



Nota de prensa

Madrid, 25 de febrero de 2021

SONDEO GAD3/FUNDACIÓN AXA EN ANDALUCÍA PARA PERIODISMO 2030

Un 77% de andaluces consume más información durante la pandemia

- **El teletrabajo afecta a casi un sesenta por ciento de los encuestados en Andalucía.**
- **La radio, la prensa de papel y la digital, los medios que suscitan más confianza. Las redes sociales, lo que menos.**

Un 77 por ciento de andaluces dice haber consumido y consumir más información durante la pandemia. Este espectacular incremento se debe, lógicamente, a las limitaciones a la movilidad durante estos meses, y afecta especialmente a las radios, las televisiones y los periódicos digitales y, en menor medida, a la prensa de papel, debido al teletrabajo que hace que mucha gente haya permanecido en sus casas y numerosos quioscos de prensa se hayan mantenido cerrados: un 59 por ciento de los andaluces encuestados dice teletrabajar ahora total o parcialmente, un porcentaje que coincide con la media nacional.

Son datos que se encuentran en la encuesta a 4.300 personas, de las cuales el diez por ciento en Andalucía, realizada por Gad3 y la Fundación AXA para el Foro independiente 'Periodismo 2030'. Los encuestados son hombres y mujeres (al cincuenta por ciento) con edades comprendidas entre los dieciocho y los sesenta años y un nivel educativo elevado: más del noventa por ciento tenía estudios universitarios o secundarios.

Junto con Castilla y León, Andalucía es la Comunidad cuyos habitantes más se informan a través de la radio (39 por ciento frente a una media nacional de 35), aunque la televisión sigue siendo (64 por ciento en Andalucía, 65 a escala nacional) el medio más frecuentado a la hora de buscar noticias, seguida de la radio, de la prensa digital y del papel. Sin embargo, y pese a su no demasiado grande credibilidad, un 43 por ciento dice informarse también a través de las redes sociales, especialmente en el tramo más joven de los encuestados: el uso de las redes disminuye con la edad, al contrario de lo que ocurre con la radio, la televisión o los periódicos de papel.

Andalucía es también la Comunidad que figura a la cabeza de toda España en el uso de prensa digital de pago, que aún no está muy arraigada en el conjunto nacional: once por ciento en Andalucía frente a nueve por ciento en la media de todo el país.

La credibilidad en lo que dicen los medios es muy alta en lo que se refiere a las radios (en Andalucía, 6'5 puntos sobre diez con una media nacional de 6'4) y a la prensa de papel (6'2, con una media nacional de 6'1), seguida muy de cerca por los digitales (5'9 en el conjunto de España, siendo en Andalucía del 6'1) y la televisión (5'8 en Andalucía, 5'7 media nacional). Las redes sociales, si se quieren considerar como un medio 'sui generis', tienen menos verosimilitud: su puntuación en Andalucía, 5'1 sobre diez, es ligeramente superior a la media nacional, el 4'9. Solo un diez por ciento de andaluces espera encontrar 'fake news' en la radio, y apenas un 18 por ciento cree que se albergarían en la prensa de papel, mientras que un 57 por ciento de los andaluces encuestados piensa que las 'fake news' sí pueden hallarse en la televisión (59 por ciento a nivel nacional).

El 83 por ciento ve o escucha tertulias

El diecisiete por ciento de los andaluces dice no consumir nunca tertulias televisivas o radiofónicas, un porcentaje un poco más elevado que el conjunto nacional, ligeramente superior al 16 por ciento. El 83 por ciento que sí ve o escucha tertulias lo hace mayoritariamente por televisión (63 por ciento), aunque también la radio (38 por ciento) o Youtube (22) son bastante frecuentados.

En general, los andaluces se consideran bien informados sobre la actualidad: un 89 por ciento dice estar al día de las noticias, siendo la media en toda España del 90 por ciento. Estos elevados índices guardan sin duda relación, de acuerdo con los comentaristas de la encuesta, con el mencionado aumento en el consumo de información derivado de la pandemia, que también ha hecho crecer, pese al alto grado de crítica que suscitan los periodistas, el aprecio por la actuación de los medios en este último año. "Los medios han jugado un papel casi heroico durante la pandemia, saliendo a la calle todos los días pese al recorte en la publicidad y al cierre de muchos puntos de venta registrados en estos meses, en los que también muchos profesionales salieron a informar en directo desde puntos con riesgo de contagio", dijo Josep Alfonso, director de la Fundación AXA, que ha inspirado este estudio.

'Periodismo 2030' es un Foro independiente de debate sobre la información en la nueva etapa que desde muchos puntos de vista se abre tras el estallido de la pandemia. A este respecto, el Foro ha realizado entrevistas y chats con casi doscientos de los más importantes periodistas españoles en la actualidad: los vídeos, que pueden verse en www.periodismo2030.com, servirán de base, junto a la encuesta que recogemos, para la próxima publicación de un libro por la Editorial Almuzara.



SOBRE LA FUNDACIÓN AXA

La Fundación AXA, nacida en 1998, canaliza toda la acción social de AXA hacia la comunidad. Su estrategia se centra, principalmente, en el impulso de proyectos que promueven la protección y prevención de riesgos, en línea con la política de Responsabilidad Corporativa de la compañía. Además, la Fundación AXA apoya actividades de mecenazgo cultural.

www.axa.es/fundacion

ESTA NOTA DE PRENSA ESTÁ DISPONIBLE en www.axa.es/sala-prensa



www.axa.es/acerca-axa/enlaces-redes-sociales

MÁS INFORMACIÓN:

Relaciones con los Medios:

Gema Rabaneda: 91 538 8603/
669465054

gema.rabameda@axa.es

Juan Jiménez: 91 538 87 36//
625042118

juan.jimenez@axa.es

Patricia García: 91 349 0169/
652812527

Patricia.garcia@axa.es