

EL PERIODICO "ENCUENTRO" CON LOS LECTORES.

No es fácil que la gente conteste una encuesta y envíe su respuesta. **ENCUENTRO*** ha conseguido que 148 de sus lectores se interesen espontáneamente en esta colaboración. Esto marca la encuesta. Los que respondieron son lectores interesados, diríamos que con una motivación especial. Sin embargo, aún así, los datos aportados nos llenan de alegría.

¿Quiénes leen Encuentro?

ENCUENTRO es una publicación de las Comunidades Eclesiales de Base de la Capital. Dicen que a los hombres dominicanos no les gusta ir a la Iglesia. Se habla de que la proporción es de 1 hombre por cada 4 mujeres. Sin embargo, la encuesta arrojó un 43.2% de lectores masculinos. Una proporción bastante cercana a la de la población.

* **Encuentro** es un periódico mensual publicado por un grupo de laicos de comunidades eclesiales de base de la Capital que lleva publicándose desde noviembre de 1974. Desde sus inicios ha buscado situarse como comunicación alternativa por su estilo y lenguaje popular dirigido a las comunidades eclesiales de base de los barrios, por su temática de interés de grupos populares y porque es hecho, desde la planificación hasta la distribución, incluyendo redacción, diagramación e impresión, por miembros de estas comunidades organizados en equipos de comunicación. La encuesta fue publicada en el periódico pidiendo a los lectores que enviaran la respuesta por correo o a través de los grupos barriales. Las respuestas que aquí se publican representan un 3.33% del total de ejemplares.

Son sobre todo lectores jóvenes. 83.1% tiene menos de 30 años. Aunque sólo 8.1% tiene menos de 20. **ENCUENTRO** interesa a adultos jóvenes. En su mayoría son gente que ha tenido pocas oportunidades de estudio. 60.8% no pasó de la primaria. 3.4% nunca fue a la escuela y aprendieron a leer y escribir por otros medios. La mitad de ellos son nacidos en la Capital (48.6%) y la mayoría solteros (69.6%). Sólo 21.6% casados y el resto viudos o separados.

Como es un periódico de las comunidades la gran mayoría de sus lectores es católica (93.2%), aunque hay un 4.7% que es de otras religiones cristianas y un 2.1% que no tiene religión o cree en una fe no cristiana (0.7%).

El nivel de práctica de los católicos es bastante alto. 94.8% está bautizado, 78.3% ha hecho su primera comunión. La mitad (50.7%) va a misa más de una vez por semana y otro 43.5% va semanalmente. Muchos de ellos participan en grupos de Iglesia, sobre todo en comunidades eclesiales de base, pero también de grupos de catequesis, Biblia, reflexión, coro, consejo parroquial, pastoral social, equipo de salud y otros. Muchos de ellos leen otras publicaciones de iglesia como **Camino**, **Amigo del Hogar** y **El Sembrador Mañanero**. También leen la prensa nacional, sobre todo **El Nacional**, y publicaciones de partidos (**Vanguardia del Pueblo**) o de organizaciones populares (**COPADEBA Informa**).

Sin embargo sólo 8.8% dice pertenecer a organizaciones no eclesiales entre las que no están COPADEBA ni el Partido de la Liberación Dominicana, cuyas publicaciones leen. Son de Juntas de Vecinos (5.4%) u organizaciones de maestros (3.4%).

Poco más de la mitad trabaja (52.7%) aunque de ellos sólo el 10.3% tiene empleo fijo. 64.1% tienen empleo temporal y 25.6% chiriperos. Sólo 19.2% trabaja en una empresa y 3.8% en el Estado. Los demás trabajan para un particular (51.3%) o por su cuenta (25.6%). Es decir, que la gran mayoría se encuentra en lo que se conoce como el sector informal.

Todo esto nos indica que **ENCUENTRO** tiene su público bien definido: católicos de comunidades eclesiales de base de la Capital, jóvenes, pobres del sector informal, con un compromiso cristiano definido, en su mayoría solteros. Aunque incluye también otros sectores poblacionales en menor escala.

ENCUENTRO y la comunicación popular

La encuesta es muy significativa desde otra perspectiva. El primer elemento es su eficacia como medio de comunicación. De nada serviría tener el mejor de los periódicos si no se leyera. Pero, veamos los resultados: 81.1% compra **ENCUENTRO** todos los meses y 15.5% casi siempre. Se trata de lectores asiduos a la publicación. Sólo 1.4% dice no comprar el periódico nunca.

72.3% dice leer el periódico completo y el resto lee sólo algunas secciones. Es un porcentaje alto de lectores interesados en todo el periódico que refleja una adecuación entre la publicación y sus lectores. 27% lee **ENCUENTRO** desde hace más de 10 años y otro 30.4% hace entre 5 y 10 años. Esta permanencia como lector implica que el periódico ha encontrado aceptación en su público, que tiende a permanecer.

La sección preferida es el Tema Central (38.5%). Esta preferencia coincide con el uso que se da al periódico pues la mitad (49.3%) dice usarlo para reuniones y esta sección viene preparada como material de apoyo de reuniones comunitarias. Le sigue el editorial (28.4%), que implica el peso que tiene esta sección de orientación de la opinión. En general las secciones de profundización tienen preferencia (12.8% el análisis de coyuntura, 8.8% son cosas de mi país y 7% palabras con peso). Las noticias internacionales (9.5%) y las de las comunidades eclesiales de base (6.1%) tienen también acogida.

Las secciones menos mencionadas son las más ligeras como la penúltima página (0.7%), el humor del Punto Final (2.7%) o la entrevista (4.7%) y las menos definidas, como el tema de la última página (1.4%) y Qué Sabes de... (0%). Esto indica de lectores interesados en temas serios de actualidad. Así lo reflejan las secciones demandadas: noticias del interior y temas políticos. También manualidades, temas sobre la familia, derechos humanos, salud y nutrición, consejos a los jóvenes, preguntas y respuestas y concursos.

En el juicio sobre el periódico se refleja también una valoración muy positiva. Las tres cuartas partes lo consideran una publicación de orientación que sirve para concientizar (30.4%), evangelizar (29.1%) o educar (14.9%). 21.6% lo considera un medio para relacionar comunidades (13.5%) o informar (8.1%). Sólo 4.1% le da otras funciones (entretenerse 3.4%, figurear 0.7%).

En cuanto a sus cualidades principales 83.1% considera que es la claridad, lo fácil de entender que resulta. 12.2% lo considera bonito, bien hecho; 3.4% popular y 0.7% profundo. Nadie lo considera monótono, abrumado, con pocas noticias o difícil de entender. Indica que el periódico se ajusta a las expectativas de sus lectores.

84.5% siente que está dirigido a gente de comunidades, como es en realidad su finalidad. 13.5% lo siente dirigido a jóvenes y 2% a adultos.

Estas cualidades ya lo empiezan a situar por su lenguaje y público-meta como comunicación popular. Pero hay datos que refuerzan esta observación. **ENCUENTRO** aparece definitivamente como una publicación participativa: 18.9% lo vende y 45.9% ha escrito alguna vez en el periódico y 8.8% pertenece a un equipo de **ENCUENTRO**. Esto refleja su carácter de comunicación horizontal en la que el receptor se siente también emisor. Todos tienen conciencia que son las comunidades, a través de los equipos, las que escriben y son las dueñas del periódico.

Los periódicos individuales son leídos por lo menos por 2 personas como promedio y 49.3% lo ha usado en reuniones y 47.3% en temas para la escuela (debemos detectar que entre los lectores abundan los maestros y estudiantes).

Esto quiere decir que **ENCUENTRO** es comunicación popular alternativa por su lenguaje, por su estructura horizontal y participativa, por la propiedad del periódico y por la orientación de sus ideas.

Finalmente hay una crítica a la distribución del periódico: sólo se vende en las comunidades eclesiales de base y se le hace poca promoción.

Todo esto confirma que **ENCUENTRO** es una muestra de comunicación popular con 15 años de existencia y un importante servicio a las comunidades eclesiales de base. Es un estímulo y un reto para seguir mejorando este importante servicio. El resultado de esta encuesta nos anima y nos exige mejorar cada día la calidad de nuestro trabajo. Una felicitación a los cientos de personas que colaboran para que cada mes se haga realidad.