



Nota de prensa

Madrid, 10 de febrero de 2021

SONDEO GAD3/FUNDACIÓN AXA EN VALENCIA PARA PERIODISMO 2030

El teletrabajo durante la pandemia hace crecer el consumo de información un 79% en la Comunidad Valenciana

- **La Comunidad Valenciana, la que más sigue las noticias a través de la televisión**

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 por ciento de personas en toda España (56 por ciento en la Comunidad Valenciana), 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 (79 en la Comunidad Valenciana).

La Comunidad Valenciana es la que más información a través de la televisión consume en toda España, pero está algo por debajo de la media nacional en consumo de noticias en radio, en prensa de papel, en periódicos digitales y en podcasts, de acuerdo con una encuesta realizada por GAD3/Fundación AXA para el foro independiente Periodismo2030.

También está ligeramente por debajo de la media nacional (89 frente al 90 por ciento) cuando los encuestados responden a la pregunta acerca de cuánto siguen la actualidad. Sin embargo, los valencianos se sitúan algo por encima de la media nacional en lo referente a su grado de confianza en prensa escrita, radio y, sobre todo, en redes sociales. Es la Comunidad Valenciana, con una 'nota' del 6'3 sobre diez, la que mayor valoración hace de su prensa escrita en toda España, junto con Galicia (media nacional, 6'1).

Eso hace que la Comunidad Valenciana cuente con "un gran potencial informativo", de acuerdo con los analistas de la encuesta, que tiene una muestra de 4.300 personas en todo el territorio nacional y más de cuatrocientas en esta Comunidad. Los comentarios destacan el alto índice de confianza de los valencianos en sus medios y su alta valoración de la información local (86 por ciento, ligeramente por encima de la media).

Esto último es un claro indicio del prestigio ciudadano por los medios de prensa-papel de la Comunidad y también de los digitales y de los medios audiovisuales autonómicos, según los comentaristas del sondeo. En general, y a escala nacional, la información local es la que más interesa (85 por ciento), seguida de la sanitaria, la científica y, solo después, la política nacional (77 por ciento de media en España, 76 por ciento en la Comunidad Valenciana)

El 68 por ciento de los valencianos dice informarse sobre todo a través de la televisión, frente al 65 por ciento de la media nacional; el 35 por ciento, a través de la radio, frente al 38 por ciento nacional y el 11 por ciento, a través de los medios de papel todos los días (casi un 30 por ciento dos/tres veces por semana), frente al catorce por ciento nacional. Sin embargo, 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.

Los valencianos, con los catalanes, son los que más aprecian los nuevos medios de información, como redes sociales y mensajería privada. Es cierto, sin embargo, que las redes suscitan sospechas de una cierta falta de credibilidad entre los encuestados, especialmente los de más edad: su puntuación es de un 4’9 en una escala de diez, mientras que la prensa escrita tiene un punto y medio más de aprecio, aprobando sobradamente (6’1) en la calificación de los ciudadanos.

Tertulias

También figuran los valencianos entre los que más tertulias (sobre todo televisivas) consumen: solo un 14 por ciento dice no consumir nunca este tipo de información, siendo la media nacional del 16’3 por ciento. Las menos aficionadas a las tertulias políticas son Baleares (21 por ciento), Asturias, Extremadura y Galicia. En general es Baleares la Comunidad donde se registra un índice más bajo de interés por el fenómeno informativo en general.

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, 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, 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, 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 sobre una muestra de entre dieciocho y sesenta años y con un nivel educativo alto, con un trabajo de campo realizado en 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.rabaneda@axa.es

Juan Jiménez: 91 538 87 36//
625042118

juan.jimenez@axa.es

Patricia García: 91 349 0169/
652812527

Patricia.garcia@axa.es