Box	Hombres
Los Viajes	Niveles A/B/C
Los Problemas Sociales	Niveles A/B/C
El Crimen y Sus Consecuencias	Nivel D

Tabla V - D

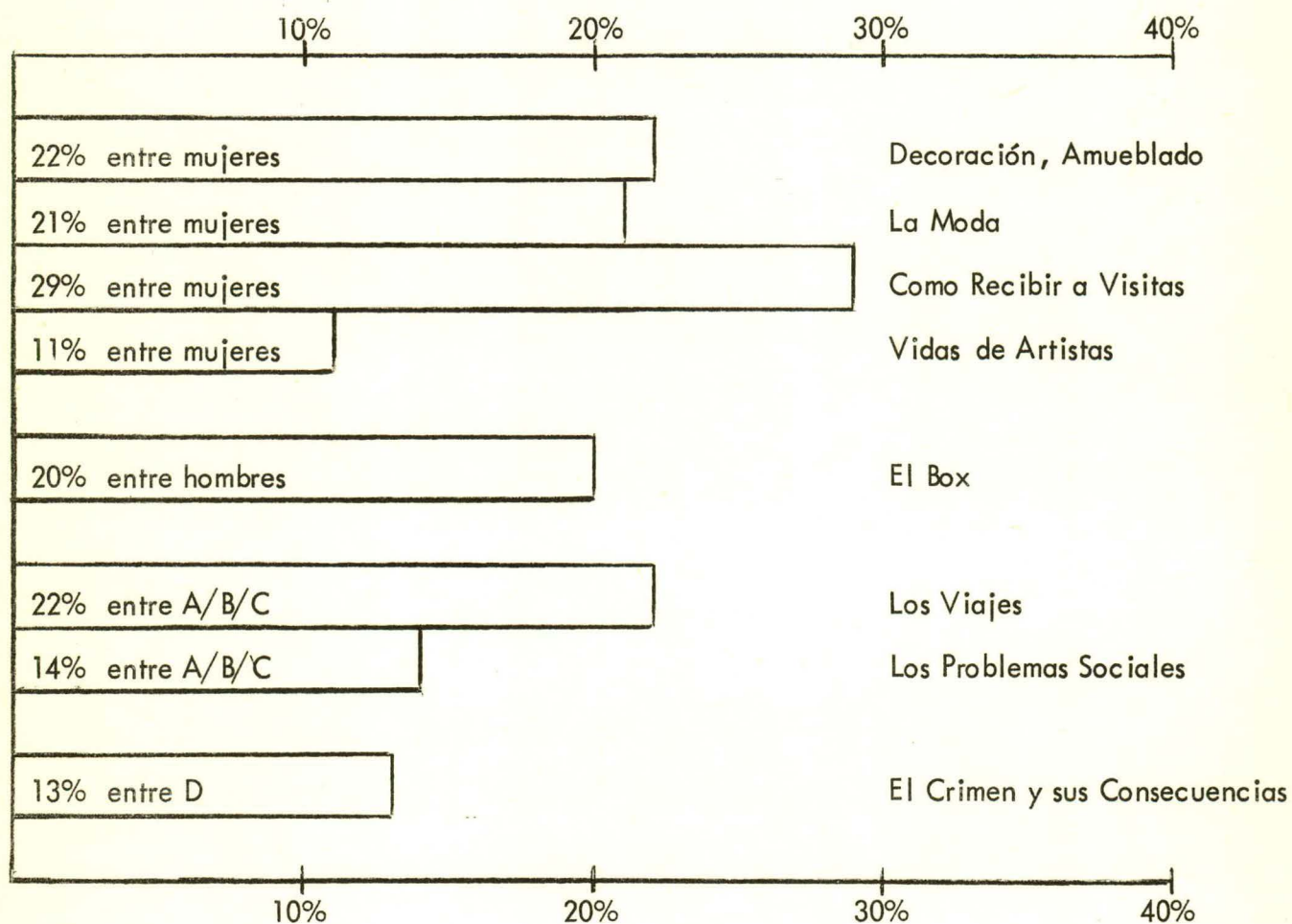
Opinión de la Presentación de EXCELSIOR
 - topics de segundo nivel, interes general -



% QUE OPINA QUE LA PRESENTACION ES "DEFICIENTE"

Tabla V - E

Opinión de la Presentación de EXCELSIOR
 - tópicos de segundo nivel, interés particular -



% QUE OPINA QUE LA PRESENTACION ES "DEFICIENTE"

Además de los tópicos bosquejados en las tablas anteriores, existen cinco temas que son de ligeramente menor interés, pero que no se consideran adecuadamente presentados en EXCELSIOR.

- * la psicología
- * la música popular
- * la música clásica
- * las ventajas y desventajas de productos
- * los empleos y como progresar en ellos

Con excepción de la música clásica, todos estos tópicos interesan a lectores jóvenes en forma especial.

Por otro lado, dos temas generales reciben - según la evaluación de los lectores - una presentación bastante amplia, mientras que los tópicos en sí son de bajo interés general:

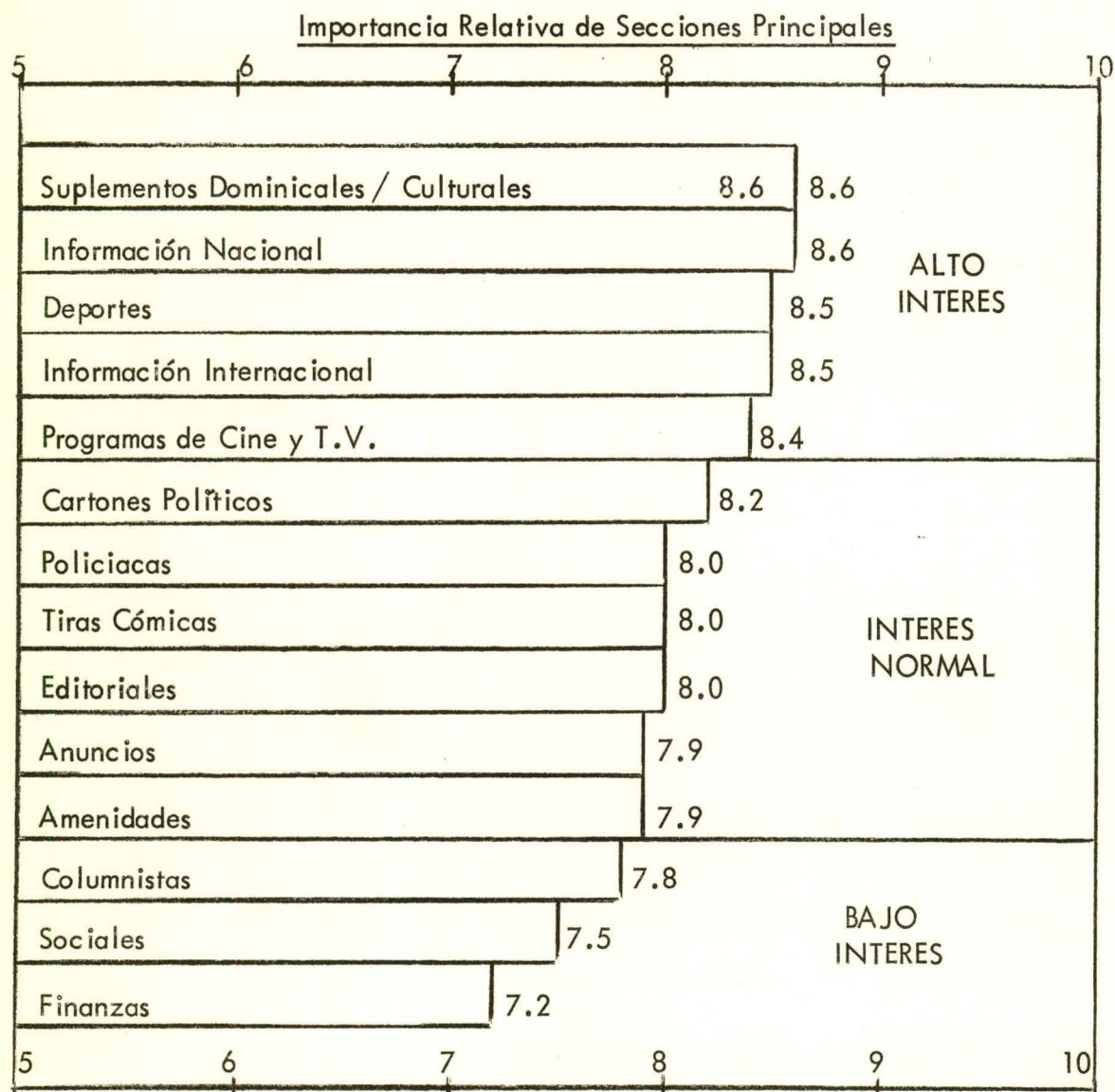
- * sociales
- * finanzas

Y, además de los anuncios, hay varias otras áreas de información o diversión que son de relativamente bajo interés:

- * el cuidado del jardín
- * los cultivos, la agricultura
- * el arte plástico (excepto entre el nivel A/B/C)
- * el golf
- * el beisbol (excepto entre hombres)
- * los toros
- * el automovilismo (excepto entre jóvenes)
- * los acertijos

Antes de llegar a cualquier conclusión en estos resultados, es interesante examinar los datos que se relacionan directamente con las secciones tradicionales de un periódico y las opiniones de los lectores habituales de EXCELSIOR.

Tabla V - F



* estos resultados confirman plenamente las conclusiones antes bosquejadas.

* es interesante notar que el término "amenidades" no tiene el impacto entre lectores que podrían tener los tópicos específicos incluidos en esa sección de un periódico.

Tabla V - G

Importancia Relativa de Secciones Principales
- por nivel socio-económico -

<u>A/B/C</u>		
<u>Alto Interés</u>	<u>Interés Normal</u>	<u>Bajo Interés</u>
Información Nacional Suplementos Dominicales Información Internacional Cartones Políticos Deportes	Editoriales Programas de Cine y T.V. Amenidades Columnistas Tiras Cómicás	Anuncios Sociales Policíacas Finanzas
<u>D</u>		
<u>Alto Interés</u>	<u>Interés Normal</u>	<u>Bajo Interés</u>
Deportes Información Nacional Suplementos Dominicales Programas de Cine y T.V. Información Internacional Policíacas	Tiras Cómicás Cartones Políticos Anuncios Amenidades	Editoriales Columnistas Sociales Finanzas

* con pocas excepciones, los dos grupos socio-económicos generalmente se interesan por las mismas secciones del periódico tradicional.

La definición de los intereses de lectores, dentro del contexto de las distintas secciones de un periódico actual, claramente subraya lo visto en la primera parte de esta sección. Es importante que, salvo ciertas excepciones ya mencionadas, las diferencias entre los distintos segmentos del público lector no son tan pronunciadas.

Los mismos detalles reciben la atención de los lectores que proporcionaron las siguientes sugerencias para mejorar el periódico EXCELSIOR.

Tabla V - H

Sugerencias para Mejorar EXCELSIOR

<u>Sugerencias:</u>	<u>%</u>
<u>CONTENIDO:</u>	
Ampliar la sección de deportes.	18%
Presentar más sobre educación	6
Presentar más sobre la política del país.	6
Ampliar la parte policiaca	5
<u>FORMATO:</u>	
Usar color	6%
Usar más fotografías, usar fotogra- fías más claras	6
Reducir el volumen	4
<u>POLITICA:</u>	
Presentar noticias completas y pre- cisas.	9%
Ser verdadero en la presentación	8

No hay necesidad en enfatizar más las deficiencias obvias en la cobertura de EXCELSIOR, aunque sí es necesario aclarar que el deseo por mayor contenido en la parte policiaca, se debe a los deseos de lectores de las clases populares.

Sí es importante tomar nota de las sugerencias relativas al formato del periódico - color, fotografías, volumen - no por ser nuevas las ideas, sino porque cualquier cambio en el contenido del periódico implicará posibles cambios en el formato, y será necesario tomar en cuenta los resultados del estudio al respecto.

(Por otro lado, y con referencia a la imagen de la política general del periódico EXCELSIOR, las sugerencias de proporciones importantes de los lectores subrayan un aparente empeoramiento en la imagen del periódico, con relación a precisamente esas cualidades que ni deberían de estar bajo discusión.).

Tablas V - I

Lo Más Interesante y Lo Más Aburrido en una Edición de EXCELSIOR
- lectores habituales de EXCELSIOR -

<u>Lo Más Interesante</u>	<u>%</u>
Información Nacional	25%
Información Internacional	17
Deportes	10
Editoriales	7
Amenidades	5
Cartones Políticos	4
Arte, cultura, ciencia	4
Finanzas	4
Nada en particular	8

Lo Más Aburrido:

Sociales	5%
Deportes	4
Nada en particular	84

- * los resultados presentados arriba claramente reflejan no solo las conclusiones principales de este segmento del informe, sino también los patrones de lectura del periódico que se analizaron en el último capítulo.

Tabla V - J

Evaluación de los Planos de EXCELSIOR
- lectores habituales de EXCELSIOR -
 (% con eliminación de respuestas "no sabe")

<u>"Planas":</u>	<u>Grado de Interés</u>		<u>Evaluación de Cobertura</u>		
	<u>Interesante</u>	<u>Aburrido</u>	<u>Demasiado</u>	<u>Suficiente</u>	<u>Poco</u>
Primera	98	2	7	88	5
Editorial	94	6	6	85	9
Diorama	94	6	7	82	11
Cultural	93	7	7	73	20
Carteleras	93	7	5	89	6
Deportiva	88	12	7	75	18
Aviso de Ocasión	87	13	15	72	13
Artistas	83	17	12	73	15
Finanzas	79	21	11	64	25
Policíaca	78	22	17	63	20
Anuncios	77	23	21	75	4

* de las planas que se consideran de mayor interés, son dos las que no reciben la atención debida.

* de las secciones de menor interés, tres reciben demasiada cobertura - y una no recibe lo suficiente para un número importante de los lectores.

De los datos presentados en esta sección del informe, es bastante claro que existen seis tópicos generales que son de bastante interés a los lectores de periódicos - y de EXCELSIOR - y que no reciben la atención adecuada en las páginas de este matutino. Un resumen de estos temas, presentado a continuación, enfatiza la necesidad de complacer a los gustos de los lectores en por lo menos cuatro de las seis áreas de información, diversión o interés.

DEPORTES:

Para los lectores masculinos - de todos los niveles y de todas las edades - los deportes son una diversión de alto interés; y se considera que la cobertura de este tópico en las páginas de EXCELSIOR ha sido limitado en el pasado. De hecho, la "sección deportiva" no es una parte específica del periódico, sino consiste de una sub-sección de la "Segunda Parte de la Sección A".

Lo importante del interés que existe en los deportes es la relativa universalidad de su atracción - aunque el interés en los deportes es más pronunciada entre la clase popular y entre los jóvenes, la sección en general y ciertos deportes específicos son de interés para todos.

Una cobertura amplia de las varias escenas deportivas no es necesariamente incongruente con un periódico de alta calidad o prestigio - claramente depende de la manera en que se lleva a cabo la presentación. (Así, por ejemplo, el New York Times proporciona amplia cobertura de los deportes, desde lo vulgar del box hasta lo exótico del veleo). Es más, los deportes se prestan muy fácilmente a una presentación gráfica en colores (tal como se utilizan, hasta cierto punto, las páginas de color actualmente).

SECCION DE MUJERES:

Actualmente no existe una sección específica para mujeres en EXCELSIOR, a pesar de que la tercera parte de sus lectores habituales son del sexo femenino. Por otro lado, se puede confirmar que varios tópicos tienen especial atracción para las mujeres - a un nivel de interés bastante alto. Por ejemplo, cada uno de estos temas es de alto interés entre por lo menos siete de cada diez mujeres que leen periódicos:

- * los alimentos y la cocina.
- * la decoración, el amueblado del hogar.
- * la moda.
- * como recibir a visitas.
- * las vidas de artistas de cine, televisión, etc.

Se piensa que estos tópicos también se pueden presentar en una forma totalmente adaptada a la imagen que requiere proyectar EXCELSIOR, satisfaciendo así a la demanda de una parte importante de los lectores de periódicos.

SECCION PARA LA FAMILIA (VIDA FAMILIAR):

Como se mencionó anteriormente, existe una serie larga de tópicos de alto interés general que se ligan con el tópico general de la "vida familiar". Los lectores de periódicos - tanto jefes de familia como amas de casa - expresan un alto interés en ciertos temas que podrían ser de interés, ó de utilidad personal, en lo que se refiere a:

- ** la salud y adelantos médicos.
- ** la educación y las escuelas.
- ** como tratar, educar a los hijos.
- ** la juventud actual.
- ** el matrimonio, la vida familiar.
- * psicología.
- * el presupuesto familiar.
- * las ventajas y desventajas de los productos.
- * los empleos y como progresar en ellos.

De estos tópicos, los cinco primeros son de alto interés para ocho de cada diez lectores; los otros temas son de menos interés, pero aún así, atraen a por lo menos seis de cada diez lectores, y son temas relacionados con el tópico general.

Del interés que existe en estos tópicos - muy infrecuentemente tratados en los periódicos (y menos en una manera coordinada) - se nota un deseo entre los lectores de mejorarse, de educar bien a sus hijos, y de entender o estar al corriente del mundo de hoy. Es interesante, también, el índice de interés en un "consumidorismo" que aún no existe en México.

LA VIDA CULTURAL:

Por lo general, los resultados presentados en estas páginas confirman la fuerza del "lado" cultural del periódico EXCELSIOR. Como una extensión de su imagen superior, y reforzado por los recientes esfuerzos en los planes de color y en la sección dominical "Diorama", la cobertura de la vida cultural en las páginas de EXCELSIOR se podría considerar adecuada.

Sin embargo, la quinta parte de los lectores habituales del periódico piensan que es poco lo presentado en las páginas culturales - que, de nuevo, no forman una sección identifi-

cable del periódico, sino que se encuentran colocadas en partes de la Sección A, en la Sección B y en el "Diorama" y las páginas a color. Además, cinco tópicos relacionados con la cultura son de bastante interés entre los lectores de periódicos, con imagen de cobertura "deficiente" en EXCELSIOR.

- * lugares y acontecimientos históricos.
- * los libros.
- * los viajes.
- * la música popular.
- * la música clásica.

Es posible que, hasta cierto punto, la desorganización del periódico en su presentación de artículos sobre la vida cultural sea la razón principal por la imagen de poca cobertura de estos tópicos. Sin embargo, podría ser necesario ampliar la visión del periódico en ciertas áreas:

- a) Hoy en día, los conciertos formales no son la única forma de gozar la música, y en las páginas de muchas publicaciones se proporciona información sobre nuevos discos o cintas de interés al aficionado de la música, así como notas sobre el equipo, etc.
- b) Las reseñas críticas de los libros han llegado a ser casi indispensables en la era moderna - por el número de títulos que se publiquen y el tiempo limitado de una persona que acostumbra leer mucho. (De nuevo, una comparación con el New York Times podría ser válida).

FINANZAS:

Por lo general, el tópico de los negocios y las finanzas es de bastante bajo interés general. Sin embargo, es claro que un segmento limitado del público lector - más concentrado, en toda probabilidad, entre los lectores de EXCELSIOR - requiere de información y noticias sobre este tema. Para este segmento limitado, la cobertura del periódico es inadecuada.

En este caso especial, de poco interés general, será necesario decidir si el periódico deberá satisfacer los intereses de un grupo limitado pero importante. De decidir sí hacerlo, es posible una separación de esta sección del resto del periódico será la forma más adecuada de proporcionar las noticias que se requieren ciertos lectores sin aburrir a los demás.

POLICIACAS:

El caso de la plana policiaca es bastante claro: aunque entre ciertos segmentos importantes del público lector existe alto interés en este tópico, y aunque la cobertura de EXCELSIOR no es extensa, no se piensa necesario cualquier modificación radical de esta sección del periódico.

Esta conclusión se debe a lo limitado del interés en policiacas a la clase popular, y a la falta de congruencia entre una cobertura amplia del crimen y sus consecuencias y la imagen que se quiere recuperar para EXCELSIOR.

Las conclusiones de esta sección del informe son posiblemente las más importantes del programa de investigación que se ha llevado a cabo hasta la fecha. Sin embargo, no es propósito de este resumen, sugerir un periódico más voluminoso y más difícil de leer: los cambios aquí bosquejados no se pueden aislar de un nuevo formato para el periódico, ni de una nueva organización del mismo para ayudarle al lector en localizar los artículos que le interesan. Antes de formular conclusiones sobre la manera más adecuada de lograr esta combinación "ideal" de mejoras del periódico, es preciso conocer las actitudes de los lectores hacia las secciones del periódico actual y hacia los cambios más recientes en la presentación de EXCELSIOR.

SECCION VI

LAS SECCIONES DE EXCELSIOR

Con el fin de proporcionar una guía adecuada al desarrollo de EXCELSIOR, una parte importante del estudio "Los Lectores de EXCELSIOR: Un Estudio Especial sobre sus Hábitos de Lectura y sus Preferencias Generales" se dedicó a obtener información sobre seis secciones específicas del periódico. Para asegurar que los entrevistados conocieran el matutino, el estudio se enfocó en lectores habituales únicamente.

Las seis secciones que se estudiaron en detalle, incluyen:

- * LAS PLANAS DE COLOR.
- * LOS EDITORIALES.
- * LOS CARTONES POLITICOS.
- * "DIORAMA"
- * LAS TIRAS COMICAS.
- * LAS SOCIALES.

Por lo general, los resultados que a continuación se bosquejan, confirman las conclusiones más importantes de los capítulos anteriores de este informe. Son de especial interés las actitudes positivas hacia las planas de color y el nuevo suplemento "Diorama"; así como las preferencias a favor de las Sociales en su forma actual. Estos resultados en particular indican que los recientes cambios en el periódico EXCELSIOR si han sido atinados a los deseos de sus lectores.

A. LAS PLANAS DE COLOR:

1. Nueve de cada diez lectores de EXCELSIOR leen las planas de color que recientemente se han incorporado al periódico.
2. El hecho de que más de la mitad (54%) de los lectores leen estas planas cada vez que aparecen - tres veces por semana - confirma su aceptación.

3. Las planas de color son de interés universal - atraen a lectores de todos los segmentos - aunque existe especial entusiasmo entre lectores jóvenes y entre lectores de los niveles C y D.
4. En cuanto a la preferencia por la materia presentada en las planas de color, es claro que las fotografías de eventos sociales son de relativamente bajo interés:

<u>Preferencia en Materia:</u>	<u>%</u>
Eventos Especiales	70%
Sociales	7
Ambos.	21

<u>Preferencia en Fotografías:</u>	
Deportivas	76%
Arte y Pintura	11
Sociales	2

5. Las fotografías deportivas son de mayor interés entre hombres y entre la clase popular - aunque hasta el 68% de los lectores de clase A/B optan por fotos sobre este tópico.

B. EDITORIALES:

1. Ocho de cada diez lectores reportan leer las páginas editoriales en alguna ocasión, y casi la mitad (46%) de ellos dicen leer estas paginas en forma diaria.
2. Interés en las páginas editoriales es más pronunciada entre hombres y entre lectores de 35 años de edad o más. Lectores jóvenes (de 18 a 34 años) forman el grupo que menos interés tienen en los editoriales (o que menos se han acostumbrado a leerlos).
3. Por lo general, el tópico de mayor interés en las páginas editoria-

les es la política, siendo más preferidos los siguientes escritores específicos:

- a) Jorge Ibarguengoitia (atrae especialmente a lectores A/B/C)
- b) Froylán López Narvaez.
- c) Ramón de Ertze Garamendi.
- d) Daniel Cosío Villegas.
- e) Ricardo Garibay (atrae a lectores C/D).

C. LOS CARTONES POLITICOS:

1. Es claro que el caricaturista Abel Quezada es de gran popularidad entre los lectores de EXCELSIOR - ya que hasta el 61% de los lectores prefieren sus cartones políticos. El otro caricaturista que aparece con regularidad en las páginas del periódico, Marino, solo es el preferido de uno en veinte lectores.
2. La preferencia por Quezada está especialmente pronunciada entre lectores hombres y entre lectores del nivel más alto - aunque casi la mitad (46%) de los pocos lectores de EXCELSIOR de nivel bajo también lo prefieren. Los cartones de Marino, por el otro lado, encuentran mayor preferencia entre los lectores de la clase baja - posiblemente por sus cartones deportivos.
3. Son muchos los caricaturistas que serían de interés a los lectores de EXCELSIOR, aunque solo cuatro nombres se mencionan entre uno de cada veinticinco lectores: Rius (mencionado por el 9% de los lectores) es el más conocido y preferido; Freyre y Vic (5% cada uno) y Alberto Isaac (4%) también interesan entre ciertos lectores.

D. "DIORAMA"

1. El suplemento cultural "Diorama", de reciente introducción a la edición dominical de EXCELSIOR, se conoce actualmente entre las tres - cuartas partes (el 77%) de los lectores habituales del periódico. Más de la mitad (57%) de estos lectores dicen leer esta

sección del periódico.

2. La lectura del "Diorama" está bastante pronunciada entre dos sectores: hombres y nivel A/B. Así, el 61% de los hombres leen el suplemento, y solo el 50% de las mujeres. Hasta siete de cada diez (71%) lectores A/B leen esta parte del periódico, pero solo la mitad de los lectores C y D (52% y 50% respectivamente).
3. Las reacciones de los lectores habituales de EXCELSIOR hacia el nuevo suplemento son fuertemente positivas. Se dice que el "Diorama" es interesante y amena; tratan temas importantes, de cultura ó de política internacional; en forma variada e informativa. Es un suplemento que está al corriente con artículos bien escritos por escritores de actualidad.

E. LAS TIRAS COMICAS:

1. La gran mayoría de los lectores habituales de EXCELSIOR están satisfechos con la frecuencia semanal de las tiras cómicas incluidas con el periódico. Solamente uno de cada cinco lectores (20%) reportan una preferencia por recibir tiras cómicas más frecuentemente.
2. Aún entre los segmentos que más quisieran tener tiras cómicas con una mayor frecuencia - las mujeres y la clase popular - por lo menos las dos - terceras partes de los lectores están de acuerdo con la publicación semanal de esta materia.

F. LAS SOCIALES:

1. La sección de sociales se tilda como una de las partes más aburridas del periódico, como se ha demostrado en los capítulos anteriores de este informe.

2. Sin embargo, cuatro de cada diez (39%) de los lectores de EXCELSIOR leen esta sección en forma diaria, y únicamente el 31% nunca leen las Sociales. Hay claras diferencias entre lectores de los dos sexos - pero pocas variaciones entre niveles y grupos de edades:

<u>Leen Sociales:</u>	<u>Masc.</u>	<u>Fem.</u>
Diariamente	30%	53%
Dos a cinco veces / semana	18	19
Una vez por semana o menos frecuentemente. .	11	16
Nunca	41	11

3. El hecho de que no se encuentran grandes variaciones entre lectores de distintos niveles o grupos de edades, y que sí es clara la diferencia entre hombres y mujeres, implica que las Sociales son de interés a mujeres de todos los niveles y edades, en toda probabilidad.
4. Las modificaciones recientes en esta sección del periódico han sido del agrado de la gran mayoría de los lectores habituales de EXCELSIOR; y esta preferencia es muy pronunciada entre las mujeres:

<u>Prefiere las Sociales:</u>	<u>Masc.</u>	<u>Fem.</u>	<u>Total</u>
como están ahora.	52%	76% ¹	61%
como estaban antes	2	6	4
le dá igual.	25	10	20
no sabe.	20	9	16

5. La materia que se prefiere hallar en esta parte del periódico aparentemente requiere una reducción en lo meramente "social" - solo el siete por ciento de los lectores prefieren leer las noticias de la sociedad. En cambio, el 31% de los lectores prefieren artículos de interés general; y, el 28%, noticias sobre cine, televisión, radio y sus artistas.

6. Son ocho los columnistas de la Sección B de EXCELSIOR que se leen entre proporciones importantes de los lectores:

*	Alfredo La Mont (35%)	*	Ricardo Puente (15%)
*	María Idalia (22%)	*	José de la Colina (12%)
*	Duque de Otranto (22%)	*	Trixie (11%)
*	Lupe Appendini (16%)	*	Emilio García Riera (10%)

7. De estos ocho, Alfredo La Mont es de mayor interés para hombres; y María Idalia atrae al mayor número de mujeres.

En muchos sentidos, es posible que lo más importantes de estos resultados es el hecho de las modificaciones hechas en el periódico EXCELSIOR - las planas de color, el suplemento "Diorama" y la Sección B del periódico - han sido recibidos en forma positiva por sus lectores habituales. Así, es claro que los lectores del periódico no están indispuestos a cambios, desarrollados con cuidado, para mejorar al matutino.

SECCION VII

EL CONTENIDO DE EXCELSIOR

La última fase del programa de investigación que se realizó para Excelsior, Cía. Editorial, es un análisis detallado del contenido real del periódico y de los patrones de lectura de los lectores habituales del periódico. Es claro que los editores de EXCELSIOR conocen a fondo el contenido de su producto, pero lo importante de este análisis es la comparación entre lo presentado en el periódico y lo "utilizado" por el lector. Los resultados de este trabajo se bosquejan en esta sección del informe.

De todos los ejemplares de EXCELSIOR publicados durante el primer semestre del presente año, se escogieron nueve para un análisis a fondo de su contenido. Los periódicos estudiados representan a todos los días de la semana, y al período del 10 de enero al 10 de junio. La totalidad del contenido de cada periódico se clasificó de acuerdo con aproximadamente cuarenta categorías de tópicos específicos, y se midió en centímetros de columna el espacio dedicado a cada categoría de tópicos.

Posteriormente, se empleó el mismo método en un análisis de los 200 periódicos leídos por los lectores habituales de EXCELSIOR entrevistados en el estudio "Los Lectores de EXCELSIOR: Un Estudio Especial sobre sus Hábitos de Lectura y sus Preferencias Generales".

La comparación de los dos juegos de datos así obtenidos, proporciona índices muy claros de:

- * EL TIEMPO LIMITADO QUE SE DEDICA A LEER UN EJEMPLAR NORMAL DE EXCELSIOR.
- * LAS VARIACIONES QUE EXISTEN ENTRE LO PRESENTADO EN EXCELSIOR Y LO UTILIZADO POR SUS LECTORES.

El lector de este informe notará una fuerte relación entre los resultados que se presentan a continuación y las conclusiones principales de las otras secciones de este informe.

Tabla VII - AIntensidad de Lectura de EXCELSIOR

- I. Un ejemplar "normal" de EXCELSIOR consiste de aproximadamente 32,000 centímetros de columna.
 - II. Un lector habitual de EXCELSIOR lee aproximadamente, 1,000 centímetros de columna del periódico.
- * la necesidad que tiene un lector de periódicos de ser selectivo en su lectura, y consecuentemente de poder ubicar con rapidez los artículos que le interesan, se confirma claramente al reconocer que el lector habitual de EXCELSIOR solo lee el 3.1% del periódico.

Tabla VII - B
Anuncios y Contenido de EXCELSIOR

<u>Tipo de Contenido:</u>	<u>Proporción de Cada Tipo</u>	
	<u>Presentado</u>	<u>Utilizado</u>
Anuncios	59.1%	23.4%
"Contenido Normal"	<u>40.9</u>	<u>76.6</u>
NOTICIAS	13.5	27.6
CULTURA	5.9	10.8
DEPORTES	5.6	11.5
SOCIALES	4.7	3.4
CINE, RADIO Y T.V.	3.8	7.2
OTROS TIPOS	7.4	16.1

- * se nota una diferencia lógica entre el espacio dedicado a anuncios y el patrón general de lectura real del periódico.
- * sin embargo, es muy interesante que la cuarta parte de la lectura se dedica a leer anuncios.
- * en lo que se refiere al "contenido normal" del periódico, existen claras diferencias entre lo que se publica y lo que se lee.

Tabla VII - C

Presentación y Lectura del "Contenido Normal"
- porcentajes calculados eliminando anuncios -

<u>Categoría de</u> <u>"Contenido Normal"</u>	<u>Presentado</u>	<u>Utilizado</u>
<u>NOTICIAS:</u>	33%	36%
internacionales, de conflictos armados	15	17
nacionales, de los estados locales	6	8
economía, industria nacional	1	1
política nacional	4	4
desastres o accidentes	2	4
otros asuntos nacionales	1	1
	4	2
<u>"SECCIONES!"</u>		
Cultura	14	14
Deportes	14	15
Sociales	11	4
Cine, Radio y Televisión	9	9

- * entre las categorías principales del "contenido normal" de EXCELSIOR, se notan por lo general relaciones estrechas entre lo que se publica y lo que se lee.
- * sin embargo, las sociales son una importante excepción a esta tendencia - en términos relativos se lee una proporción mucho menor a la proporción dedicada a sociales en el periódico.
- * la situación con noticias internacionales, nacionales, política nacional y deportes es ligeramente a la inversa - se lee relativamente más de lo que se publica.

Tabla VII - D

Presentación y Lectura del "Contenido Normal" (Cont.)
 - porcentajes calculados eliminando anuncios -

<u>"Otras" Categorías</u>	<u>Presentado</u>	<u>Utilizado</u>
Pasatiempos	6%	6%
Policíacas	3	4
"Sección Vida Familiar"	3	3
Interés Humano	2	1
Personas Conocidas	1	4
Religión y Moral	1	3
"Sección Mujeres"	1	1
Ciencia	1	1

- * dentro de las varias categorías de menor importancia, dos parecen estar bastante desequilibradas - artículos sobre o entrevistas con personas conocidas y artículos sobre la religión y moral.
- * de estos dos tópicos, el último se clasificaba como tema de alto interés entre los lectores de periódicos.
- * con referencia a las conclusiones del quinto capítulo del informe (intereses de los lectores), es interesante notar que las bajas calificaciones que recibe EXCELSIOR en la presentación de los tópicos generales "Vida Familiar" y "Mujeres" claramente se justifiquen.

Los resultados bosquejados en las páginas anteriores confirman en forma clara varias de las conclusiones generales del programa de investigación que se llevó a cabo.

- a) El lector de EXCELSIOR es selectivo en su lectura, ya que solo dispone de una media hora para leer lo que le interesa. En esa media hora, solamente lee una proporción muy reducida de la materia publicada - aproximadamente 1,000 de 32,000 columna-centímetros por ejemplar del periódico.
- b) En términos de orden de importancia, los 1,000 columna-centímetros que lee el lector "normal" de EXCELSIOR se distribuyen en la siguiente manera:

- * 235 cms. de anuncios, de todos tipos,
- * 765 cms. de contenido editorial:
 - 280 de noticias (130 internacional, y 150 - aproximadamente - nacional).
 - 115 de deportes
 - 110 de cultura
 - 70 de cine, radio o televisión
 - 45 de pasatiempos ("monitos", etc.)
 - 30 de policías
 - 30 de sociales
 - 30 de personas conocidas (o prominentes)
 - 55 en otros artículos

- c) En varios renglones, se puede confirmar que el actual uso editorial de las páginas de EXCELSIOR no está totalmente atinada a la demanda de los lectores, según indican estas cifras. El tópico que obviamente recibe demasiada atención son las sociales. Los que no reciben espacio adecuado son "personas conocidas", religión y moral, noticias internacionales y nacionales, los deportes y las policías.
