

## Encuesta GIPEyOP/Mediaflows sobre Medios y Comunicadores

En este informe se presentan, principalmente de forma gráfica, los principales resultados alcanzados con la encuesta sobre percepción y valoración de Medios de Comunicación y de Periodistas y Comunicadores realizada por los grupos de investigación [GIPEyOP](#) (Grupo de Investigación en Procesos Electorales y Opinión Pública) y [Mediaflows](#) de la Universitat de Valencia.

En las siguientes páginas se pueden encontrar las distribuciones de frecuencias (ponderadas) sobre ideológica percibida de medios y periodistas y comunicadores y sobre credibilidad asignada a medios por parte de los encuestados. Las distribuciones han sido ponderadas a fin de garantizar la representatividad de la muestra. Para facilitar la interpretación, en cada gráfico, además de la distribución de frecuencias, se ofrece también la media. Además de esas distribuciones, se ofrece una ordenación de medios y periodistas por uso, influencia y credibilidad. El documento concluye con una estimación sobre la intención de voto en el momento de realizarse la encuesta.

### Ficha Técnica

Cuestionario: auto-administrado por internet.

Diseño muestral: Bola de nieve a partir del fichero de colaboradores de GIPEyOP.

Trabajo de campo: 14/12/2016 – 04/01/2017.

Ámbito: España.

Número de respuestas válidas recibidas (total): 5414 (6270).

Tiempo mediano de cumplimentación del cuestionario: 12 minutos.

Las respuestas individuales han sido ponderadas utilizando técnicas de post-estratificación para subsanar (mitigar) los sesgos en la muestra recolectada. Las estimaciones presentadas en este informe utilizan los pesos de post-estratificación.

### Agradecimientos

Esta investigación se enmarca dentro de los trabajos de los proyectos CSO2013-43054-R (Estructura Social, Encuestas y Elecciones) y CSO2013-43960-R (Flujos de comunicación en procesos de movilización política), seleccionados en concurrencia competitiva en la convocatoria 2013 de proyectos I+D+i del Programa Estatal de Investigación, Desarrollo e Innovación Orientada a los Retos de la Sociedad. Ministerio de Economía y Competitividad.

### Equipo de Trabajo

Jose M. Pavía

Guillermo López García

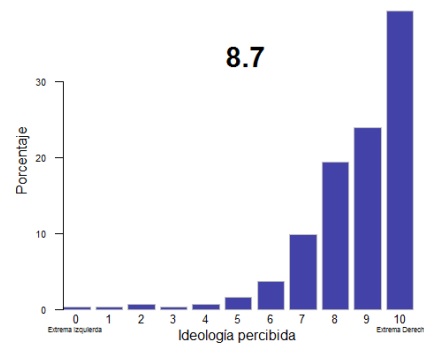
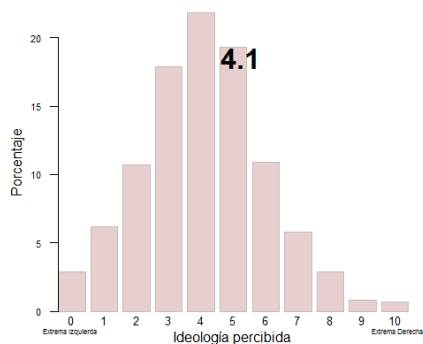
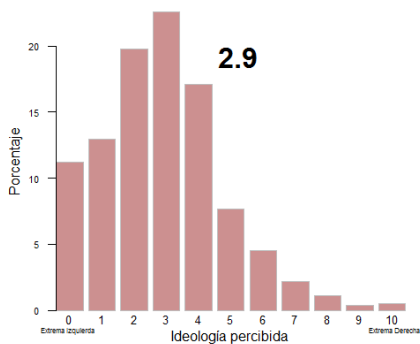
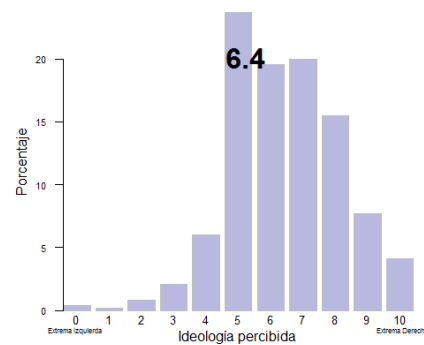
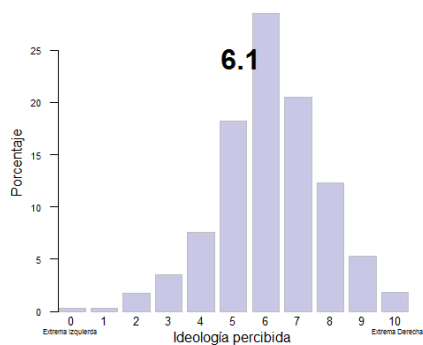
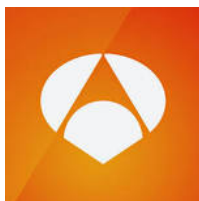
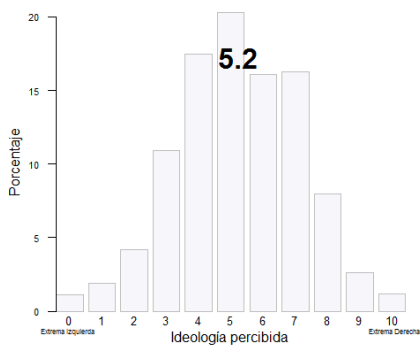
Dolors Palau

Alfredo Rubio

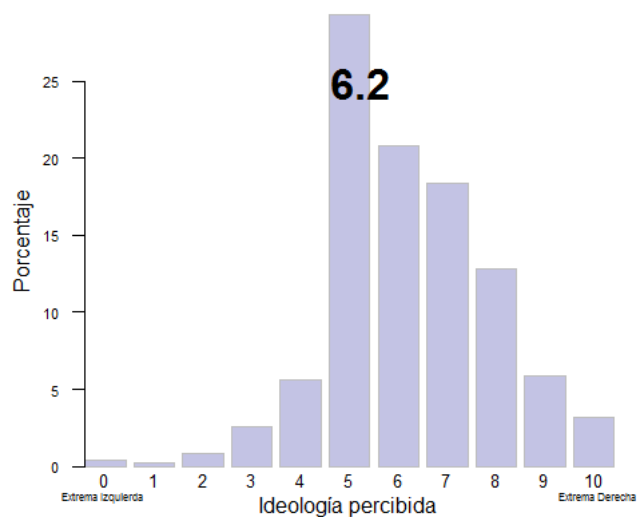
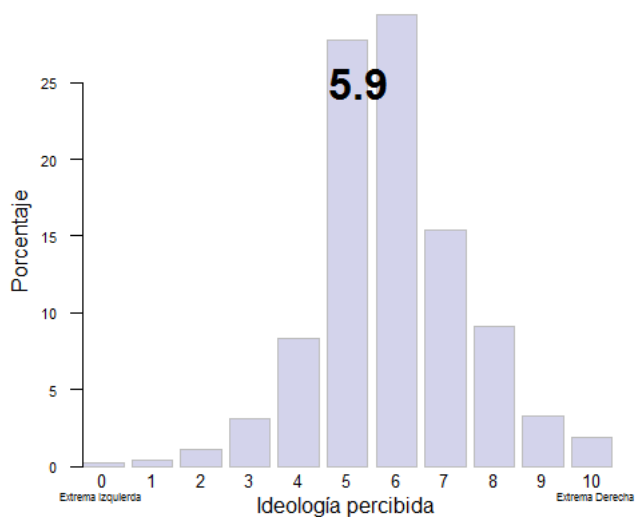
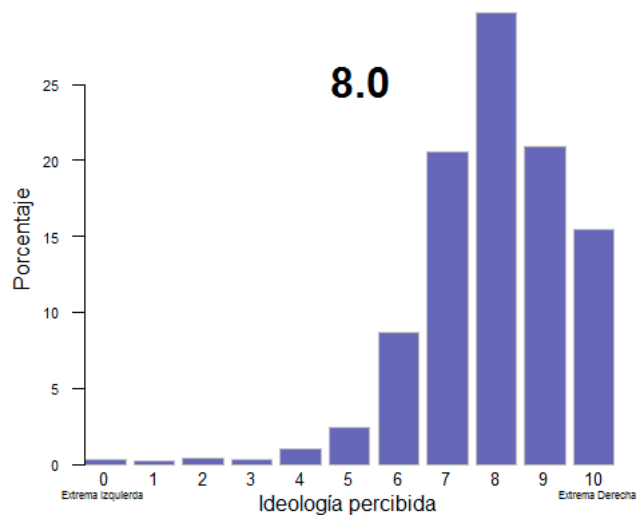
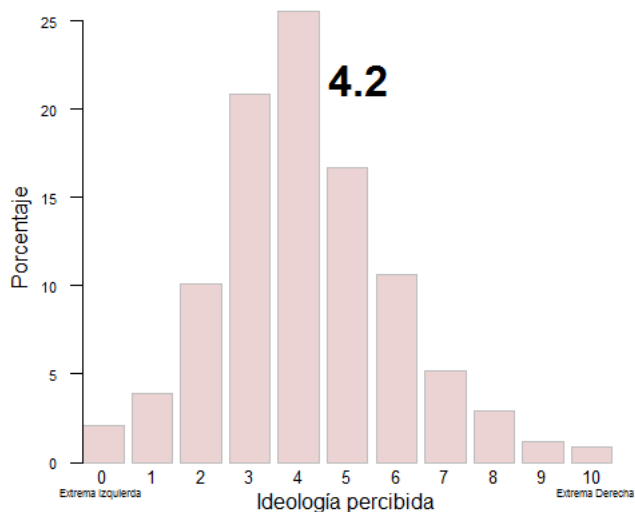
Lidia Valera

José Gámir

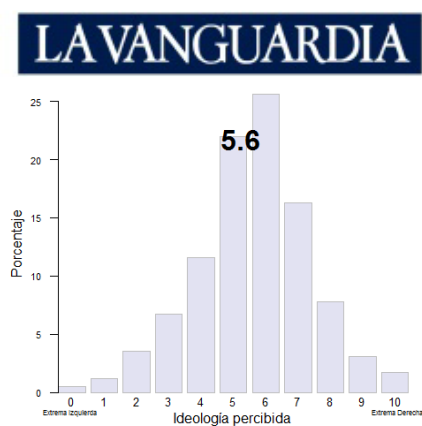
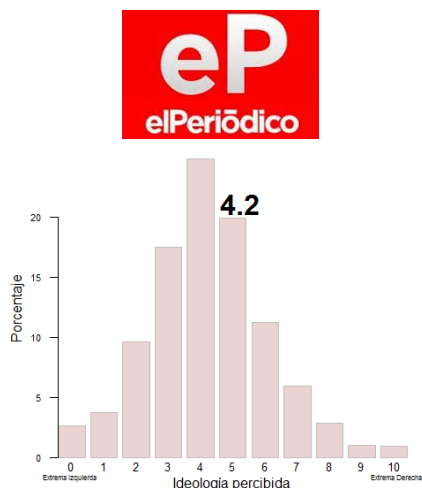
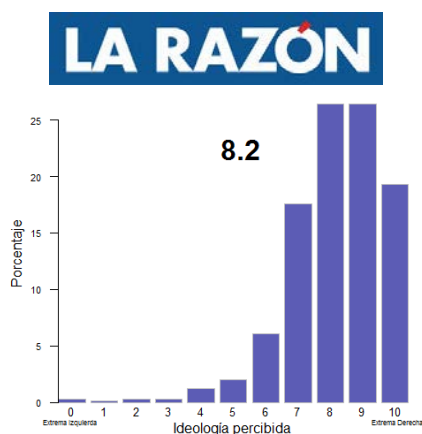
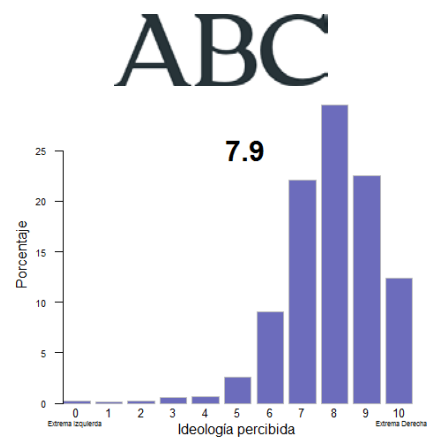
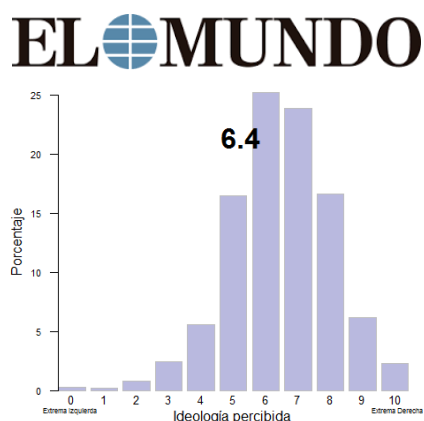
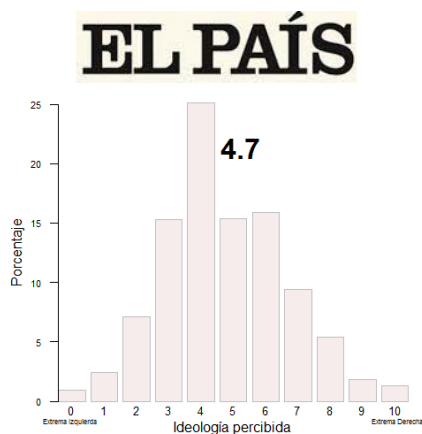
## Percepción agregada de los encuestados sobre la ubicación ideológica de medios de comunicación (Televisiones)



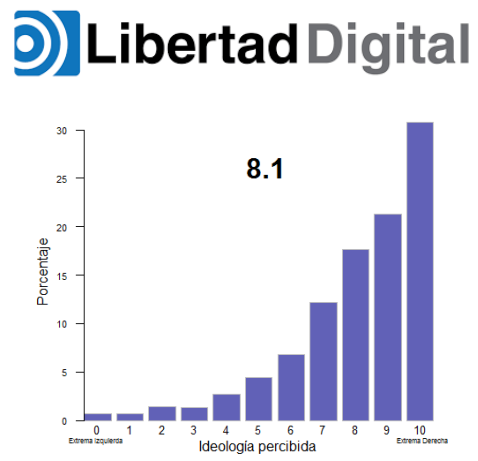
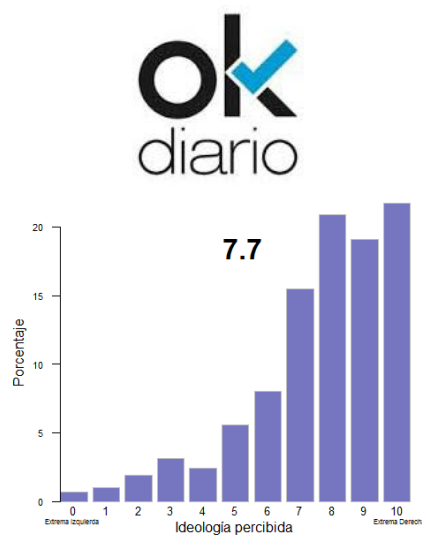
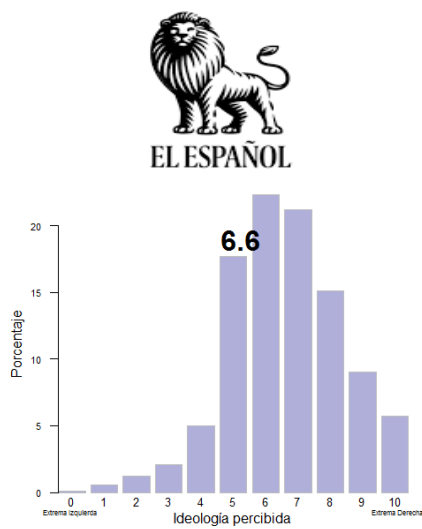
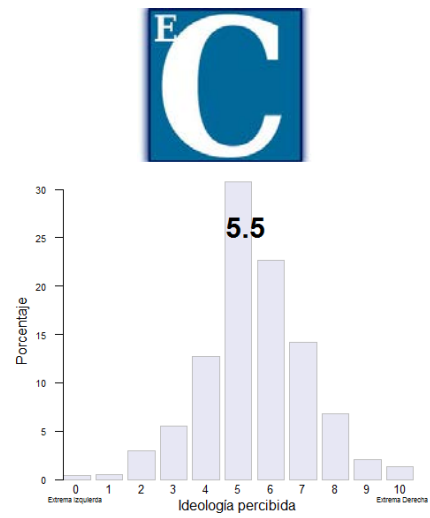
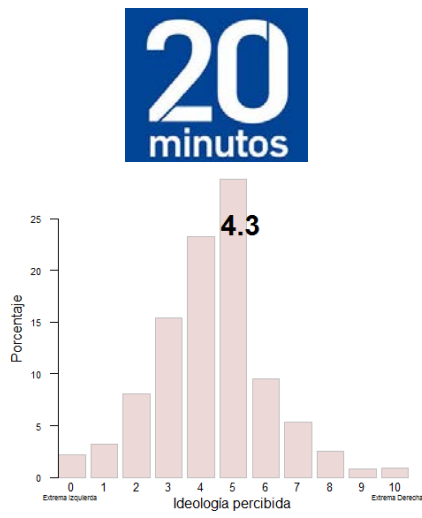
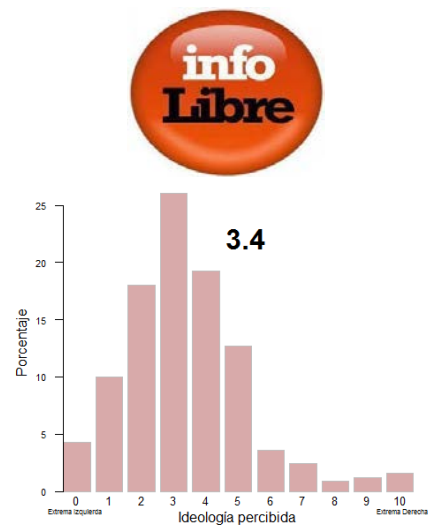
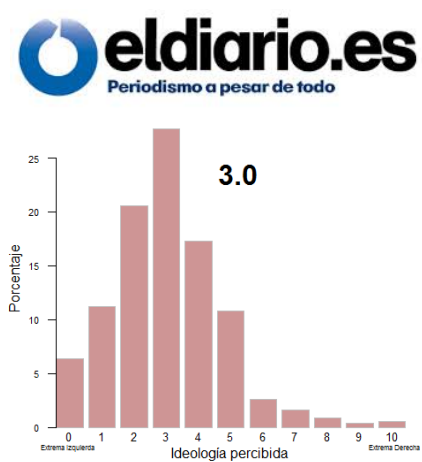
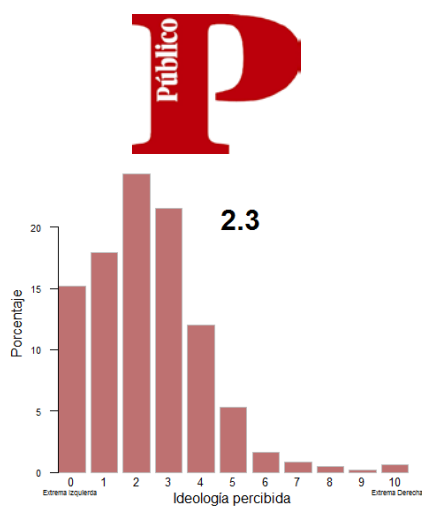
## Percepción agregada de los encuestados sobre la ubicación ideológica de medios de comunicación (Radios)



## Percepción agregada de los encuestados sobre la ubicación ideológica de medios de comunicación (Prensa tradicional, papel y digital)

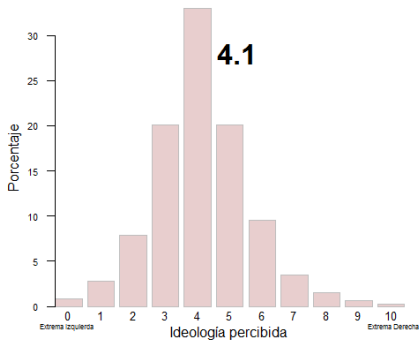


## Percepción agregada de los encuestados sobre la ubicación ideológica de medios de comunicación (Prensa digital)

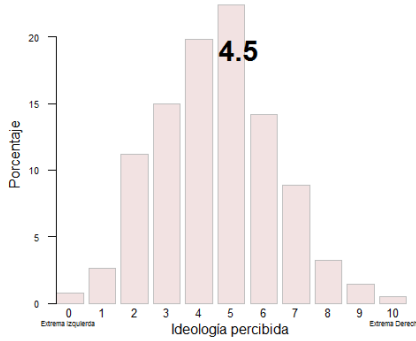


## Percepción agregada de los encuestados sobre la ubicación ideológica de medios de comunicación (medios Comunitat Valenciana)

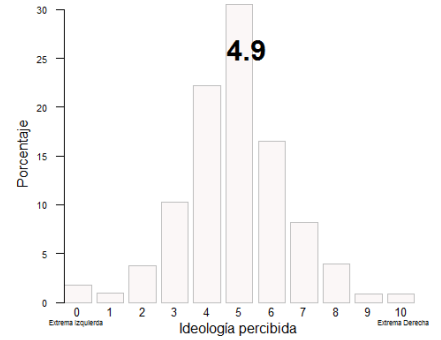
### Levante EL MERCANTIL VALENCIANO



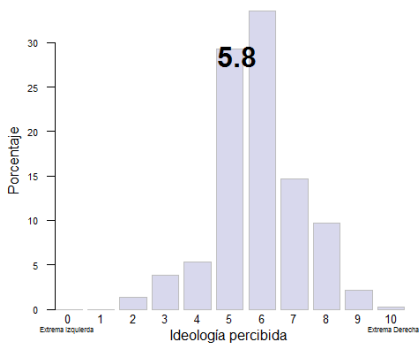
### INFORMACIÓN



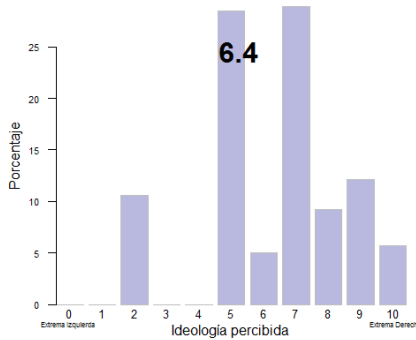
### vp valenciaplaza.com



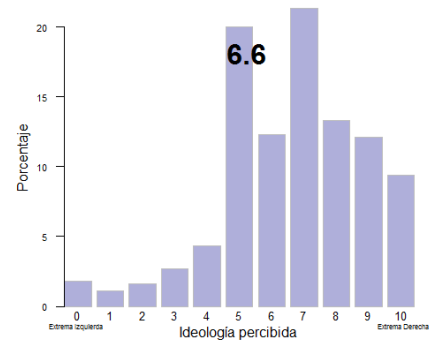
### LV Alicante



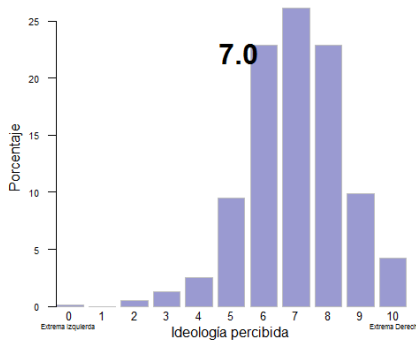
### TCS



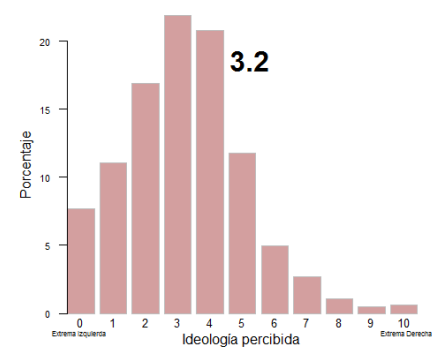
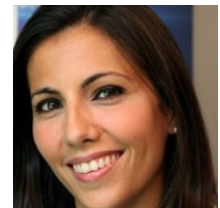
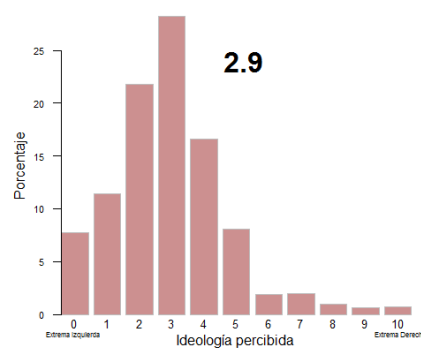
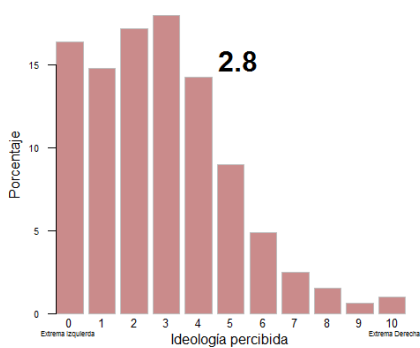
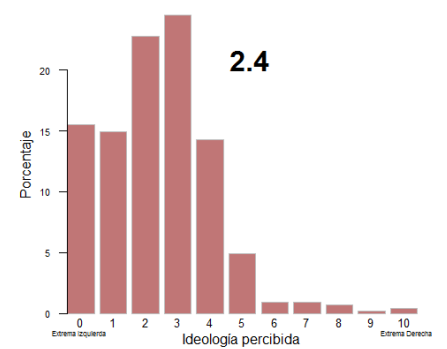
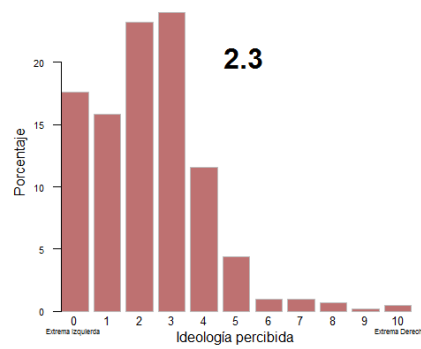
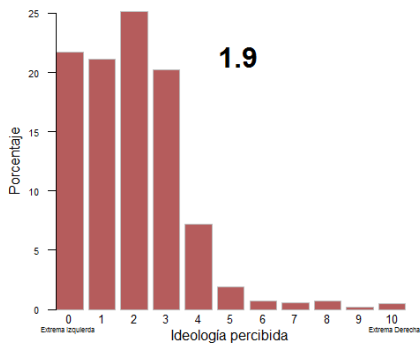
### 7 TELEVALENCIA



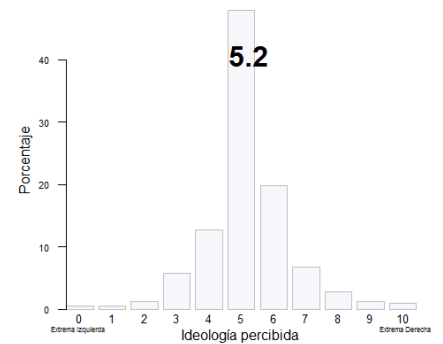
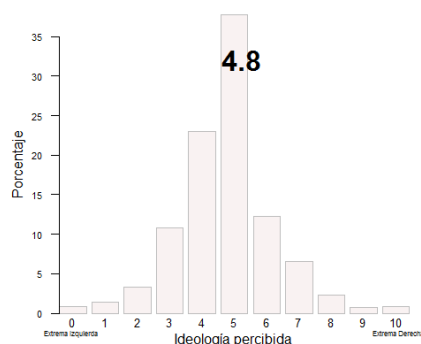
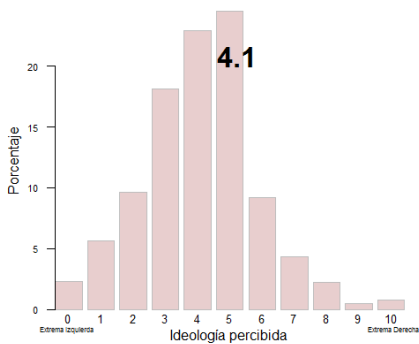
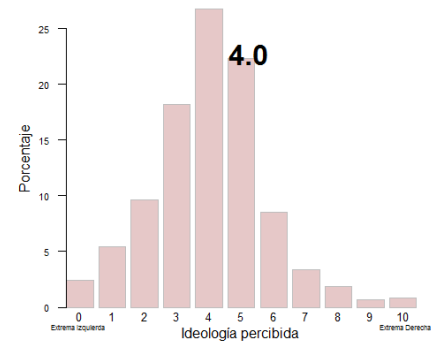
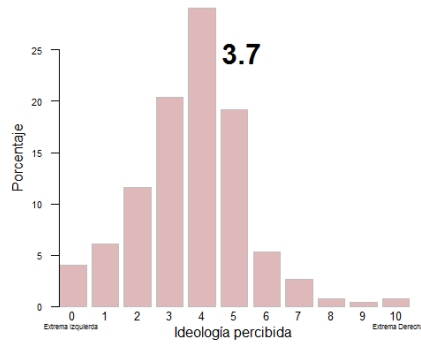
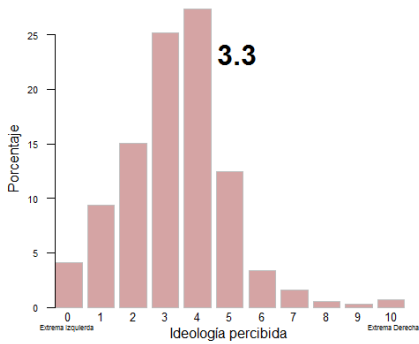
## LAS PROVINCIAS



## Percepción agregada de los encuestados sobre la ubicación ideológica de l@s principales periodistas y comunicadores/as (I/IV)

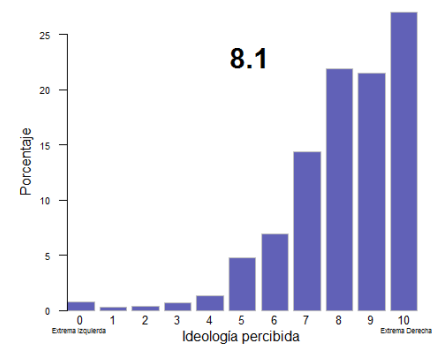
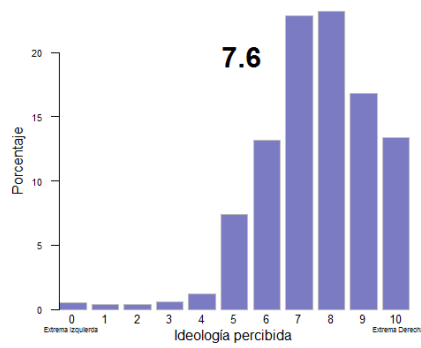
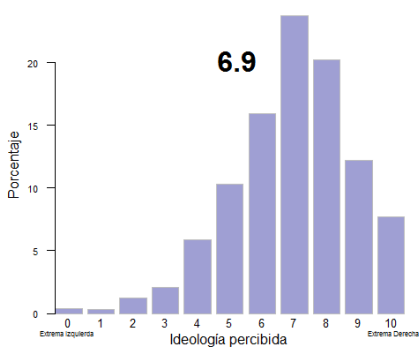
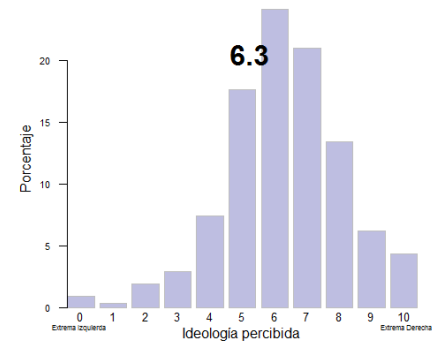
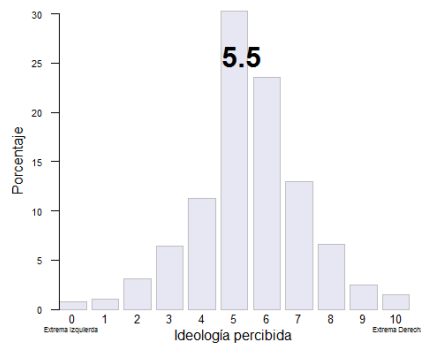
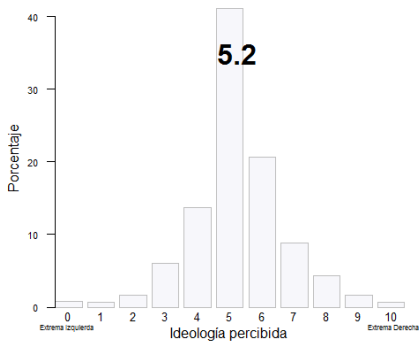


## Percepción agregada de los encuestados sobre la ubicación ideológica de I@S principales periodistas y comunicadores/as (II/IV)

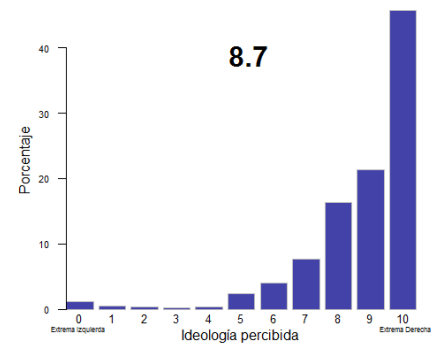
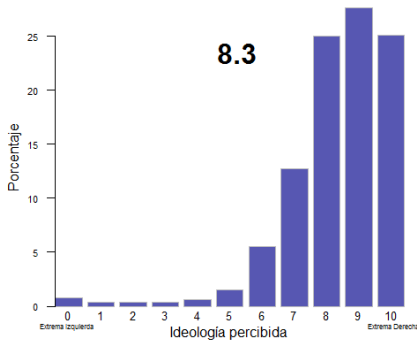




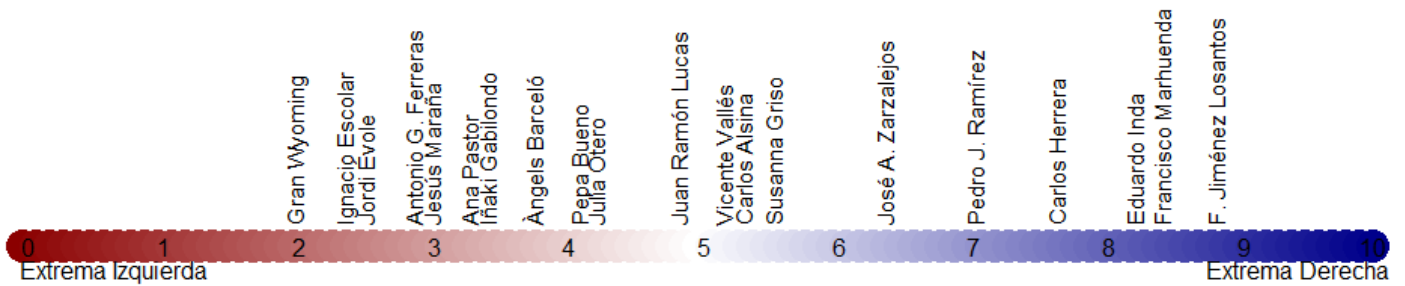
## Percepción agregada de los encuestados sobre la ubicación ideológica de I@S principales periodistas y comunicadores/as (III/IV)



## Percepción agregada de los encuestados sobre la ubicación ideológica de I@S principales periodistas y comunicadores/as (IV/IV)

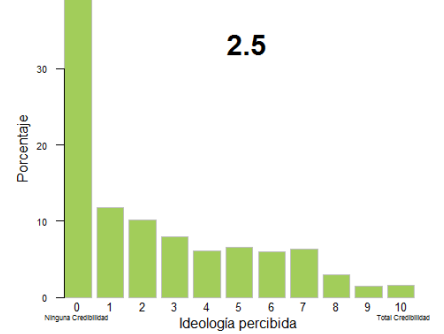
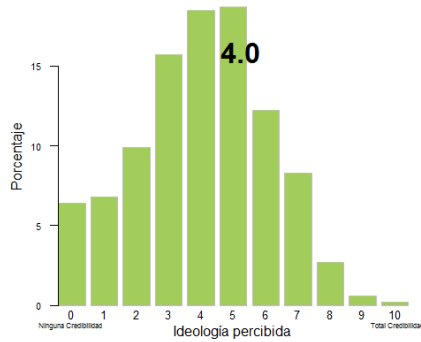
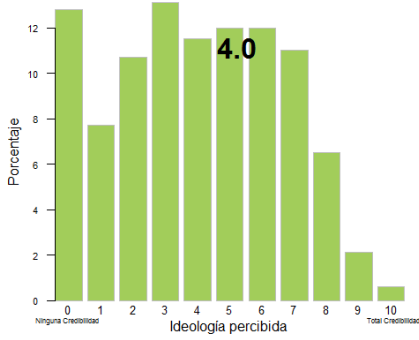
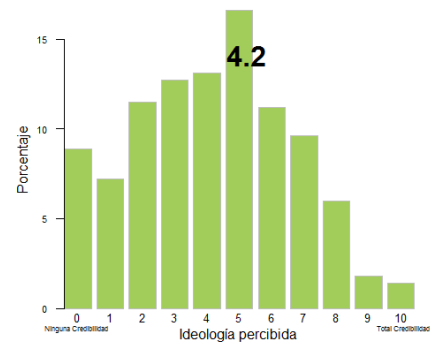
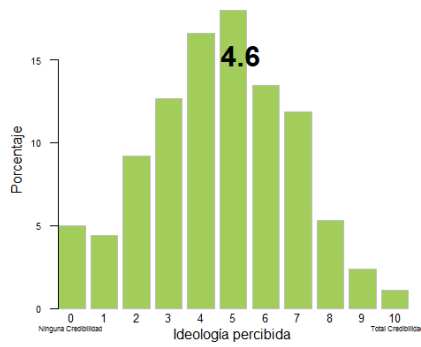
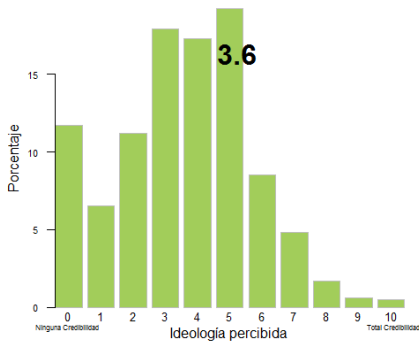


### Ubicación Ideológica de Periodistas/Comunicadores por encuestados



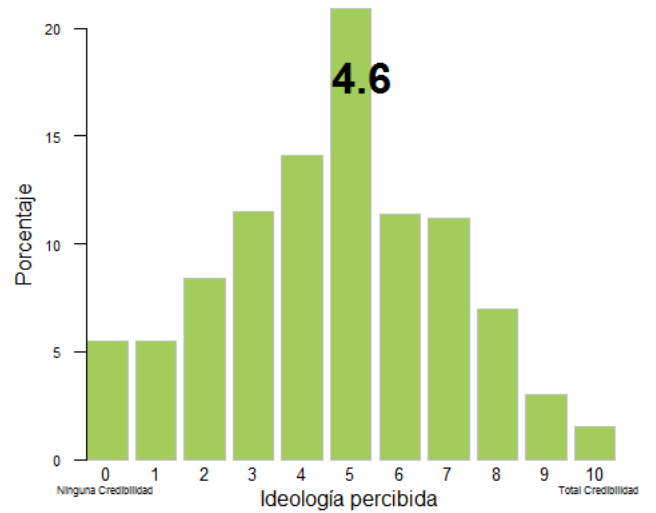
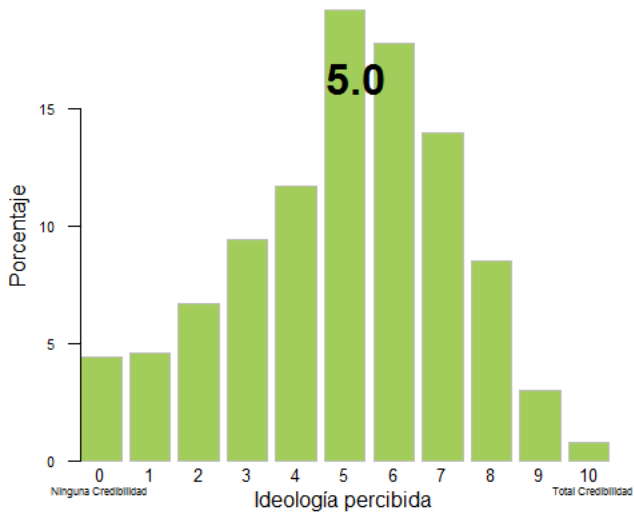
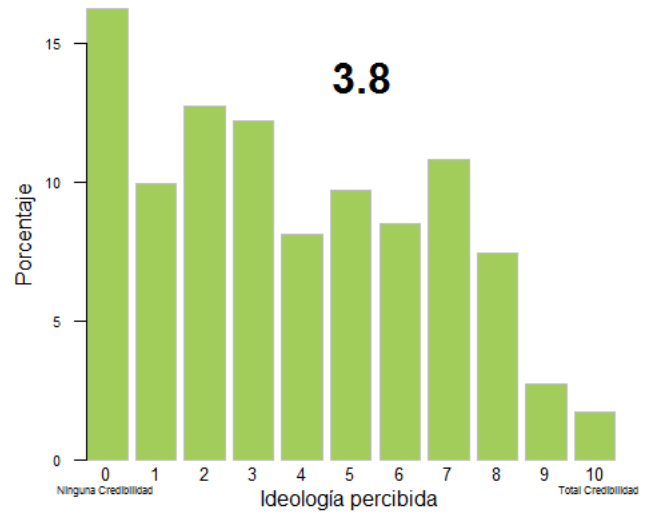
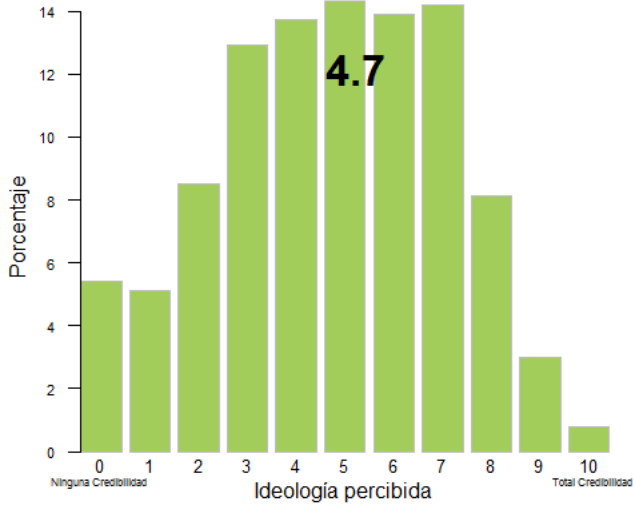
# Credibilidad asignada por los encuestados a los medios de comunicación

## (Televisiones)



# Credibilidad asignada por los encuestados a los medios de comunicación

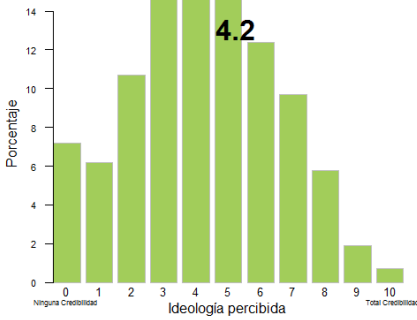
(Radios)



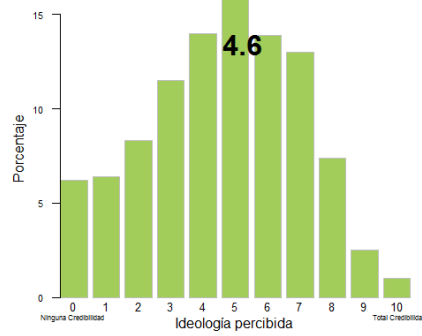
# Credibilidad asignada por los encuestados a los medios de comunicación

(Prensa tradicional, papel y digital)

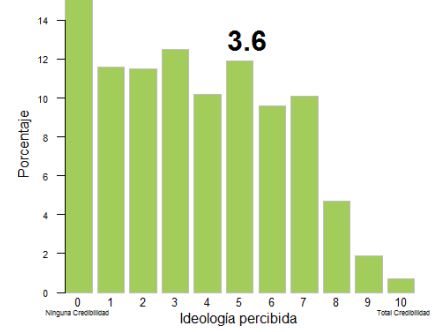
## EL PAÍS



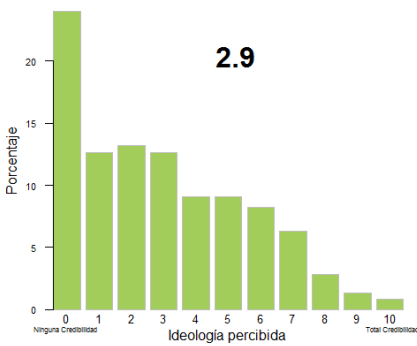
## EL MUNDO



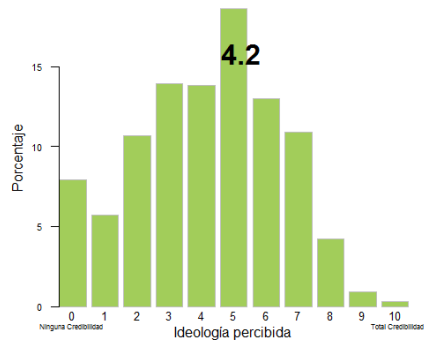
## ABC



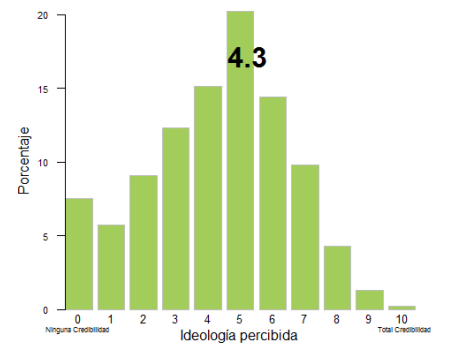
## LA RAZÓN



## ep el Periódico

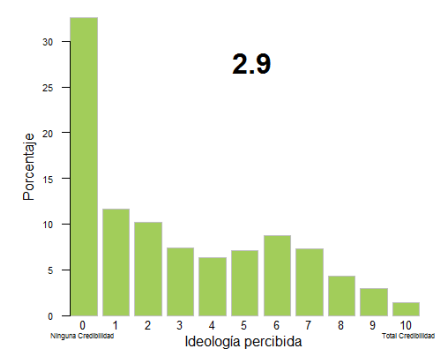
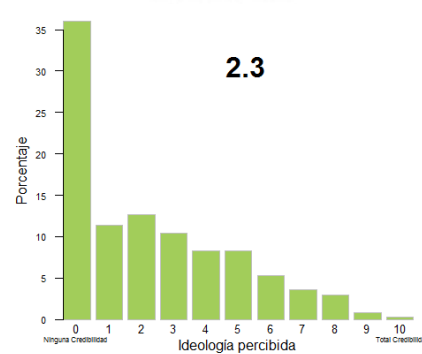
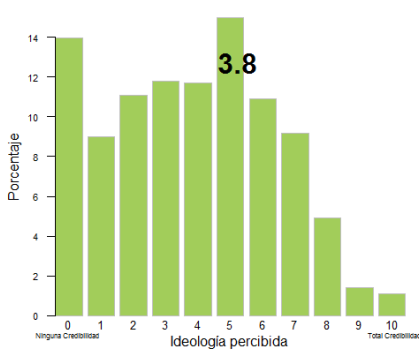
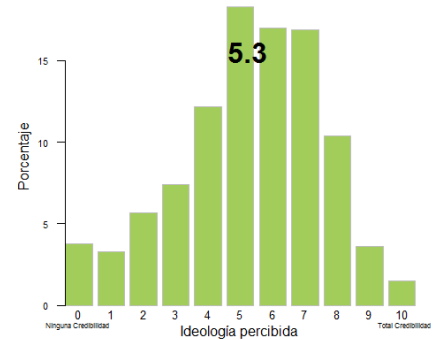
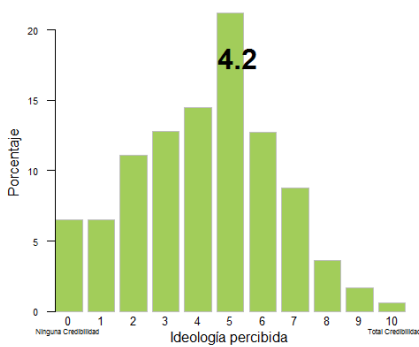
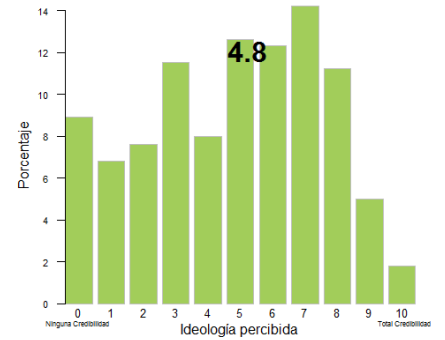
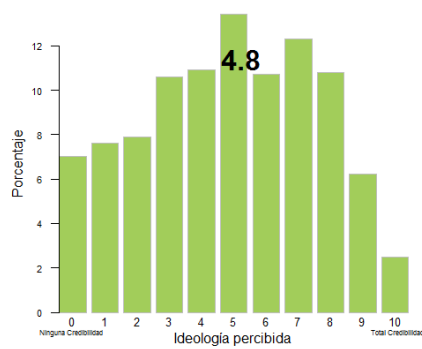
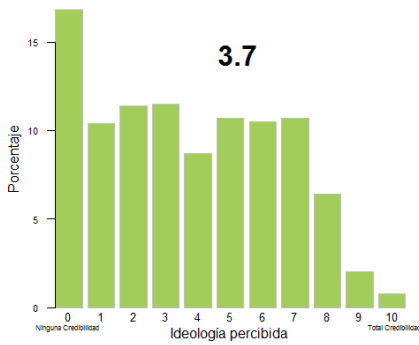


## LA VANGUARDIA



# Credibilidad asignada por los encuestados a los medios de comunicación

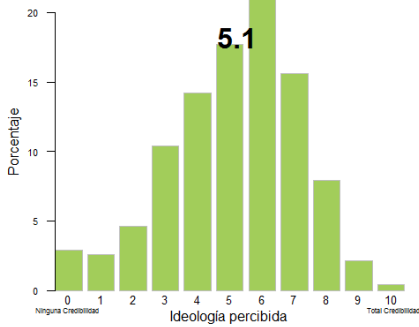
(Prensa digital)



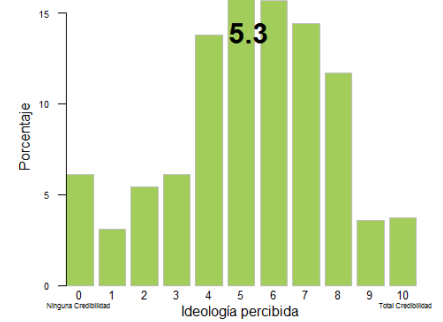
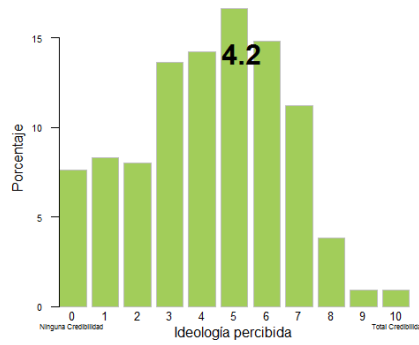
# Credibilidad asignada por los encuestados a los medios de comunicación

## (Prensa Comunitat Valenciana)

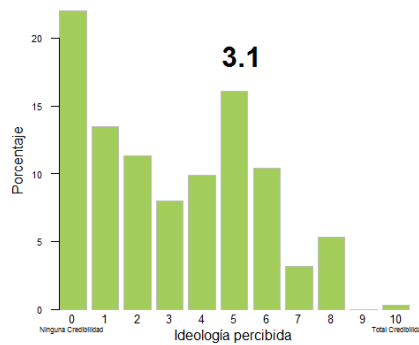
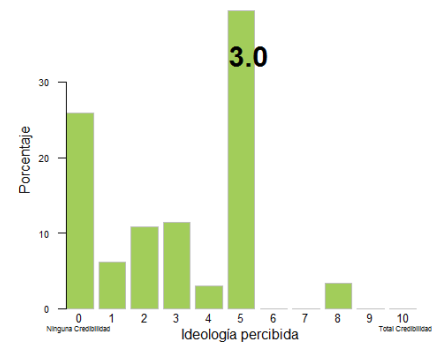
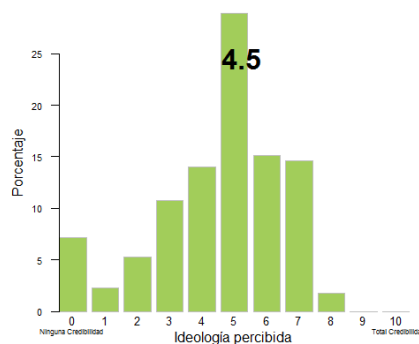
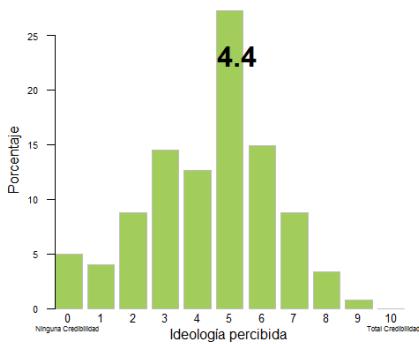
### Levante EL MERCANTIL VALENCIANO



### LAS PROVINCIAS



### INFORMACIÓN



**Ordenación de medios y periodistas  
(Agregación primeros tres medios)\***

	Medio más utilizado para informarse sobre política	Medio considerado más influyente políticamente	Periodista/comunicador considerado más influyente políticamente	Periodista/comunicador político con mayor credibilidad asignada
Primero				
Segundo				
Tercero				
Cuarto				
Quinto				
Sexto				
Séptimo				
Octavo				
Noveno				
Décimo				

\* Las ordenaciones se han obtenido después de ordenar las agregaciones de las respuestas individuales (ponderadas) de los encuestados tras asignar 3 puntos a la primera opción, 2 puntos a la segunda opción y 1 punto a la tercera opción.



### Estimación de intención de voto (Porcentajes)

	Resultados Elecciones Generales 2016 <sup>(1)</sup>	Estimación de Intención de voto
	<b>33.3</b>	<b>34.9</b>
	<b>22.8</b>	<b>19.9</b>
	<b>21.3</b>	<b>20.6</b>
	<b>13.2</b>	<b>13.3</b>
	<b>2.6</b>	<b>2.9</b>
	<b>2.0</b>	<b>1.8</b>
	<b>1.2</b>	<b>1.3</b>
	<b>0.8</b>	<b>1.0</b>
	<b>0.3</b>	<b>0.3</b>
	<b>2.5</b>	<b>4.0</b>

(1) Fuente: Elaboración propia a partir de datos por circunscripciones del Ministerio del Interior.

<http://www.infoelectoral.interior.es/min/areaDescarga.html?method=inicio>

(2) Unidos Podemos incluye: ECP, A la Valenciana y En Marea.

(3) La última categoría agrupa a otros.