



Nota de prensa

Madrid, 24 de marzo de 2021

SONDEO GAD3/FUNDACIÓN AXA EN MADRID PARA PERIODISMO 2030

Madrid es, con mucha diferencia, la Comunidad española donde más se teletrabaja o estudia en casa en el estado de alarma

- **Un 93% de los madrileños asegura estar ‘muy o bastante’ al tanto de la actualidad informativa.**
- **La pandemia dispara el consumo de información: un 82% de madrileños, más que la media del resto de España, dice haber aumentado este consumo.**

Madrid es, de lejos, la Comunidad española en la que más se está teletrabajando o estudiando en casa en esta época de estado de alarma. Ello ha disparado el consumo de información también por encima del resto del país. Los madrileños son, también con diferencia, los españoles más interesados en la información sobre asuntos de política nacional.

Así lo pone de manifiesto una encuesta realizada por GAD3/Fundación AXA para el foro de debate periodístico Periodismo 2030 con una muestra de 4.300 personas, algo más del diez por ciento correspondientes a la autonomía madrileña. Madrid es, también, junto con Asturias, la Comunidad cuyos habitantes afirman seguir más de cerca la actualidad: un 93 por ciento dice estar ‘muy o bastante’ al tanto de la actualidad a través de los diversos medios de comunicación.

Un 72 por ciento de los encuestados, con edades entre los dieciocho y los sesenta años y un nivel educativo alto, afirma estar teletrabajando o estudiando en sus domicilios, total o parcialmente, desde la proclamación, hace ahora algo más de un año, del estado de alarma y los consiguientes confinamientos. La media nacional en este apartado es bastante menor, del 59 por ciento. Esta diferencia se justifica, sin duda, por el hecho de que las sedes sociales de numerosas empresas están radicadas en la capital o en otras grandes poblaciones de esta Comunidad.

El incremento del trabajo desde los domicilios ha disparado igualmente el consumo de información: un 82 por ciento de los madrileños dice haber incrementado este consumo, frente al

78'6 de la media nacional. Así, se ha disparado el consumo de noticias ofrecidas por la televisión: un 67 por ciento (media nacional, 65) dice informarse todos los días por este medio. Y un 46 por ciento afirma hacerlo a través de los digitales, un 45 por las redes sociales y un 38 por ciento por la radio.

Los principales sufridores del confinamiento han sido, lógicamente, los periódicos de papel, menos utilizados por los madrileños que la media nacional: trece frente al catorce por ciento. Ello se explica, de manera también obvia, por el cierre de un importante número de quioscos y otros establecimientos de venta de prensa y por el mayor porcentaje de personas teletrabajando que en otros puntos de España.

De cualquier manera, la prensa de papel mantiene su prestigio como medio con mayor credibilidad, junto con la radio. Dos sectores en los que los encuestados piensan que difícilmente hallarán 'fake news', frente a lo que sucede con las televisiones y, en bastante mayor medida, con las redes sociales. Madrid registra, en cualquier caso, un mayor consumo de estas redes que la media (45 frente al 43 por ciento), si bien este consumo decrece sensiblemente a medida que va aumentando la edad de los encuestados. En general, los usuarios de los 'nuevos medios', como las redes, Youtube o los podcasts, son de media tres años más jóvenes que los que usan básicamente medios 'tradicionales', como la televisión, la radio o los medios escritos.

Todos los encuestados muestran preferencia por la información local: un 85 por ciento así lo manifiesta. A continuación, siguen la información sanitaria y la científica. Solo en cuarto lugar en el interés de los usuarios de la información figura la política nacional, con un 77 por ciento; sin embargo, Madrid ostenta el liderazgo claro también en este aspecto, ya que el 81 por ciento se muestra interesado por estas noticias, frente a, por ejemplo, un 75 por ciento en Cataluña. Es, también resultaba previsible, precisamente en Cataluña y en el País Vasco donde los encuestados muestran preferencia por la información a través de los medios autonómicos, lo que no ocurre en Madrid, donde los ciudadanos se informan preferentemente por los medios de carácter nacional.

Los madrileños superan también a la media (53 frente al 50 por ciento) en el interés por la información deportiva y en la de sociedad/corazón (30 frente al 27 por ciento). Igualmente, se muestran más aficionados a seguir las tertulias periodísticas que el resto de los españoles: un 86 por ciento dice seguirlas, sobre todo a través de la televisión (70 por ciento frente al 64 nacional), la radio (38 por ciento frente al 35) e incluso también a través de los podcasts (11 por ciento frente al 8 por ciento nacional).

No obstante, en Madrid es donde también se da un mayor escepticismo respecto a la información que se contiene en estas tertulias: un 28 por ciento (24 por ciento nacional) de los que las consumen cree que las tertulias evidencian una "deficiente información" 'siempre o casi siempre' por parte de quienes las integran. Y, en coherencia, también son menos (11 por ciento frente al 14



por ciento) los que creen que ‘nunca o casi nunca’ ocurre lo contrario; es decir, que los tertulianos evidencian una suficiente información.

Valoración de los periodistas

La confianza en los periodistas y en los medios en general se sitúa en una valoración media, que va del 2’9 al 2’8 sobre una puntuación de cinco; es decir, se les da un aprobado bajo, en medio de exigencias complementarias, como que deben mostrarse más críticos con los poderes.

Un análisis –no cuantificado– sobre otros trabajos anteriores muestra, sin embargo, un incremento en la valoración por parte de los encuestados por el papel jugado por los medios durante la pandemia. A este respecto, Josep Alfonso, director de la Fundación AXA, que ha cooperado en la consecución de este sondeo, señaló que la actuación de los medios en este último año parece “especialmente meritoria: los diarios de papel han seguido saliendo cada día con los quioscos cerrados y una tremenda bajada de la publicidad, y los medios audiovisuales han insistido en una presencialidad informativa incluso en lugares considerados inicialmente como de riesgo, tal que los hospitales”.

El Foro ‘Periodismo 2030’ es una plataforma de información y debate sobre el futuro del periodismo en esta nueva era. Doscientos periodistas y profesionales de la comunicación han participado hasta ahora en los trabajos de este Foro, chats y entrevistas audiovisuales que, junto con la encuesta, formarán parte de un libro de próxima aparición y de un seminario dedicado a los estudiantes de Ciencias de la Información. Estos trabajos se pueden encontrar en la web del Foro, www.periodismo2030.com

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

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



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