

# PRENSA GENERALISTA EN LA ERA DIGITAL: HÁBITOS DE CONSUMO Y PERFIL DE LOS LECTORES

Álvaro Serna Ortega  
Universidad de Málaga, España  
[ams@uma.es](mailto:ams@uma.es)

La prensa, como medio de comunicación, ha desempeñado un papel fundamental en la sociedad desde su surgimiento. Los periódicos son reconocidos como agentes influyentes en la formación de la opinión pública y en la creación de debates políticos y sociales. Su evolución se ha caracterizado por la adaptación constante a los avances tecnológicos y los cambios en los hábitos de consumo de información. Este proceso de adaptación ha sido impulsado por la necesidad de mantenerse relevante en un entorno mediático en constante cambio. Desde la prensa escrita tradicional hasta los medios digitales contemporáneos, este medio ha experimentado transformaciones significativas en su formato, alcance y capacidad de influencia. Estas evoluciones han sido el resultado de una interacción compleja entre las demandas de la sociedad, los avances tecnológicos y la búsqueda continua de la veracidad y la objetividad en la información.

El objetivo central de esta investigación es elaborar un perfil detallado de los lectores de los cinco principales diarios generalistas a nivel nacional, con el propósito de identificar diferencias significativas entre ellos. La elección de estos diarios se basa en datos de audiencia, y finalmente El País, El Mundo, La Vanguardia, ABC y El Correo son incluidos en el análisis.

El planteamiento metodológico es de tipo cuantitativo y emplea como herramienta de recopilación de datos el cuestionario. La muestra está formada por 385 sujetos distribuidos de manera aleatoria por las diferentes Comunidades y Ciudades Autónomas de España. Para el análisis de los datos obtenidos se emplean procedimientos estadísticos, que incluyen tratamientos descriptivos, un Modelo de Regresión Logístico Binario (RLB) y una prueba chi-cuadrado de independencia.

Los resultados revelan que el modelo de Regresión Logística Binaria (RLB) se ajusta de manera significativa a los datos del estudio, permitiendo predecir si un individuo es consumidor de prensa generalista con un 74% de precisión, utilizando únicamente su nivel educativo, nacionalidad, condición socioeconómica y edad como variables. Además, se encuentra una asociación relevante entre la ideología política y la elección de diarios, con El Mundo y ABC siendo preferidos por individuos de orientación política derechista, mientras que El País es más común entre aquellos de izquierda y centro.

En resumen, los resultados señalan una migración significativa hacia la esfera digital en la prensa nacional. Este cambio enfatiza la necesidad de que las empresas periodísticas se adapten a las preferencias cambiantes de los lectores y aprovechen las oportunidades en línea para mantener y expandir su audiencia en un entorno mediático cada vez más competitivo. Además, la alta eficacia del modelo RLB en la predicción del consumo de prensa sugiere que las variables demográficas y socioeconómicas influyen en el acceso a la información. Por último, la elección de diarios también refleja la polarización ideológica en la sociedad actual, destacando la importancia de comprender las dinámicas ideológicas en el consumo de noticias.

**Palabras clave:** Prensa Generalista, Medios de Comunicación, Evolución Mediática, Digitalización, Diarios.