



Nota de prensa

Madrid, 11 de febrero de 2021

ENCUESTA DE GAD3/FUNDACIÓN AXA EN BALEARES PARA PERIODISMO2030

En Baleares los ciudadanos leen más periódicos que la media de España

- **En Islas Baleares dice leer periódicos a diario el 15'4% de los encuestados, frente al 14'1% del conjunto del país.**

La sociedad española se declara en general bien informada sobre la actualidad y sigue en alto grado los medios de comunicación, aunque la valoración difiere según el formato de que se trate. En Islas Baleares el 86% de los encuestados se considera bien o muy bien informado, cuatro puntos menos, eso sí, que la media española. Aunque en Baleares se consumen a diario menos televisión (un 56'8% dice ver la T.V. cada día frente al 64'9% del conjunto nacional), menos digitales (41,1% frente a 44,3%) o menos radio (30,1 frente al 35,4%), destaca significativamente que el 15,4% de los encuestados asegura leer prensa de papel todos los días frente al 14,1% de media en España. Semanalmente, la frecuencia de lectura de prensa de papel –dos, tres veces— supera algo el 30 por ciento. Así se muestra en la encuesta realizada por GAD3/Fundación AXA para el foro Periodismo 2030.

El teletrabajo, que ha afectado a un 59 por ciento de los encuestados en toda España (55 por ciento en Baleares), 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 (68 en Islas Baleares), siempre según el sondeo citado, con una muestra de 4.300 personas, de las cuales algo más de doscientas en las islas, especialmente Mallorca e Ibiza.

En Islas Baleares, en consonancia con lo que sucede en el resto de España, la información local es la que más interés despierta, seguida de la información sanitaria y la de medio ambiente, aunque en esta región los encuestados dicen sentirse -en general- menos atraídos por la información que la media nacional. De hecho, Baleares es la comunidad que muestra un interés más bajo en varias categorías: sanitaria, científica, política nacional, cultura y deporte.

Los baleares se sitúan también algo por debajo de la media nacional en lo referente a su grado de confianza en radio, prensa escrita, portales digitales y redes sociales. Eso sí, sucede en Islas Baleares como en el resto del país: que es la radio, con una ‘nota’ del 5,8 sobre diez, el medio que goza de más confianza, seguido de la prensa escrita, con una nota de 5,5 sobre diez (6,1 en la media nacional) y de la televisión, con un 5,4 (5,7 en el conjunto). Peor nota reciben las redes sociales, que no aprueban, especialmente entre los encuestados de cuarenta a sesenta años.

Cabe destacar la valoración ciudadana por los medios de prensa-papel de la región y también de los digitales y de los medios audiovisuales autonómicos, según los comentaristas del sondeo, que tiene una muestra centrada en hombres y mujeres –aproximadamente al cincuenta por ciento– de edades entre los dieciocho y los sesenta años y un nivel educativo elevado. En general, y en toda España, la información local es la que más interesa (83 por ciento en Baleares). Además, los medios de papel son los que, tras la radio, más confianza merecen a los encuestados, que afirman que ni la radio ni los periódicos albergan ‘fake news’, mientras que las televisiones y, sobre todo las redes sociales, sí lo hacen.

El valor de la información local

La encuesta muestra, por tanto, una alta valoración cualitativa de los medios de papel y de las radios, especialmente, como más arriba se señala, los que ofrecen noticias locales, las más seguidas por delante de las de carácter científico, sanitario o político. En este sentido, Fernando Jáuregui, presidente de Periodismo2030, y Sergio Martín, director de este Foro, resaltan que una de las conclusiones que pueden sacarse del estudio de este sondeo es que es precisamente la fortaleza de la información local la que garantiza la pervivencia de la prensa de papel, que cuenta con indudable prestigio en las Comunidades en las que se difunde.

Los baleares son los que menos tertulias consumen: el 20,5 por ciento dice no atender nunca este tipo de información, siendo la media nacional del 16’3 por ciento. Junto con Asturias, Extremadura y Galicia es Baleares la Comunidad donde se registra un índice más bajo de interés por el fenómeno informativo en general. De todos los medios preguntados (televisión, radio, internet, etc...) sólo a través de Youtube dicen los baleares que consumen más tertulias que la media, 22,4% frente al 21,8% del conjunto de la muestra.

La valoración del trabajo de los periodistas es, en términos nacionales, más bien baja, observándose una exigencia de mayor nivel crítico por parte de los informadores. Sin embargo, esta valoración crece 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, en medio de 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, allí estaban, en el lugar de la noticia, lo más presencialmente posible”.



Periodismo 2030, un foro independiente de reflexión sobre los nuevos métodos de información y con el que colaboran doscientos profesionales de la comunicación, viene realizando, desde hace algunos meses, chats y entrevistas por vídeo con los periodistas más 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 durante todo el mes de octubre, se publicará próximamente en un libro editado por el foro independiente 'Periodismo 2030' 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