

Qué leen, ven y escuchan los estudiantes de tecnologías periodísticas de la Universidad de Sevilla (2000-2007)

Prof. Dr. José Manuel Gómez y Méndez.

Universidad de Sevilla.

Profa. Lic. Sandra Méndez Muros.

CEADE. Sevilla.

1. RESUMEN; 2. AHORA; 3. MARCO DEL ESTUDIO; 4. RESULTADOS DIVERSOS.

1. RESUMEN.

Desde hace años los Medios de Comunicación Social vienen teniendo una escasa demanda de atención por parte de los jóvenes receptores de los mensajes periodísticos y así se refleja en los índices de lectura y de audiencia radiofónica y audiovisual, siendo una gran preocupación para el sector empresarial de los mismos.

Con metodologías primarias de campo se han analizado las capacidades receptivas de los jóvenes universitarios de una zona geográfica en los años del nuevo milenio (entre 2000 y 2007, en la Universidad de Sevilla), concretándolos a través de muestras tomadas a mitad de carrera superior con focalización de los jóvenes de ambos sexos en el sector de quienes se formaban en tecnologías periodísticas, percibiéndose las tendencias de qué leen, ven y escuchan en la continuidad de un conjunto de años...

Palabras clave:

Periodismo, Tecnología, Comunicación, Universidad.

Abstract:

Years ago, the social media have a limited request young people's attention who receive journalistic messages and, in this way, it's reflected in reading indexes and radio and audiovisual audience ratings. This's a great worry for bussiness sector dedicated to the media.

Using primary methodologies in the field, we have analysed the young university people's receptive capacities who place at a geographical area in the years of the new millennium (between 2000 and 2007, in the Universidad de Sevilla). We have specified the analysis through inquiries realized at the middle of the university career and we have centred on the young people of the booth sexes, who were training in journalistic technologies. In

consequence, we perceive the tendencies about the students read, watch and listen to for combined years...

Key words:

Journalism, Technology, Communication, University.

1. AHORA.

Ahora..., cuando se habla de Bolonia por todos los rincones universitarios y se llega a decir que *“reduce la Universidad a la adquisición de destrezas útiles”*¹, remarcándose que *“las empresas secundan las apuestas europeas por formar a los titulados en competencias que se puedan aplicar directamente a la producción, mientras algunos sectores universitarios alertan de la posible pérdida de nivel académico”*², los cuales se manifiestan en distintos recintos universitarios en protesta de la legislación vigente que nos lleva a la conversión de planes de estudios³.

Ahora..., cuando leemos que *“la flexibilidad y la diversidad son elementos sobre los que descansa la propuesta de ordenación de las enseñanzas oficiales como mecanismo de respuesta a las demandas de la sociedad en un contexto abierto y en constante transformación”*⁴ y se nos dice, por la Jefatura del Estado español, que los planes de estudios conducentes a la obtención de un título deberán *“tener en el centro de sus objetivos la adquisición de competencias por parte de los estudiantes, ampliando, sin excluir, el tradicional enfoque basado en contenidos y horas lectivas”*⁵.

¹ BECERRA, Juanjo: “Hablar en público, sí, ¿pero de qué?” en *“Gaceta Universitaria”*, nº. 611, del 17 al 23 de diciembre de 2007, págs. 2 y 3.

² *Ibídem.*

³ En Sevilla se manifestaron en las inmediaciones del Rectorado, en diciembre de 2007, *“casi 2.000 estudiantes”* según *“Gaceta Universitaria”*, 17/23-12-2007, pág. 7, y *“alrededor de unas 2.000 personas, según datos de los organizadores”* se difunde por *“Newssur”* (suplemento de Andalucía de *“Eccus”*), pág. 11, nº. 269, 8 de enero de 2008.

⁴ Real Decreto 1393/2007, “de 29 de octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales”, firmado por el jefe del Estado español y refrendado por la ministra de Educación y Ciencia. *“BOE”* nº. 260 de 30 de octubre de 2007, pág. 44037.

⁵ *Ibídem.*

Ahora..., cuando se expresa en declaración conjunta internacional denominada *“Hacia la Universidad del siglo XXI”*, firmada en Madrid el 13 de abril de 1999⁶ por la Universidades Complutense, de Alcalá de Henares, de Panthéon-Sorbonne (Paris1), de Karlovy (Praga), de Utrecht, Catholique de Louvain, de Oxford, de Cambridge, de Havard, de Studi (Bolonia), de Coimbra, “La Sapienza” (Roma) y de Salamanca, que la misión universitaria *“no se satisface con el mero incremento y transformación de destrezas y recursos técnicos particulares, o con la especialización para determinas tareas demandadas por el mercado”*, resaltándose que la tarea *“sólo encontrará su sentido último en el logro de una educación para la ciudadanía”*⁷ y especificándose que la adaptación *“al cambio es la contribución más importante y significativa de la educación superior al crecimiento económico, al ser éste un proceso de generación continua de desequilibrios y ajustes sucesivos”*⁸, siendo necesario *“superar el reduccionismo pedagógico que concibe la educación como mera formación, es decir la mera transmisión de datos o de técnicas, y promover la sabiduría como objetivo último de la educación humana”*⁹.

Ahora..., cuando la tecnología avanza a tal ritmo que se nos anuncia los últimos adelantos para el cuerpo humano y sus aplicaciones al desarrollo vital como serían las aplicaciones de *“estimulación cerebral, una técnica que utiliza los impulsos eléctricos para actuar en zonas dianas del cerebro”*¹⁰.

Ahora..., cuando se asegura que el televisor está llamado a ser el rey del entretenimiento cibernético familiar mediante fotos, películas, videos y juegos *“sobre todo al fundirse con la alta definición e internet y liberarse de cables”*¹¹.

Ahora..., cuando *“The Wall Street Journal”* abre su opinión a internet de forma gratuita colocándola al alcance del internauta¹² a partir del 10 de enero de 2008.

⁶ Se elaboró con motivo del quinto centenario de la Bula Cisneriana, de 1499, que fue el origen de las Universidades Complutense y de Alcalá de Henares, declarándose en su preámbulo que *“la Universidad es uno de los grandes hallazgos del segundo milenio: un enorme triunfo del poder del saber para transformar la sociedad y modelar el mundo irradiando la luz de la razón, del conocimiento y de la ciencia”*. (*“Declaración internacional ‘Hacia la Universidad del siglo XXI’*”, edición conjunta de ambas Universidades, pág. 7).

⁷ *Ibíd*em, pág. 11.

⁸ *Ib*.

⁹ *Ib*.

¹⁰ RAMÍREZ DE CASTRO, N.: “Curar con estímulos eléctricos” en *“ABC”*, edición de Sevilla, 12 de enero de 2008, págs. 82 y 83.

¹¹ VILLALBA, Marta: “La ‘segunda década digital’” en *“ABC”*, edición de Sevilla, 13 de enero de 2008, pág. 96.

Ahora..., cuando se difunde que *“el consumo de televisión aumentó en 2007 seis minutos respecto al año anterior, hasta situarse en 223 minutos por persona y día”* según el informe presentado por Corporación Multimedia¹³.

Ahora..., cuando las revistas pierden, en 2007, un millón de lectores sobre 2006 según datos de sistemas de mediciones a través de las agencias dedicadas a ello¹⁴. Y los diarios son leídos por un 44% de los jóvenes entre 20 a 24 años, siendo un 7,3% de la totalidad de lectores de Prensa diaria (15.664.000 personas), suponiendo un 6,9% de la población que accede a Medios de Comunicación Social (37.911.000 ciudadanos), según el Estudio General de Medios al mes de noviembre de 2007¹⁵.

Ahora..., cuando, en 2007, la Radio en España tuvo en su audiencia un 54,7%, descendiendo un 1,4% respecto a 2006 (56,1%), poseyendo una escucha de 20.720.000 personas, siendo un 58,3% los oyentes entre 20 a 24 años, suponiendo un 7,4% dentro del orbe radiofónico y quedando dentro del 6,9% total ya indicado en el párrafo anterior¹⁶.

Ahora..., cuando *“la web 2.0 ha permitido que el usuario sea partícipe, a un nivel muy alto de implicación en la web, con la creación de sites, blogs, podcast, etc, al mismo tiempo que la velocidad de transmisión ha permitido a la red admitir contenidos audiovisuales”*¹⁷.

¹² Diario “El Mundo”, edición de Madrid, y portal “APC/Noticias” (informativo diario restringido para miembros de la “Asociación para el Progreso de la Comunicación”), 10 de enero de 2008.

¹³ Diario “ABC”, edición cibernética, y portal “APC/Noticias”, 3 de enero de 2008. Para conocerse otros datos: http://www.corporacionmultimedia.es/vr/audiencias_menu.htm

¹⁴ ÁLVAREZ CARREÑO, María; RUIZ, Rosana; ÁLVAREZ SÁNCHEZ ARJONA, Paz; RUIZ BEDOYA, Luis Fernando y PÉREZ, María José: “¿Un millón de lectores menos?: ¡Investigad la investigación!” en “Control”, n.º. 531, Madrid, enero de 2007, págs. 48-52. Puede consultarse también en: http://dialnet.unirioja.es/servlet/listaarticulos?tipo_busqueda=EJEMPLAR&revista_busqueda=6447&clave_busqueda=150269
http://www.controlpublicidad.com/en_profundidad/informes/object.php?o=40052.

¹⁵ Datos del Estudio General de Medios, de la “Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación” (AIMC), de febrero a noviembre de 2007: http://www.aimc.es/aimc.php?izq=egm.swf&pag_html=si&op=cuatro&dch=02egm/24.html

¹⁶ *Ibidem*.

¹⁷ “La televisión y la red afines y complementarios” en “Control”, n.º. 539, Madrid, octubre de 2007. También en: http://www.controlpublicidad.com/se_habla_de/tendencias/object.php?o=41762
Para ampliar sobre la web 2.0 puede accederse a http://es.wikipedia.org/wiki/Web_2.0 y a <http://www.maestrosdelweb.com/editorial/web2>.

Ahora..., cuando, desde 2006, los expertos comienzan a tocar con las yemas celulares de los dedos la web 3.0 y a hablarse sobre la misma como un devenir que transformará el entorno comunicativo¹⁸.

Ahora..., cuando se abren perspectivas de un Periodismo 3.0 donde la participación pública generará una nueva dinámica informativa a través de un cónclave universal y local, donde dentro de una crisis de credibilidad social la transmisión periodística logrará una nueva dimensión participativa dentro de la dinámica de construir y canalizar el mensaje, siendo necesario -cuanto antes- adentrarse en experimentaciones y estudios en este campo para su construcción como un nuevo sendero de amplio recorrido, teniendo en consideración las iniciales diferenciaciones y cuanto ya nos aporta el periodista Juan Varela¹⁹.

Ahora..., cuando se va produciendo cuanto exponemos anteriormente se nos hace necesario conocer qué leen, ven y escuchan los jóvenes de hoy y en concreto los estudiantes de Periodismo. ¿Qué percepción tienen? ¿A qué ritmo escucharon y lo hacen ahora? ¿Prensa diaria u otro Medio de distinta periodicidad? Con recursos de alta capacidad, hubiésemos abarcado otra dimensión. Al encontrarnos -como casi siempre- dentro de las penurias económicas, nos limitamos a un espacio concreto: la Universidad de Sevilla.

2. MARCO DEL ESTUDIO.

Hubiésemos deseado estudiar toda la población juvenil de la Universidad Hispalense, sin embargo la escasez de recursos nos produjo un acotamiento. Parcelamos y nos quedamos con a l@s estudiantes de Periodismo de la Facultad donde se imparte la Licenciatura que ya recibe dicha denominación desde 1997 cuando antes era la de Ciencias de la Información.

Desde 1991 el profesor que firma este trabajo investigador viene impartiendo la disciplina de “*Diagramación en Prensa*” en la referida Licenciatura. Y la profesora que es coautora, desde 2003 ha estado encardinada a la misma al compartirla como recipiendaria de financiación de la Junta de Andalucía en su formación como personal docente e investigador.

¹⁸ Para conocerse más se puede ir a http://es.wikipedia.org/wiki/Web_3.0 y también a <http://maestrosdelweb.com/editorial/la-web-30-anade-significado>

¹⁹ VARELA, Juan: “¿Qué es el Periodismo 3.0?” en “*Los secretos del Nuevo Periodismo*”, Generalitat Valenciana, Valencia, 2007, págs. 88 a 90.

Dicha materia siempre se ha impartido al tercer año de iniciados los estudios de Periodismo bien fuesen planes a cuatro o a cinco años²⁰, por lo que la edad del alumno cuando llega a tercero ya está en los 20 ó 21 años; hay que indicar que asimismo ha sido troncal u obligatoria por lo que ha sido cursada por tod@s l@s alumn@s de Periodismo en el primer cuatrimestre de su curso tercero; ante ello podría haberse titulado este estudio “*Qué leen, ven y escuchan los estudiantes de Periodismo de la Universidad de Sevilla (2000-2007)*”; sin embargo no quisimos generalizarlo y por eso le pusimos “*de tecnologías periodísticas*” en vez “*de Periodismo*”; no deseamos abarcar por aquello de no aparentar ambición investigadora y se produjesen fricciones en alguna parcela dentro del área académica, quedándonos así en el ámbito tecnológico que es donde se ubica la diagramación.

Comenzamos en el curso 2000-01 a pasar una batería de preguntas a los alumn@s matriculad@s y así cada año académico hasta el 2007-08. Conocido es que el profesor, al iniciar cada cuatrimestre y curso, en la primera sesión explica el programa de la disciplina y dialoga con los asistentes. Al segundo día ya comienza a entrar en materia; en nuestro caso, esa segunda jornada comenzó, durante el periodo de los años indicados, con el reparto de unos folios con las preguntas a cada uno de los tres grupos que han existido:

CUADRO 1. Modelo de la encuesta a los alumn@s de “Diagramación en Prensa”.
Curso 3º. Grupo _____. (Las respuestas son anónimas). (Si es necesario utilizar folio supletorio o la parte de atrás del presente). 1. ¿Qué es para ti la Diagramación? 2. ¿Qué esperas de la asignatura? 3. Entre tus diez y quince años, oíste la radio... _____ mucho, _____ poco, _____ regular. ¿Cuántas horas aproximadamente?: _____ 4. ¿La radio estaba encendida habitualmente en tu domicilio, aunque no la escuchases? Sí: _____. No: _____. A veces: _____. 5. ¿Qué periódicos ves a diario? 6. ¿Qué periódicos ves semanalmente? 7. ¿Qué revistas ves semanalmente? 9. ¿Qué periódicos lees a diario?

²⁰ Hubo en Sevilla un Plan inicial a cinco años cuando comenzó la Facultad en 1989 que fue cambiado por otro a cuatro años a partir de en 1993-94 (“*Boletín Oficial del Estado*” –“BOE”- números 263 y 265, de 3 y 5 de noviembre de 1993, págs. 30960 a 30968 y 31281 a 31289, respectivamente). Ya en 2002-03 se empezó otro Plan a cinco años que aún está vigente, que habrá que reformar para cuatro según las necesidades europeas (“BOE” nº. 159, de 4 de julio de 2002, págs. 24431 a 24444).

9. ¿Qué periódicos lees semanalmente?
 10. ¿Qué revistas lees semanalmente?
 11. ¿Por qué estudias Periodismo?
 12. ¿Qué es para ti o a qué te suena el Continente Informativo?
 13. ¿En tu casa se compraba algún periódico entre tus diez y quince años...?
 14. En caso afirmativo, indica el nombre o nombres...:
-

Puede apreciarse que las interrogantes 3 a 10 y la 13 y 14 son sobre la temática de oír, ver y leer, valorando que existe la suficiente diferencia entre ver una publicación periódica y leerla. Nunca recabamos datos sobre la televisión pues sabido es el gran impacto de la pantalla y no era objetivo nuestro entrar en el campo audiovisual.

Cada curso l@s alumn@s matriculados a los que se les pasó la encuesta han sido:

<u>CUADRO 2.</u> Alumnos matriculados en la Licenciatura de Periodismo en tercer curso.	
Año académico	Número de alumn@s
2000-01	293
2001-02	268
2002-03	258
2003-04	285
2004-05	249
2005-06	280
2006-07	273
2007-08	300

Y ahora, al iniciarse 2008 hemos procedido a la tabificación cuantitativa de lo contestado con la finalidad de conocer..., quedando todo reflejado en %.

3. RESULTADOS DIVERSOS.

Comenzamos con la escucha radiofónica en una etapa que ha podido influir al/la joven como es su edad entre 10 y 15 años, intentando conocer a través de las preguntas 3 y 4 de la encuesta cuánto tiempo oye la Radio opcionalmente o bien que estuviese en su espacio de hábitat sin deseo personal de audición, quedando reflejado en las tablas 1 a 3.

TABLA 1. Escucha de la Radio entre 10 y 15 años.					
Respuestas	Nada	Mucho	Poco	Regular	No sabe / No contesta
2000-2001	1,63	33,3	40,43	18,57	1,63
2001-2002		32,8	35	28,57	2,14
2002-2003		35,36	24,39	39,02	
2003-2004		31,25	33,3	34,89	
2004-2005		27,63	16,44	55,26	
2005-2006		31,76	21,17	45,88	
2006-2007		29,6	21,81	32,72	
2007-2008		27,83	25,77	57,73	
MEDIA	0,2	31,19	27,41	39,08	0,47

TABLA 2. Horas aproximadas de escucha radiofónica.					
Respuestas	Menos de 1	Entre 1 y 5	Entre 5 y 10	Más de 10	No sabe / No contesta
2000-2001	2,73	73,77	5,46		14,2
2001-2002	6,42	50,71	10,71	2,14	26,42
2002-2003	5,48	82,92	5,48	1,82	3,65
2003-2004	8,33	64,58	6,25		22,9
2004-2005	16,44	68,42	3,94		14,47
2005-2006	3,52	76,47	4,7	1,76	14,11
2006-2007	6,66	50,9	4,84	1,21	11,51
2007-2008	14,43	69,07			18,55
MEDIA	64,01	67,1	5,17	0,86	15,72

TABLA 3. Radio encendida en el domicilio, aunque no se escuchase.				
Respuestas	Sí	No	A veces	No sabe / No contesta
2000-2001	45,9	22,9	28,9	1,63
2001-2002	35	28,57	32,85	2,14
2002-2003	62,19	9,14	28,04	
2003-2004	47,91	19,79	31,25	
2004-2005	48,02	19,73	30,09	
2005-2006	37,05	21,17	40,58	
2006-2007	56,36	16,96	34,54	
2007-2008	62,88	16,49	31,95	
MEDIA	49,4	19,34	32,27	0,47

Seguidamente, en las tablas 4 a 9, exponemos los resultados de los periódicos y revistas que ven y leen diaria y semanalmente l@s alumn@s sobre las cuestiones 5 a 10 formuladas en el Cuadro 1, considerando que un planteamiento es ver por aquello de ojear y otra es leer como acceso concretizado al contenido.

TABLA 4.
Periódicos vistos a diario.

Respuestas	2000-01	2001-02	2002-03	2003-04	2004-05	2005-06	2006-07	2007-08	MEDIA
El País	49,18	55	45,12	66,6	73,48	50	54,5	38,14	54
Diario de Sevilla	25,68	40	37,2	29,68	23,7	21,2	16,36	6,18	28,21
ABC	24,59	30,71	23,49	34,9	36,84	35,29	26,06	14,43	26,48
El Mundo	25,68	22,14	28,05	19,79	18,42	17,65	20	10,31	20,25
20 Minutos				11,46	50	21,2	14,54	2,06	12,4
Marca	14,2	8,57	9,14	8,33	9,21	14,11	11,51	14,43	11,18
Metro				1,56	48	21,2	10,9	4,12	10,72
El Correo de Andalucía	14,2	6,42	12,8	19,79	3,29	8,82	13,3	4,12	9,82
As	2,73	2,14	1,83	4,69	9,21	3,52	6,66	4,12	4,36
Diario de Cádiz	4,37	4,28	7,31		1,31	7,89		4,12	3,66
¡Qué!						14,11	10,3		3,05
Estadio Deportivo	2,73		1,83	8,33	3,29	3,52	1,21	2,06	2,87
La Razón	1,6	2,14	1,83	4,69	5,26		2,42		2,24
Diario Córdoba				4,69	3,29		4,84	4,12	2,1
ADN								10,31	1,28
La Vanguardia	2,73			3,12				4,12	1,24
Prensa gratuita								6,18	1,23
Hoy (de Extremadura)			1,83		3,29	3,52			1,08
Huelva Información	1,6				1,31	1,76	1,81		0,81
Cádiz Información		2,14	1,83		1,31				0,66
Europa Sur			1,83		1,31	1,76			0,61
Prensa local	2,73	2,14							0,6
La Voz de Cádiz						1,76		2,06	0,47
La Provincia	1,6	2,14							0,46
El Día de Córdoba					1,31			2,06	0,42
Periodista Digital					1,31			2,06	0,42
Diario de Jerez		2,14					1,21		0,41
Mundo Deportivo					3,29				0,41
La Voz de Almería			1,83		1,31				0,39
Canarias 7		2,14							0,26
Diario de Las Palmas		2,14							0,26
El País (digital)			1,83					2,06	0,25
Sport								2,06	0,25
El Mundo (digital)								2,06	0,25
El Faro de Ceuta						1,76			0,22
El Periódico de Extremadura						1,76			0,22
Utrera ya						1,76			0,22
El Nazareno						1,76			0,22
Diario Jaén	1,6								0,2
Prensa deportiva	1,6								0,2
Prensa digital	1,6								0,2
As (digital)				1,56					0,19

Diario de Cádiz (digital)				1,56					0,19
Marca (digital)				1,56					0,19
La Voz de Galicia				1,56					0,18
Odiel Información				1,56					0,18
Gaceta Universitaria					1,31				0,16
Ideal de Granada	1,6								0,12
Cualquiera, ninguno en concreto	4,37	4,28	1,83	3,12	1,31	1,76	3,03		2,46
Ninguno	8,19	6,42	9,14	8,33				4,12	4,5
No sabe / No contesta	9,83	6,42	1,83	1,56	1,31	7,89	4,24		4,13

TABLA 5.
Periódicos vistos semanalmente.

Respuestas	2000-01	2001-02	2002-03	2003-04	2004-05	2005-06	2006-07	2007-08	MEDIA
El País	41,53	55	62,19	70,27	55,2	44,11	46,06	80,41	56,47
ABC	33,3	40	26,21	31,25	29,6	33,52	26,06	31,9	31,37
El Mundo	34,43	37,14	33,5	25	12,5	17,65	16,96	25,77	25,36
Diario de Sevilla	16,94	42,14	31,7	22,9	30,9	19,41	16,36	10,31	23,8
Marca	7,1	4,28	14,63	4,69	16,44	14,11	9,69	12,37	10,41
20 Minutos				1,56	16,44	17,65	15,75	12,37	7,97
Metro					14,47	17,65	11,51	4,12	5,96
El Correo de Andalucía	11,48	10,71				8,82	7,87	6,18	5,63
Diario de Cádiz	4,37	2,14	3,66	6,25	1,31	7,06	3,63	4,12	4,06
La Razón	1,6	2,14	3,66		7,23		2,42	14,43	3,93
¡Qué!						10,58	9,09	10,31	3,74
As	2,73		3,66	4,69	9,21	1,76	3,63	6,18	3,6
Estadio Deportivo	2,73	4,28	1,83	4,69	1,31	3,52	1,21	4,12	2,96
ADN								16,49	2,52
Diario Córdoba	1,6				9,21			4,12	1,86
Hoy (de Extremadura)	2,73		1,83	3,12	1,31	3,52			1,56
Odiel Información			3,66	6,25	1,31				1,4
Gaceta Universitaria	0,55	2,14	1,83		3,29	1,76			1,19
Prensa gratuita								5,15	1,03
Diario de Jerez		2,14	1,83	1,56			2,42		0,99
La Voz de Cádiz						1,76		6,18	0,99
La Vanguardia	1,6			6,25					0,98
Huelva Información	1,6	2,14	1,83			1,76			0,9
El Mundo (digital)								6,18	0,77
El País (digital)			1,83	1,56				2,06	0,68
Europa Sur					1,31	1,76		2,06	0,64
Diario Jaén			1,83	1,56					0,42
El Periódico de Extremadura	1,6					1,76			0,42

El Día de Córdoba					1,31			2,06	0,42
El Nazareno (de Dos Hermanas)				1,56		1,76			0,41
Ideal de Granada	1,6			1,56					0,39
La Voz de Almería			1,83		1,31				0,39
Canarias 7		2,14							0,26
Diario de Las Palmas		2,14							0,26
Diario Médico		2,14							0,26
La Provincia		2,14							0,26
Sierra Sur		2,14							0,26
Sport								2,06	0,25
Insurgente.com								2,06	0,25
La Razón (digital)								2,06	0,25
Periodista Digital								2,06	0,25
El Periódico de Lebrija			1,83						0,22
La Voz de Galicia			1,83						0,22
El Cabeceño (de las Cabezas de San Juan)						1,76			0,22
Jerez Información			1,83						0,22
Utrera Ya						1,76			0,22
Expansión	1,6								0,2
La Capital (de Extremadura)	1,6								0,2
O Mundo	1,6								0,2
Prensa local	1,6								0,2
Sevilla Información	1,6								0,2
The Times				1,56					0,19
El Chorrillo (de Cazalla de la Sierra)				1,56					0,19
La Semana (de Dos Hermanas)				1,56					0,19
Cádiz Información					1,31				0,16
Toma nota					1,31				0,16
Cualquiera, ninguno en concreto	1,6	4,28	1,83	1,04	1,31	3,52	2,42		2
Ninguno	4,37	4,28		3,12					1,47
No sabe / No contesta	7,1	2,14	5,48	11,46	12,5	7,06	3,63		6,17

TABLA 6.
Revistas vistas semanalmente.

Respuestas	2000-01	2001-02	2002-03	2003-04	2004-05	2005-06	2006-07	2007-08	MEDIA
El País Semanal	14,20	24,28	12,8	26,82	5,26	5,29	6,66	16,49	13,97
Suplementos dominicales	7,09	10,71	12,8		12,5	10,58	12,12		8,22
El Semanal	7,1	8,57	16,46	14,58	9,21				6,99
El Jueves	4,37	4,28	1,83		5,26	8,82	9,09	14,43	6,01
Fotogramas	8,19	2,14		8,33	12,5	1,76	4,85	4,12	5,23

[illegible]

Cuore								2,06	0,25
Elle								2,06	0,25
Heart								2,06	0,25
Man								2,06	0,25
Yerba								2,06	0,25
Época						1,76			0,22
Historia 16			1,83						0,22
Interview						1,76			0,22
La Clave						1,76			0,22
AR			1,83						0,22
Bricolari			1,83						0,22
Ciclismo a Fondo			1,83						0,22
Cinerama			1,83						0,22
Computer Hoy			1,83						0,22
Future Music			1,83						0,22
Micromanía			1,83						0,22
NBA						1,76			0,22
Newton			1,83						0,22
Psicologies						1,76			0,22
Punto Cultural						1,76			0,22
Rock de Lux						1,76			0,22
Runer's World			1,83						0,22
Compra Maestra	1,63								0,2
Relacionadas con grandes superficies comerciales	1,63								0,2
Relacionadas con la pesca	1,63								0,2
Revistas de internet	1,63								0,2
Rock Popular	1,63								0,2
PC Manía	1,63								0,2
PC World	1,63								0,2
XXL	1,63								0,2
Acepreña				1,56					0,19
Ragazza				1,56					0,19
Super-Pop				1,56					0,19
El Corumbel				1,56					0,19
Foto Práctica				1,56					0,19
Nueva Revista				1,56					0,19
Querquis				1,56					0,19
Revista de Canal Plus				1,56					0,19
6 Toros 6					1,31				0,16
Clon					1,31				0,16
Loop					1,31				0,16
Mi Cartera					1,31				0,16
Mía					1,31				0,16
Qué leer					1,31				0,16
You and You					1,31				0,16
Cualquiera, ninguna en concreto	2,73								0,34
Ninguna	15,85	15		11,58		19,41	16,96	16,49	11,9

No sabe / No contesta	14,20	10,71		21,34	10,52	17,65	6,06	14,43	11,8
-----------------------	-------	-------	--	-------	-------	-------	------	-------	------

TABLA 7.
Periódicos leídos a diario.

Respuestas	2000-01	2001-02	2002-03	2003-04	2004-05	2005-06	2006-07	2007-08	MEDIA
El País	36,07	40	28,05	48,78	19,7	24,7	24,24	38,14	32,46
Diario de Sevilla	18,58	17,14	24,39	19,79	18,42	14,11	9,09	4,12	15,7
20 Minutos				8,33	40,13	15,8	14,54	21,64	12,55
ABC	5,46	10,71	16,46	11,46	19,7	15,8	11,51	8,24	12,41
Metro					44,07	24,7		10,31	9,88
El Mundo	7,1	6,42	20,73	6,25	5,26	8,82	6,66	12,37	9,2
Marca	2,73	4,28	1,83	3,12		10,58		12,37	4,36
Prensa gratuita						12,35		21,64	4,24
El Correo de Andalucía	1,63	2,14	7,31	6,25	5,26	3,52	3,03	2,06	3,9
Diario de Cádiz	4,37	6,42	7,31	3,12	1,31	3,52	1,21	2,06	3,66
¡Qué!						8,82	5,45	8,24	2,81
As	1,63			3,12	1,31	1,76	1,81	6,18	1,97
Diario Córdoba	1,63			3,12	2,63		1,21	4,12	1,58
El País (digital)	1,63		3,04		1,31			6,18	1,52
Estadio Deportivo				4,69	1,31	1,76		4,12	1,48
Hoy (de Extremadura)			3,65		1,31	1,76		2,06	1,09
ADN								14,43	0,9
Diario de Jerez		4,28	1,83						0,76
El Mundo (digital)					1,31		1,81	2,06	0,64
Ideal de Granada	4,37								0,54
Cádiz Información		2,14	1,83						0,49
El Día de Córdoba				1,56	1,31				0,35
Canarias 7		2,14							0,26
La Provincia		2,14							0,26
La Voz de Cádiz								2,06	0,25
Le Monde Diplomatique								2,06	0,25
ABC (digital)						1,76			0,22
La Vanguardia			1,83						0,22
El Faro Digital						1,76			0,22
Europa Sur			1,83						0,22
Huelva Información	1,63				1,31				0,2
Diario Jaén	1,63								0,2
Marca (digital)	1,63								0,2
Prensa digital	1,63								0,2
Ninguno	20,22	15	12,8	16,6	2,63	1,76	1,81	2,06	9,1

TABLA 8.
Periódicos leídos semanalmente.

Respuestas	2000-01	2001-02	2002-03	2003-04	2004-05	2005-06	2006-07	2007-08	MEDIA
El País	45,9	46,42	45,12	54,68	42,1	40,58	31,51	60,82	45,89
ABC	21,31	22,14	12,8	8,33	23,7	24,7	21,8	14,43	18,65
El Mundo	18,58	24,28	26,21	6,25	9,21	17,65	17,57	10,31	16,25

Diario de Sevilla	11,47	22,14	20,73	22,91	12,5	12,35	10,3	8,24	15,08
Marca	7,1	2,14	7,31	3,12	16,44	15,8	10,9	10,31	9,14
El Correo de Andalucía	5,46	8,57	1,83	14,58	1,31	8,82		4,12	5,58
Diario de Cádiz	5,46	2,14	3,65	3,12	2,63	12,35	6,66	4,12	5,01
20 Minutos					18,42	8,82		8,24	4,43
As	4,37		5,48	1,56	5,26	3,52		4,12	3,03
Metro					14,47	7,06			2,69
Diario Córdoba	3,27			3,12	2,63	1,76	1,81	4,12	2,08
Estadio Deportivo	2,73	2,14	1,83			3,52	1,21	2,06	1,68
Gaceta Universitaria	2,73		1,83	3,12	1,31			2,06	1,55
Hoy (de Extremadura)	2,73		1,83	1,56	1,31	1,76	1,21	2,06	1,55
Prensa gratuita						1,76		10,31	1,5
¡Qué!						5,29		6,18	1,43
La Razón	1,63		1,83		1,31		1,21	2,06	1
Diario de Jerez	1,63	2,14	1,83					2,06	0,95
La Voz de Cádiz						3,52		4,12	0,95
El País (digital)			1,83	1,56				4,12	0,93
Huelva Información	1,63	2,14	1,83				1,81		0,92
ADN								6,18	0,77
Diario Jaén			1,83	3,12					0,61
Prensa deportiva					1,31	3,52			0,6
La Vanguardia						3,52			0,44
Europa Sur						1,76	1,81		0,44
The Times				1,56		1,76			0,41
Canarias 7		2,14							0,26
La Provincia		2,14							0,26
La Vanguardia (digital)		2,14							0,26
Arcos Información								2,06	0,25
El Mundo (digital)								2,06	0,25
Periodista digital								2,06	0,25
El Periódico de Extremadura						1,76			0,22
La Voz de Galicia			1,83						0,22
El Cabecero						1,76			0,22
El Nazareno						1,76			0,22
Utrera Ya						1,76			0,22
Expansión	1,63								0,2
Ideal de Granada	1,63								0,2
La Capital (de Extremadura)	1,63								0,2
Prensa digital	1,63								0,2
La Farola				1,56					0,19
El Chorrillo				1,56					0,19
La Semana (de Dos Hermanas)				1,56					0,19
Mundo Deportivo					1,31				0,16
Cádiz Información					1,31				0,16
El Día de Córdoba					1,31				0,16
Toma Nota					1,31				0,16

Cualquiera, ninguno en concreto	1,63							2,06	0,46
Ninguno	7,1	2,14	1,83	11,46		1,76		2,06	3,29
No sabe / No contesta	7,1	10,71	7,31	14,58	21,71	5,29	7,87	14,43	11,12

TABLA 9.
Revistas leídas semanalmente.

Respuestas	2000-01	2001-02	2002-03	2003-04	2004-05	2005-06	2006-07	2007-08	MEDIA
El País Semanal	14,2	22,14	10,9	21,35	7,23	3,52	8,48	18,55	13,29
El Semanal	14,2	10,71	14,6	9,89	12,5	8,82	10,9	2,06	10,46
Suplementos dominicales	11,47	21	12,8	8,33		7,06	1,21	2,06	7,99
El Jueves	4,37	4,28	7,31			8,82		16,49	5,15
Quo	2,73	6,42	7,31	4,69	2,63	3,52	4,84	8,24	5,04
Fotogramas	7,1	2,14		13,02	7,23	3,52	1,81	2,06	4,61
Muy Interesante	7,1	4,28		3,12	2,63	3,52	4,24	6,18	3,88
Blanco y Negro	4,37	10,71	3,65	4,69			1,21	2,06	3,33
Hola	2,73	2,14	1,83	3,12	2,63		2,42	6,18	2,63
Cinemanía		2,14	1,83	11,46		1,76			2,14
Magazine (El Mundo)		4,28	3,65	4,69	2,63				1,9
Mujer de Hoy		2,14	3,65	3,12	1,31	1,76	1,21	2,06	1,9
Diez Minutos			1,83		7,23	1,76	1,21	2,06	1,76
Rolling Stones				3,12	2,63	3,52	1,81	2,06	1,64
Tiempo	2,73		3,65			1,76	3,03		1,39
XL Semanal								10,31	1,28
Semana		2,14	7,31						1,18
Relacionadas con la Historia	1,63		1,83	1,56			1,21	2,06	1,03
Pronto	2,73							4,12	0,85
Descubrir el Arte		6,42							0,8
La Mirada	1,63			4,69					0,79
Rock de Lux	2,73					1,76	1,81		0,78
Don Balón	1,63	2,14		1,56					0,66
Glamour				3,12				2,06	0,64
Sorpresa				1,56		3,52			0,63
Cosmopolitan		2,14		1,56	1,31				0,62
Relacionadas con cine y música	1,63	2,14						2,06	0,47
Clío				1,56				2,06	0,45
Mundo Hogar			1,83				1,81		0,45
Zero			1,83			1,76			0,44
Punto Cultural						1,76	1,81		0,44
Teleprograma					1,31			2,06	0,42
¡Qué me dices!			1,83	1,56					0,42
FHM					1,31			2,06	0,42
Nuevo Vale				3,12					0,39
Historia 16			1,83		1,31				0,39
National Geographic				1,56	1,31				0,35
Heavy Rock					2,63				0,32

Relacionada con el sonido		2,14							0,26
Relacionadas con el campo		2,14							0,26
Cur		2,14							0,26
Relacionadas con motos								2,06	0,25
Arte e Historia								2,06	0,25
Bravo								2,06	0,25
Yerba								2,06	0,25
Relacionadas con moda						1,76			0,22
Vogue			1,83						0,22
Casa al día			1,83						0,22
Ciclismo a Fondo			1,83						0,22
Computer Hoy			1,83						0,22
Future Music			1,83						0,22
La Revista (El Mundo)			1,83						0,22
Micromanía			1,83						0,22
NBA						1,76			0,22
Penthouse			1,83						0,22
Psicologies						1,76			0,22
Mundosano	1,63								0,2
PC Manía	1,63								0,2
Relacionadas con la pesca	1,63								0,2
Relacionadas con los viajes	1,63								0,2
Rock Popular	1,63								0,2
Rocksound	1,63								0,2
XXL	1,63								0,2
Compra Maestra	1,63								0,2
El País de las Tentaciones				1,56					0,19
Lecturas				1,56					0,19
Revistas del Corazón				1,56					0,19
Revistas sobre Televisión				1,56					0,19
Super-Pop				1,56					0,19
Aciprensa				1,56					0,19
Al-Aire				1,56					0,19
Foto Práctica				1,56					0,19
Newton				1,56					0,19
Nueva Revista				1,56					0,19
Ragazza				1,56					0,19
6 Toros 6					1,31				0,16
Marie Claire					1,31				0,16
Qué leer					1,31				0,16
Semanal TV					1,31				0,16
Ninguna	25,68	15	30	4,69		24,7	6,6	14,43	15,13

No sabe / No contesta	15,85	10,71	7,31	11,46		24,7		21,64	11,45
-----------------------	-------	-------	------	-------	--	------	--	-------	-------

En las venideras tablas 10 y 11 se muestran los resultados de las preguntas 13 y 14 del Cuadro 1 que reflejan las predisposiciones familiares a la lectura de periódicos, teniendo l@s jóvenes en una edad entre 10 y 15 años, a los cuales han podido acceder y condicionarles posteriormente ya en edad madura de los 20/21 años que es cuando han respondido a nuestro estudio dando sus opciones del momento presente en el año encuestado.

TABLA 10. Compra de algún periódico entre 10 y 15 años en domicilio.						
Respuestas	Sí, siempre	No, nunca	A veces	Poco	Casi nunca	No sabe / No contesta
2000-2001	67,75	22,95	5,46			2,73
2001-2002	80	10,71	4,28	2,14		2,14
2002-2003	76,8	14,63	3,66		1,83	
2003-2004	75	19,79	1,56			3,12
2004-2005	77,6	9,21				2,63
2005-2006	74,7	17,65	7,06			
2006-2007	69,6	15,15	5,45			1,21
2007-2008	96,9	12,37				2,06
MEDIA	77,29	15,3	3,43	0,26	0,22	1,73

TABLA 11. Periódicos en domicilio entre 10 y 15 años.									
Respuestas	2000-01	2001-02	2002-03	2003-04	2004-05	2005-06	2006-07	2007-08	MEDIA
El País	31,7	26,42	26,21	38,02	29,6	30	29,6	38,1	31,2
ABC	25,68	35	33,5	26,56	32,89	37,05	32,72	23,71	30,88
El Mundo	9,83	10,71	9,14	3,12	1,31	17,65	16,96	14,43	10,39
Diario de Cádiz	8,19	12,86	5,48	6,25	7,23	10,58	10,3	14,43	9,41
Marca	4,37	2,14	3,65	8,33	14,47	7,06	7,27	12,37	7,45
El Correo de Andalucía	1,63	4,28	14,63	9,89	5,26	3,52	3,63	6,18	6,12
Diario 16	5,46	6,42	9,14	4,69	2,63	5,29	1,81		4,43
As		4,28	3,65		1,31	7,06	4,24	6,18	3,34
Diario de Sevilla			1,83		7,23	7,06	5,45	4,12	3,21
Huelva Información	2,73	4,28	3,65		5,26	3,52	3,03	2,06	3,06
Hoy (de Extremadura)	1,63		3,65	3,12	1,31	1,76	1,81	8,24	2,69
Diario Córdoba	1,63	4,28	1,83	3,12	5,26			4,12	2,53
Ideal de Granada	4,37	2,14	3,65		2,63			2,06	1,85
Diario Jaén	3,27			1,56		1,76	1,81	4,12	1,56
Diario de Jerez	1,63	2,14	1,83	3,12	1,31			2,06	1,51
Europa Sur			3,65	1,56		1,76			0,87
La Verdad (de Murcia)		4,28							0,53
Sur (de Málaga)		2,14	1,83						0,49
El Día de Córdoba							1,81	2,06	0,48
Mundo Deportivo						1,76		2,06	0,47
La Razón			1,83			1,76			0,44

La Voz de Galicia	1,63		1,83						0,43
El Faro de Ceuta	1,63					1,76			0,42
Estadio Deportivo					1,31			2,06	0,42
Jerez Información				1,56			1,81		0,42
La Opinión (de Murcia)		2,14							0,26
La Provincia		2,14							0,26
La Vanguardia		2,14							0,26
Cinco Días								2,06	0,25
La Gaceta de los Negocios								2,06	0,25
El Correo de Andalucía Gallego			1,83						0,22
La Voz de Almería			1,83		1,31				0,22
Prensa deportiva						1,76			0,22
Prensa local						1,76			0,22
El Periódico de la Bahía de Cádiz			1,83						0,22
Diario Montañés	1,63								0,2
El Independiente	1,63								0,2
Área				1,56					0,19
Le Monde Diplomatique				1,56					0,19
Odiel Información					1,31				0,16
La Voz de Alcalá					1,31				0,16
Cualquiera, ninguno en concreto	1,63								0,2
No sabe / No contesta	25,68	15	16,46	26,56	12,5	15,8	12,12	14,43	17,31

Podríamos extraer numerosas conclusiones sobre cuantas tablas anteceden, sin embargo, dejamos abierta dichas visiones para que el lector pueda llegar a sus propias opiniones sin mediatización de nuestro pensamiento, dejándole en la pluralidad de criterios...