



Nota de prensa

Madrid, 18 de febrero de 2021

SONDEO GAD3/FUNDACIÓN AXA EN ARAGÓN PARA PERIODISMO 2030

El consumo de información creció en un 72% en Aragón durante la pandemia

- **Aragón, más pendiente de la información local: interesa al 85,4% de encuestados frente al 84'9% de la media.**

La sociedad española se declara en general bien informada de la actualidad y sigue en alto grado los medios de comunicación, aunque la valoración de estos difiere según el formato de que se trate. El teletrabajo, que ha afectado a un 59% de personas en toda España (57'6% en Aragón), ha supuesto que el consumo de información haya crecido, en este casi un año de pandemia, en más de un setenta y ocho por ciento (72% en Aragón). Así se refleja en una macroencuesta de GAD3/Fundación AXA para el foro independiente Periodismo 2030.

Especialmente relevante en Aragón es la atención de sus ciudadanos a la información local. El 85,4% de los encuestados confirma su interés en este ámbito de información más cercana, frente al 84,9% del conjunto de los encuestados en toda España. También es superior a la media el interés de los aragoneses por la información sanitaria (82,5% frente a 81,5%), medio ambiente (76,1% frente a 75,8%), cultura (71,9% frente a 70,6%) y, en último término, sociedad/corazón (31,3% frente a 27,4%).

En el lado opuesto, los aragoneses muestran menos interés en política nacional, aunque -eso sí- sólo 4 décimas menos que la media (76,4% frente a 76,8%), política internacional (57,1% frente a 63,5%) e información deportiva (44,5% frente a 50%). Son datos obtenidos en la citada encuesta, que cuenta con una muestra nacional de 4.300 hombres y mujeres, de edades comprendidas entre los dieciocho y los sesenta años y un estrato educativo alto.

En Aragón, igual que sucede en el resto de España, el medio que se consulta con más frecuencia para informarse es la televisión; lo hacen a diario el 63,9% de los encuestados, frente al 64,9% de la media nacional. El consumo de periódicos digitales, sin embargo, se sitúa ligeramente por

encima: el 46% de aragoneses los consultan cada día, frente al 44,3% que tiene el mismo hábito en el conjunto de la muestra.

Aragón se sitúa ligeramente por debajo, eso sí, en consumo de redes sociales (38,8% frente a 42,8%), consumo de noticias a través de la radio (34% frente al 35,4% de la media) y prensa de papel, aunque casi un treinta por ciento dice seguirla todos los días o entre dos y tres veces por semana.

ambién está ligeramente por debajo de la media nacional cuando los encuestados responden a la pregunta acerca de cuánto siguen la actualidad. En todo caso, la media nacional es muy elevada (90 por ciento), siendo del 86 por ciento en Aragón. Este dato, junto al ya ofrecido del incremento del consumo de información durante el año 2020, resulta, según los comentaristas de la encuesta, altamente revelador del auge que están experimentando los medios en la actual coyuntura y del importante rol que juegan durante la pandemia.

Radio y prensa de papel, las que generan más credibilidad

Los aragoneses se sitúan en una horquilla muy cercana a la media del resto de España por lo que se refiere a la confianza en los medios de comunicación. El medio que más confianza genera sigue siendo la radio (En Aragón le dan una 'nota' de 6,3 sobre 10 frente al 6,4 del conjunto). El nivel de confianza cosechado por la prensa escrita en Aragón obtiene una nota de 6, sólo una décima menos que la media. La Televisión es tercera en nivel de confianza con una nota de 5,7 (aquí Aragón se sitúa en la media) empatada con la confianza que despiertan los portales digitales (5,7 frente a 5,9 de la media nacional). Los medios que generan menos confianza son las redes sociales (4,6 frente a 4,9 nacional) y mensajería privada (4,4 frente a 4,6).

La radio y la prensa escrita son, por tanto, los medios de los que más se fían los aragoneses (y el resto de los españoles), de acuerdo con la encuesta, que tiene una muestra de más de trescientas personas en esta Comunidad, lo que arroja un índice de confianza del 95'5 por ciento (dos sigmas), según los analistas de GAD3.

En este mismo sentido hay que interpretar la percepción que los encuestados tienen sobre las 'fake news': los aragoneses creen menos probable que la radio y la prensa escrita acojan este tipo de noticias falsas. Sólo el 1,7% de los encuestados dice que la radio es el medio que "más acogida da a las fake news" y sólo el 2% considera que la prensa escrita es un medio en el que podrían albergarse este tipo de noticias.

En el otro extremo, Aragón es, junto a Canarias, la Comunidad que más probable cree que las redes sociales acojan 'fake news': el 62% así lo considera, frente al 59% del conjunto de la muestra. Asimismo, Aragón es la región que más probable cree encontrar 'fake news' en algunos portales digitales (el 14,8% frente al 11,7% de media nacional), aunque la valoración en la credibilidad de

estos medios, como se ve, sigue manteniéndose crecientemente alta: un 85'2 por ciento concede gran fiabilidad a los periódicos en la red.

Es cierto, por lo demás, que tanto el nivel de confianza en los medios como la percepción de los ciudadanos sobre las 'fake news' están íntimamente relacionados con la edad de los encuestados. A más edad, más confianza en los llamados medios tradicionales como radio, prensa escrita y televisión. Cuanto más jóvenes son los encuestados mejor valoran la información de los portales digitales, las redes sociales y los canales de mensajería privada.

Tertulias

En Aragón se observa un consumo de tertulias periodísticas similar al del resto de España. La televisión es el medio preferido para seguirlas, y así lo manifiesta el 62% de los encuestados (el 64% en el resto de España), seguido de la radio, medio favorito para escuchar tertulias para el 32% de la muestra (35% en el conjunto del país), seguido de internet, youtube y podcasts. En Aragón, por lo demás, "no consume tertulias periodísticas" de ningún tipo el 18% de los encuestados, 2 puntos más que la media. Es decir, que el 82 por ciento de la población aragonesa sigue las tertulias periodísticas a través de algún medio, incluyendo Youtube o podcasts.

La valoración del trabajo de los periodistas es, en términos generales, más bien baja, observándose una exigencia de mayor nivel crítico por parte de los informadores. Sin embargo, como antes se señalaba, esta valoración mejora cuando se pregunta sobre el papel jugado por los medios durante la pandemia. A este respecto, Josep Alfonso, director de la Fundación AXA, que colaboró en la propuesta de la encuesta, resaltó la actuación "altamente valiosa" de unos medios "que, a veces en una precariedad notable, con los quioscos cerrados por el confinamiento y con la publicidad a la baja, siguieron saliendo todos los días y que, pese a los riesgos de contagio, allí estaban, en el lugar de la noticia, lo más presencialmente posible".

Periodismo 2030, que encargó esta encuesta, viene realizando, desde hace algunos meses, chats y entrevistas por vídeo con doscientos periodistas muy destacados del país, con destino a un seminario presencial en las universidades el próximo curso. Estas entrevistas pueden encontrarse en la web de este foro: www.periodismo2030.com.

La encuesta, elaborada a partir del mes de noviembre con un trabajo de campo realizado en octubre, se publicará próximamente en un libro editado por el foro independiente 'Periodismo 2030', un volumen que será lanzado 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