

BOLETIN A.S.E.P.
sobre

LA OPINION PUBLICA DE LOS ESPAÑOLES

NOVIEMBRE - 1988

"FLASHES"

El pulso de la opinión pública en NOVIEMBRE, teniendo en cuenta los diferentes temas tratados en el sondeo, pueden resumirse así:

- Se mantiene, e incluso aumenta, la desconfianza sobre la situación económica.
- Pocos españoles consumen alimentos o bebidas fuera de casa.
- Opinión favorable a la integración en Europa, pero dudas sobre los beneficios que reportan las inversiones extranjeras.
- REPSOL, la empresa con mejor imagen este mes.
- Opinión contraria al armamentismo y dudas respecto a la OTAN y a los inmigrantes de otros países.
- Satisfacción por la negativa a negociar con ETA, críticas al pacto con EEUU (a causa de la no inspección), y también por no haber cesado a Pilar Miró.
- Aumenta la insatisfacción con el Gobierno.
- Pequeña recuperación de intención de voto de AP y crecimiento de los partidos nacionalistas de centro y derecha.

- El "anuncio del perro", el de mayor impacto.
- Derecho a Discrepar, y Joaquín Prats, el programa de TVE y el comunicador con mejor imagen social este mes.

Puesto que el trabajo de campo se realizó entre el 7 y el 12 de noviembre, los temas más candentes en la opinión se referían a:

- a) El anuncio de vuelta de Fraga y sus intentos por refundar AP.
- b) El escándalo sobre Pilar Miró
- c) La reputura Conde-Abelló

Pero todavía no se habían producido:

- a) El fracaso de negociaciones Fraga-Oreja
- b) La convocatoria de huelga general para el 14 de diciembre
- c) El fichaje de Miguel Boyer por Construcciones y Contratas
- d) El atentado de ETA contra la Dirección General de la Guardia Civil, en Madrid.

Sistema de Indicadores Sociales ASEP

Pocos cambios en lo económico

- Los indicadores económicos y de consumo dan una imagen semejante a la de octubre: sentimiento del consumidor por debajo del nivel de equilibrio (el valor más bajo de los últimos diez meses), ligera propensión al ahorro, y previsión de más venta que compra de acciones en Bolsa.

Se acentúa el pesimismo en lo social

- Como consecuencia, persiste cierto pesimismo respecto al futuro personal y cierto pesimismo también respecto a la evolución de la situación económica nacional (que se ve peor aún que en octubre). Sin embargo, como es habitual, los españoles parecen mayoritariamente satisfechos con la vida que llevan.

Insatisfacción con el Gobierno

- También existe una razonable satisfacción con el funcionamiento de la democracia, pero se detecta cierta insatisfacción con el Gobierno. Sigue siendo alta la alienación política (41%). Pero los españoles se siguen situando ideológicamente entre el centro izquierda y el centro, se consideran tan españoles como nacionalistas, y afirman tener una práctica religiosa media.

Baja valoración de los informativos de TVE

- La exposición a medios sigue siendo baja, y se confirma la disminución en la valoración de los informativos de TVE (6,6) ya observada desde junio.

Aparente incremento del voto a AP

- En la intención directa de voto, lo más relevante parece ser el ligero incremento registrado para AP, que podría deberse al afloramiento de parte del "voto oculto" como consecuencia de las expectativas creadas por la vuelta de Fraga y sus intenciones de "refundar" el partido. No obstante, debe tenerse en cuenta que las entrevistas fueron realizadas antes de sus conversaciones fallidas con otros líderes del centro derecha, y que esta intención de voto continúa siendo inferior a la mitad de los resultados obtenidos por AP en 1986.

- La intención directa de voto hacia AP es mayor, en términos relativos, sobre todo entre los de derecha, los de alta práctica religiosa, los insatisfechos con el funcionamiento de la democracia y con el Gobierno, los pesimistas sobre la situación económica de España, los de posición social baja y los materialistas.

- En cuanto al CDS, su intención de voto es mayor, en términos relativos, entre los de centro, los que se endeudan, los pesimistas sobre su futura situación económica personal y la de España, y los de posición social alta.

- A su vez, la intención de voto hacia el PSOE es mayor, en términos relativos, entre los de izquierda, los satisfechos con el Gobierno, los optimistas sobre el futuro económico personal y de España, y los satisfechos con el funcionamiento de la democracia.

- La intención de voto hacia IU es mayor, en términos relativos, entre los de izquierda, los post-materialistas, los de baja práctica religiosa y los insatisfechos con su calidad de vida.

- Y, finalmente, la abstención parece que será mayor, en términos relativos, entre los insatisfechos con su calidad de vida, los pesimistas respecto a su futuro económico personal y el de España, los post-materialistas, los de posición social alta y los insatisfechos con el funcionamiento de la democracia.

Cuadro 1.

Sistema de Indicadores Sociales ASEP

	XI-87	XII-87	I-88	II-88	III-88	IV-88	V-88	VI-88	X-88	XI-88
<u>ECONOMICOS Y DE CONSUMO</u>										
1 -ISC	95	89	92	98	95	97	96	100	94	93
2 -IPA	109	112	112	111	110	109	113	120	110	112
3 -IEB	-	-	-	-	-	-	-	-	98	99
<u>SOCIALES</u>										
4 -ISCV	-	-	165	170	161	169	166	171	162	160
5 -IOS	98	93	95	104	98	103	97	103	94	94
6 -IESE	-	-	-	-	-	-	-	-	95	92
<u>POLITICOS</u>										
7 -ISD	-	-	-	-	-	-	-	-	124	121
8 -ISG	100	100	98	106	93	94	102	99	100	90
9 -IAP	34	37	38	36	40	40	37	38	44	41
10 -IPI	3,5	3,6	3,5	3,5	3,5	3,5	3,5	3,5	3,4	3,5
11 -ISN	3,2	3,2	3,0	3,0	3,0	3,0	3,2	3,2	3,1	3,1
12 -IPR	-	-	-	-	-	-	-	-	2,6	2,6
<u>MEDIOS DE COMUNICACION</u>										
13 -IEMC	-	-	-	-	-	-	-	-	82	83
14 -IVITV	7,0	7,1	7,1	7,1	6,9	7,3	7,0	6,5	6,5	6,6
<u>INTENCION DIRECTA DE VOTO</u>										
- Coalición Popular	10,5	10,4	8,4	8,3	8,7	9,7	10,3	10,4	7,7	10,4
- CDS	10,6	10,2	12,5	11,3	10,8	9,1	9,0	9,5	8,1	8,3
- PSOE	30,5	29,1	27,0	30,7	26,7	27,6	28,7	26,5	26,0	26,0
- IU	5,2	4,4	5,1	4,3	5,2	5,1	5,9	6,7	5,7	4,9
- Otros	8,9	8,8	9,0	9,3	8,5	8,2	8,8	9,2	8,2	9,1
- No Votará	9,9	9,5	13,4	11,4	12,3	11,6	11,5	9,9	14,8	14,7
- NS/NC	24,4	27,6	24,4	24,7	27,8	28,7	25,8	27,8	29,5	26,6

Cuadro 2.

Perfil Sociológico de los Españoles en base al Sistema de Indicadores Sociales ASEP.

INDICADORES:	XI-88
<hr style="border-top: 1px dashed black;"/>	
Total	(1.226)
<u>Propensión al Ahorro</u>	
Ahorran	24%
Se Endeudan	12
<u>Satisfacción con Calidad de Vida</u>	
Satisfechos	77%
Insatisfechos	17
<u>Optimismo Social</u>	
Optimistas	22%
Pesimistas	28
<u>Evaluación Situación Económica</u>	
Optimistas	23%
Pesimistas	31
<u>Satisfacción con Democracia</u>	
Satisfechos	53%
Insatisfechos	33
<u>Satisfacción con Gobierno</u>	
Satisfechos	39%
Insatisfechos	49
<u>Posicionamiento Ideológico</u>	
Izquierda	38%
Centro	16
Derecha	16
<u>Sentimiento Nacionalista</u>	
Más nacionalistas	22%
Más españoles	27
<u>Práctica Religiosa</u>	
Alta	29%
Baja	48
<u>Exposición a Medios</u>	
Alta	14%
Baja	35
<u>Postmaterialismo</u>	
Materialistas	75%
Post-materialistas	25
<u>Posición Social</u>	
Alta	16%
Baja	39
<u>Intención de Voto</u>	
AP	10%
CDS	8
PSOE	26
IU	5

Cuadro 3.

Intención Directa de Voto, según el Sistema de
Indicadores Sociales ASEP.

NOVIEMBRE 1988

INDICADORES:	AP	CDS	PSOE	TU	Otros	No Votarán	NS/NC
Total	10,4%	8,3	26,0	4,9	9,1	14,7	26,6
<u>Propensión al Ahorro</u>							
Ahorran	11,3%	8,2	24,7	4,7	12,4	11,6	27,1
Se Endeudan	9,8%	13,9	28,2	3,5	7,9	14,5	22,2
<u>Satisfacción con Calidad de Vida</u>							
Satisfechos	11,0%	8,4	27,2	3,9	9,9	13,3	26,7
Insatisfechos	9,3%	9,7	20,7	7,4	8,4	19,4	25,0
<u>Optimismo Social</u>							
Optimistas	8,2%	7,3	31,7	6,3	12,2	12,1	22,1
Pesimistas	10,8%	12,2	21,3	4,1	8,0	19,2	24,5
<u>Evaluación Situación Económica</u>							
Optimistas	7,1%	8,3	41,2	1,9	9,3	8,6	23,5
Pesimistas	13,7%	11,3	17,6	5,7	9,4	17,8	24,6
<u>Satisfacción con Democracia</u>							
Satisfechos	7,2%	7,7	36,1	4,9	8,4	11,4	24,4
Insatisfechos	15,1%	9,8	13,3	5,5	11,7	17,2	27,5
<u>Satisfacción con Gobierno</u>							
Satisfechos	6,9%	7,5	47,7	3,0	6,5	7,9	20,7
Insatisfechos	13,9%	9,7	11,0	6,4	12,7	16,6	29,7
<u>Posicionamiento Ideológico</u>							
Izquierda	0,5%	4,1	46,5	12,0	11,5	9,4	15,8
Centro	5,2%	28,0	15,6	0,6	17,5	8,2	25,9
Derecha	47,5%	8,2	9,6	-	8,0	8,6	18,0
<u>Sentimiento Nacionalista</u>							
Más nacionalistas	7,6%	6,9	20,9	6,4	21,7	13,0	23,5
Más españoles	10,4%	9,9	29,8	3,1	2,7	16,6	27,5
<u>Práctica Religiosa</u>							
Alta	19,0%	7,7	23,8	1,2	9,1	11,0	28,2
Baja	5,6%	7,0	29,1	7,4	10,5	16,9	23,5
<u>Exposición a Medios</u>							
Alta	11,5%	9,9	24,8	4,0	12,5	14,8	22,4
Baja	9,0%	6,3	27,9	4,1	4,8	16,5	31,4
<u>Postmaterialismo</u>							
Materialistas	12,4%	9,2	26,3	3,0	7,6	13,3	28,2
Post-materialistas	4,2%	5,9	24,9	10,6	14,0	18,6	21,9
<u>Posición Social</u>							
Alta	9,9%	12,2	18,9	4,7	14,1	17,4	20,9
Baja	13,6%	7,2	26,1	3,4	6,2	13,9	29,7

Actitudes Económicas y de Consumo

- Predomina el ahorro - Sigue observándose cierta ligera propensión al ahorro, algo superior a la de octubre.
- Pesimismo sobre el futuro económico - Pero los cuatro componentes del sentimiento del consumidor (situación económica personal y de España, presente y futura), no sólo son negativos sino que son en general igual o peores que en el pasado mes de octubre.
- Se mantiene el pesimismo sobre la futura situación económica personal, y aumenta el pesimismo sobre la situación económica futura de España.
- Aumenta el gasto en alimentación - Durante el mes de octubre (al que se refieren los datos recogidos en éste sondeo de noviembre), parece haber aumentado de forma significativa el gasto en alimentación, pero se observa una disminución del gasto en todas las demás partidas, siendo el descenso sustancial en gastos de casa y en educación y cultura.
- Satisfacción general con la calidad de vida - De igual modo que ha descendido el optimismo social, también ha descendido el grado de satisfacción con la vida en general por comparación con el valor de octubre, aunque siguen siendo muchos más los españoles satisfechos que los insatisfechos.

Salud, familia y dinero, lo más importante

- Los aspectos mencionados como más importantes al evaluar la calidad de vida son, como en octubre: tener buena salud, mantener la armonía en la familia, tener un matrimonio feliz y tener suficiente dinero; tener hijos y tener tiempo libre resultan ser aspectos menos importantes para el conjunto de los españoles.

Se consume poco fuera de casa

- El consumo de alimentos y bebidas fuera de casa no es tan habitual como a veces se piensa: más del 50 por ciento de los entrevistados no come nunca en restaurantes, no toma el aperitivo fuera de casa, y no cena tampoco nunca en restaurantes. Y más del 60 por ciento no merienda nunca en cafeterías ni sale a tomar copas por la tarde o por la noche.

Actitudes favorables hacia la CEE, pero con controversia sobre las inversiones extranjeras

- La opinión pública se muestra mayoritariamente de acuerdo con estas afirmaciones:

"Si un país de la CEE se encuentra en dificultades económicas, otros países de la CEE, incluida España, deberían prestarle ayuda", y

"Los productos españoles pueden competir muy favorablemente con los de otros países en calidad y precio".

- Existe sin embargo gran controversia de opiniones respecto a otras dos afirmaciones:

"Las inversiones extranjeras en España son tan grandes que pueden poner en peligro nuestra soberanía nacional", y

"El Gobierno debería dar más facilidades a las multinacionales para establecerse en España".

- Pero los españoles no parecen estar de acuerdo con la afirmación de que:

"La entrada de España en la CEE será perjudicial para la mayoría de los españoles".

REPSOL, la empresa mejor valorada

- De las cinco empresas por cuya imagen se ha preguntado este mes, las más conocidas han resultado ser Tabacalera, RENFE y Coca-Cola (entre el 78% y el 74% respectivamente). Algo más del 50% conoce REPSOL, pero sólo un 14% opina sobre ASISA. Sin embargo el orden de preferencia en la valoración implica que REPSOL es la mejor valorada (6,6), seguida de ASISA (5,9), RENFE (5,7) y Coca-Cola (5,6). La empresa peor valorada ha resultado ser Tabacalera (3,6), que es además la única empresa con una imagen controvertida.

El BBV, el banco con más clientes

- El 85% de los españoles tiene al menos una cuenta corriente o una cartilla de ahorros. El banco con mayor número de clientes resulta ser el B.B.V., después de las Cajas de Ahorro en su conjunto, y la mayoría de los cuentacorrentistas tienen sólo una cuenta corriente o una libreta (68%).

Estabilidad en
la Bolsa

- Sólo el 6% de los españoles mayores de 18 años declaran tener acciones en Bolsa y la mayoría de ellos opta por la estabilidad (67%), ya que no piensan ni comprar ni vender acciones durante el próximo mes. Entre los no accionistas, menos del 1% tiene intención de comprar acciones durante el próximo mes de diciembre.

Actitudes y Comportamientos Políticos

Actitudes
básicas

- El electorado español se autoposiciona ideológicamente sobre todo en la izquierda (38%), y en proporción inferior en el centro (16%) y en la derecha (16%). Un 29% afirma tener una práctica religiosa alta, mientras que casi la mitad (48%) dicen que su práctica religiosa es baja. Casi la mitad de los entrevistados (48%) se consideran tan españoles como nacionalistas, pero la proporción que se considera más español (27%) es superior a la que se considera más nacionalista (22%). Finalmente, una cuarta parte de los entrevistados (25%) pueden ser considerados como post-materialistas (con ideas más progresistas, vanguardistas).

Imagen de
Instituciones

- De las instituciones por las que se ha preguntado este mes, solo cuatro (La Corona, el Gobierno de la Nación, las Fuerzas Armadas y los Bancos) son conocidos por más del 80% de los entrevistados. Otras dos (CEE y OTAN), son conocidas por más del 70%. Y otras dos (ONU y

UNESCO) por más del 60%. La valoración, en una escala de 0 a 10 puntos ha sido: La Corona (7,2), CEE y ONU (6,6), UNESCO (6,4), Fuerzas Armadas y Gobierno de la Nación (5,0), Bancos (4,8) y OTAN (3,1). Sólo la OTAN tiene una imagen realmente controvertida.

Imagen de Personajes públicos

- En cuanto a los líderes políticos incluidos en el sondeo de noviembre, solo tres son conocidos por menos del 70%, Julio Anguita (68%), Samaranch (61%) y F. Mayor Zaragoza (42%). Su valoración ha sido: Príncipe Felipe (7,4), Samaranch (6,6), Felipe González (5,5), F. Mayor Zaragoza (5,0), Suárez (4,9), Anguita (4,6), Marcelino Oreja (4,3), Fraga (4,2), y Hernández Mancha (3,2). Sólo Fraga y Hernández Mancha tienen una imagen realmente controvertida.
- La opinión pública se muestra muy mayoritaria-mente de acuerdo con la frase siguiente:

Los españoles fa- vorables a Europa, pero en contra del armamento, y divididos res- pecto a la OTAN y a los inmigran- tes extranjeros

"El Mercado Común debería ser el primer paso para la unificación política de Europa"

- Y están mayoritariamente en desacuerdo con la afirmación de que:

"España no debe quedarse retrasada con respecto a otros países occidentales en materia de armamento, incluido el nuclear".
- Pero la opinión pública es muy controvertida respecto a las siguientes afirmaciones:

"España debería dar más importancia a sus relaciones con países iberoamericanos que a sus relaciones con los países europeos",

"Puesto que España está en la OTAN debería asumir las mismas responsabilidades militares que los demás países miembros", y

"El Gobierno debería poner más dificultades para la entrada en España de inmigrantes procedentes de otros países".

Satisfacción por el rechazo a negociar con ETA, pero críticas por el pacto con USA y por no haber cesado a Pilar Miró

- En cuanto a la evaluación de medidas y actuaciones del Gobierno de la Nación, la opinión pública considera favorablemente:

"El rechazo a reanudar las negociaciones con ETA" y

"La política seguida para proteger los intereses de empresas españolas en las negociaciones con la CEE".

- Pero considera mal:

"La decisión de no inspeccionar el tipo de armamento de barcos y aviones norteamericanos que pasen por España", y

"No haber cesado a Pilar Miró inmediatamente después de sus declaraciones ante las Cortes".

- Pero existe una opinión muy controvertida al evaluar el Plan de Empleo Juvenil.

Insatisfacción con el Gobierno de la Nación, pero satisfacción con la democracia - La satisfacción con el Gobierno se encuentra este mes por debajo del nivel de equilibrio (los insatisfechos son más que los satisfechos). Pero existe un grado aceptable de satisfacción con el funcionamiento de la democracia.

Recuperación (pequeña) de AP, pero se mantiene alta abstención - Todos los indicadores de intención de voto sugieren que todos los partidos han perdido electores por comparación con las investigaciones realizadas antes del verano, debido al incremento de la abstención. La intención directa de voto implica, por comparación con los resultados reales de 1986, pérdidas superiores al 40% para AP y los partidos nacionalistas de izquierda y "otros", y pérdidas de un 15 por ciento para el PSOE, así como incrementos del 30% para el CDS, del 53% para IU, y del 27% para los nacionalistas de centro y derecha.

Estimación de voto La comparación entre los resultados de las elecciones generales de 1986 y la intención de voto estimada, según el modelo predictivo ASEP es (sobre 100 electores):

	<u>XI-88</u>	<u>1986</u>
AP	15,5%	18,1%
CDS	9,0	6,4
PSOE	24,1	30,7
IU	4,3	3,2
Nacionalistas C. y D.	7,6	5,6
Nacionalistas Iz. y Otros	3,8	6,8
Abstención	35,7	29,2

El dato más importante, por consiguiente, parece ser el fuerte incremento de la abstención. Y, por comparación con octubre, cierta recuperación de AP y mayor crecimiento de los nacionalistas de centro y derecha.

Utilización de Medios de Comunicación

- Prensa diaria - El porcentaje de lectores de diarios (el día anterior a la entrevista) se mantiene alrededor del 40%. El diario más leído sigue siendo, con gran diferencia, El País (11,9%), seguido de ABC y La Vanguardia.
- Revistas - También se mantiene estable la proporción de lectores de revistas (34%). La revista más leída resulta ser una vez más Pronto (6,5%), seguida de Hola, Semana e Interviú.
- Radio - La audiencia de radio se mantiene igualmente estable en alrededor de un 50%, y los mayores porcentajes de audiencia se dan por las mañanas, especialmente de 10 a 12. En Onda Media, RN-1, la SER y la COPE son las emisoras que registran un mayor nivel de audiencia, y en Frecuencia Modulada, Antena 3 mantiene su liderazgo, por escaso margen, sobre la SER.

Televisión

- Este mes de Noviembre la audiencia de TVE 1 se mantiene en el mismo nivel que en octubre, (77%), pero ha descendido una vez más la audiencia del segundo canal de Televisión Española (20%). Entre los canales autonómicos, el catalán sigue registrando la mayor proporción de teleespectadores en su región de origen.

Baja valoración de informativos de TVE

- La valoración de los telediarios mantiene el gran descenso que se observó desde Junio, siendo 6,6 la valoración media observada este mes de Noviembre.

Derecho a Discrepar, el programa mejor valorado

- De los cinco programas de Televisión por los que se ha preguntado, Tariro Tariro es el que tiene mayor audiencia (68%), seguido de Derecho a Discrepar (61%), Juzgado de Guardia y Gatos en el Tejado (50%), y Rocko pop (32%). Pero la mejor valoración la recibe Derecho a Discrepar (6,0), seguido de Juzgado de Guardia (5,7), Gatos en el Tejado (5,3), Tariro Tariro (5,0) y Rocko pop (4,4).

Exito del anuncio del perro

- El anuncio sobre "Aprender a ver televisión" (el del perro), ha sido con gran diferencia el que más ha gustado este mes.

Joaquín Prats, el de mejor imagen

- De los cinco comunicadores para los que se ha pedido la valoración este mes, todos tienen buena imagen. Joaquín Prats es conocido por el 91%, José María García por el 76%, Joaquín Arozamena por el 69%, Encarna Sánchez por el

57% y Emilio Romero por el 47%. La desventaja de la prensa frente a la TV y la radio es evidente. En cuanto a valoración, Joaquín Prats y Arozamena reciben las más altas (6,7), seguidos de José María García (6,2) y Encarna Sánchez (6,1), y de Emilio Romero (5,9).

Baja exposición
a medios

- La exposición a medios de comunicación de los españoles sigue siendo baja (83), y es menor cuanto más alta es la edad.

Cuadro 4.

Proporción de Entrevistados que No Realizan Nunca las Siguientes Actividades:

NOVIEMBRE/87-NOVIEMBRE/88

Ir a los Toros.....	86
Ir al Bingo o Casino	82
Viajar fuera de España.....	82
Jugar en las Máquinas Tragaperras.....	81
Ir a una biblioteca.....	76
Pedir dinero prestado a algún familiar..	76
Ir al fútbol	75
Ir a una conferencia.....	73
Ir a un concierto de música clásica.....	67
Ir a museos	67
Ir a Discotecas o Sala de Fiestas	64
Hacer gimnasia o deporte.....	64
Ir a espectáculos de variedades.....	64
Ir a un concierto de música moderna.....	63
Merendar en una cafetería.....	63
Ir al teatro.....	62
Ir a tomar copas.....	60
Cenar en un Restaurante.....	59
Conducir su coche.....	58
Jugar a las cartas, juegos de mesa.....	56
Escribir cartas.....	56
Comer en un Restaurante.....	54
Ir a tomar el aperitivo.....	53
Sentirse solo.....	50
Salir por la noche al cine (copas).....	48
Hablar de Política.....	47
Ir al cine.....	47
Jugar a las quinielas.....	46
Jugar a la Lotería Nacional.....	45
Participar en festejos públicos	44
Pensar en la muerte.....	42
Ir a misa.....	40
Leer un libro.....	40
Jugar a la Lotería Primitiva.....	37
Salir fuera de su ciudad o pueblo.....	36
Comprar el Cupón de la ONCE	35
Utilizar Transportes Públicos	34
Estudiar o leer para mejorar su -- formación	34
Invitar a amigos a casa.....	32
Discutir con familiares.....	31
Limpiar la casa	29
Cocinar	26
Sentirse deprimido.....	26

Cuadro 4. (Continuación)

Proporción de Entrevistados que No Realizan Nunca las Siguientes Actividades:

NOVIEMBRE/87-NOVIEMBRE/88

Oír música en casa	22
Ir a la farmacia.....	20
Ir al banco o caja.....	20
Trabajar en cosas de casa.....	18
Comprar productos alimenticios.....	18
Ir de compras.....	16
Oír música.....	16
Visitar a familiares.....	14
Pensar en el futuro.....	14
Pensar en los problemas del mundo.....	12
Pasear	8

Cuadro 5.

Imagen Social de Grandes Empresas

OCTUBRE-NOVIEMBRE/1.988

VALORACION MEDIA

	Alta (+6,0)	Media (4,5-6,0)	Baja (-4,5)
<u>Conocimiento</u>		Telefónica	
Alto 80%			
Medio 60-80%	El Corte Inglés Iberia REPSOL	Galerías Preciados RENFE Coca-Cola	* Tabacalera
Bajo 60%	IBM	Asisa	

* Imagen Controvertida

Cuadro 6

Imagen Social de Instituciones y Grupos Sociales

NOVIEMBRE-1.987/NOVIEMBRE-1.988

		<u>VALORACION</u>		
		Alta (+6,0)	Media (4,5-6,0)	Baja (-4,5)
<u>CONOCIMIENTO</u>				
	Alto (+85%)	Corona Correos Guardia Civil Cruz Roja	Gobierno Nación Seguridad Social Televisión Española Policía Nacional Prensa	* ETA Justicia
	(70-85%)	Universidad CEE Periodistas Iberia Defensor del Pueblo	Fuerzas Armadas Bancos Gobierno Autónomo Cajas de Ahorro CCOO Congreso de los Diputados Los Empresarios Senado RENFE INEM Iglesia	* Partidos Políticos * OTAN
Bajo (-70%)	Movimientos Pacifistas O.N.U. Tribunal Constitucional UNESCO	Bolsa UGT CEOE Poder Judicial Comité Olímpico Español		

* Imágen Controvertida

Cuadro 8.

Conocimiento y Valoraciones de Comunicadores Sociales

NOVIEMBRE 1.988

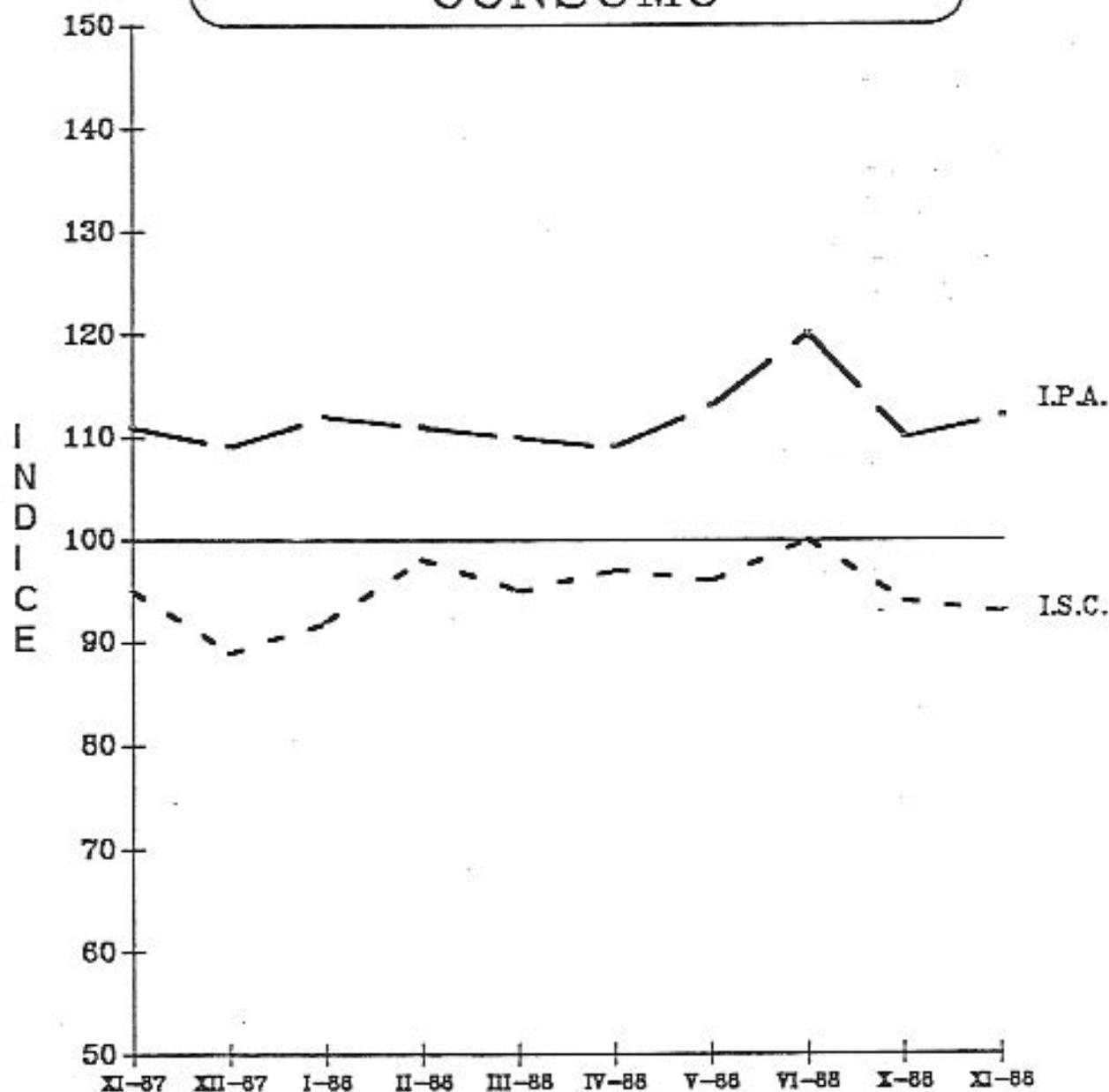
VALORACION MEDIA

	Alta (+5,5)	Media (4,0-5,5)	Baja (-4,0)
<u>CONOCIMIENTO</u>	-----		
Alto (+70%)	Joaquín Prats Jesús Hermida Iñaki Gabilondo José María García		

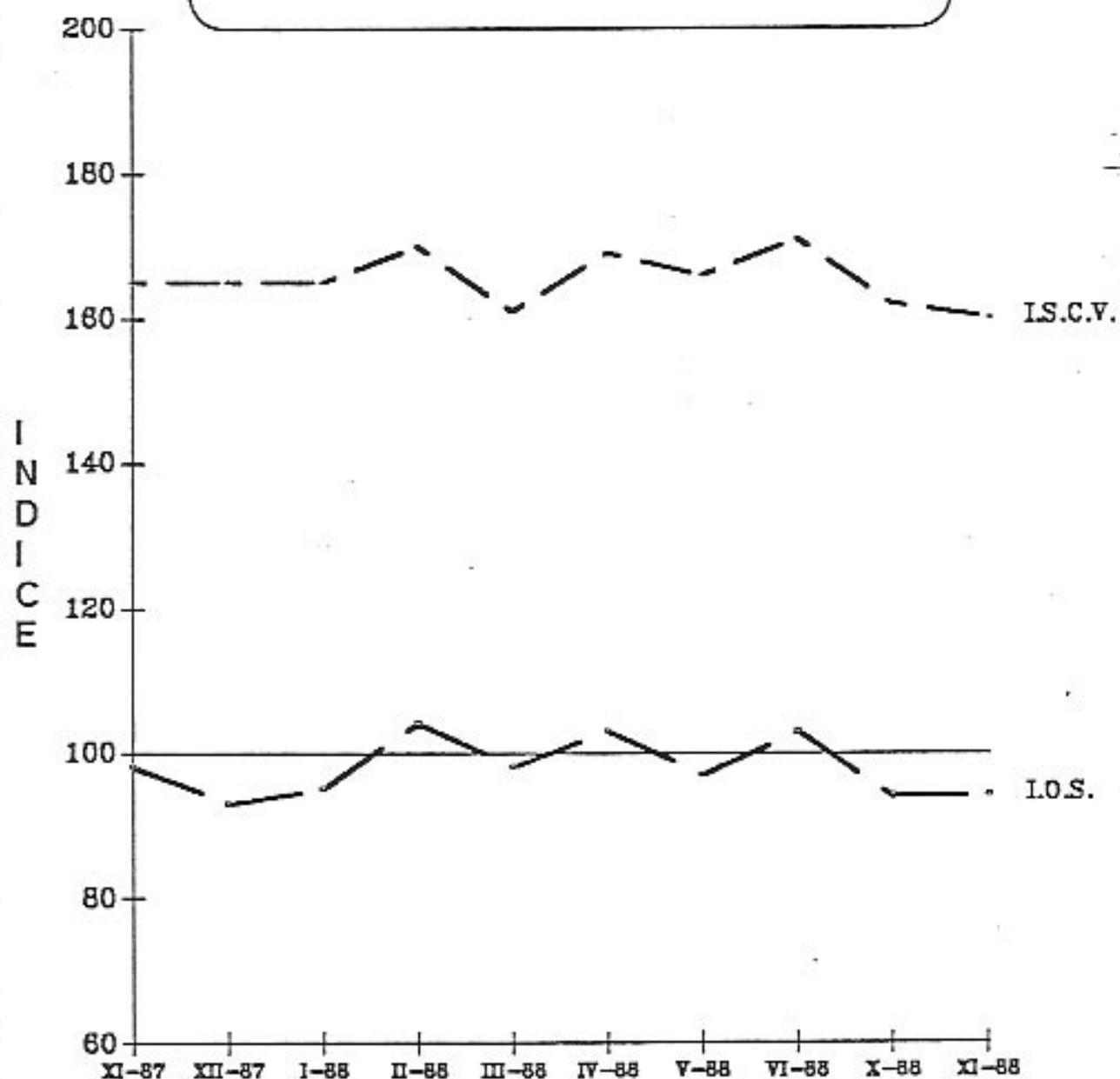
Medio (50-70%)	Rosa María Mateo Luis del Olmo Andrés Aberastury Joaquín Arozamena Encarna Sánchez		

Bajo (-50%)	Emilio Romero		

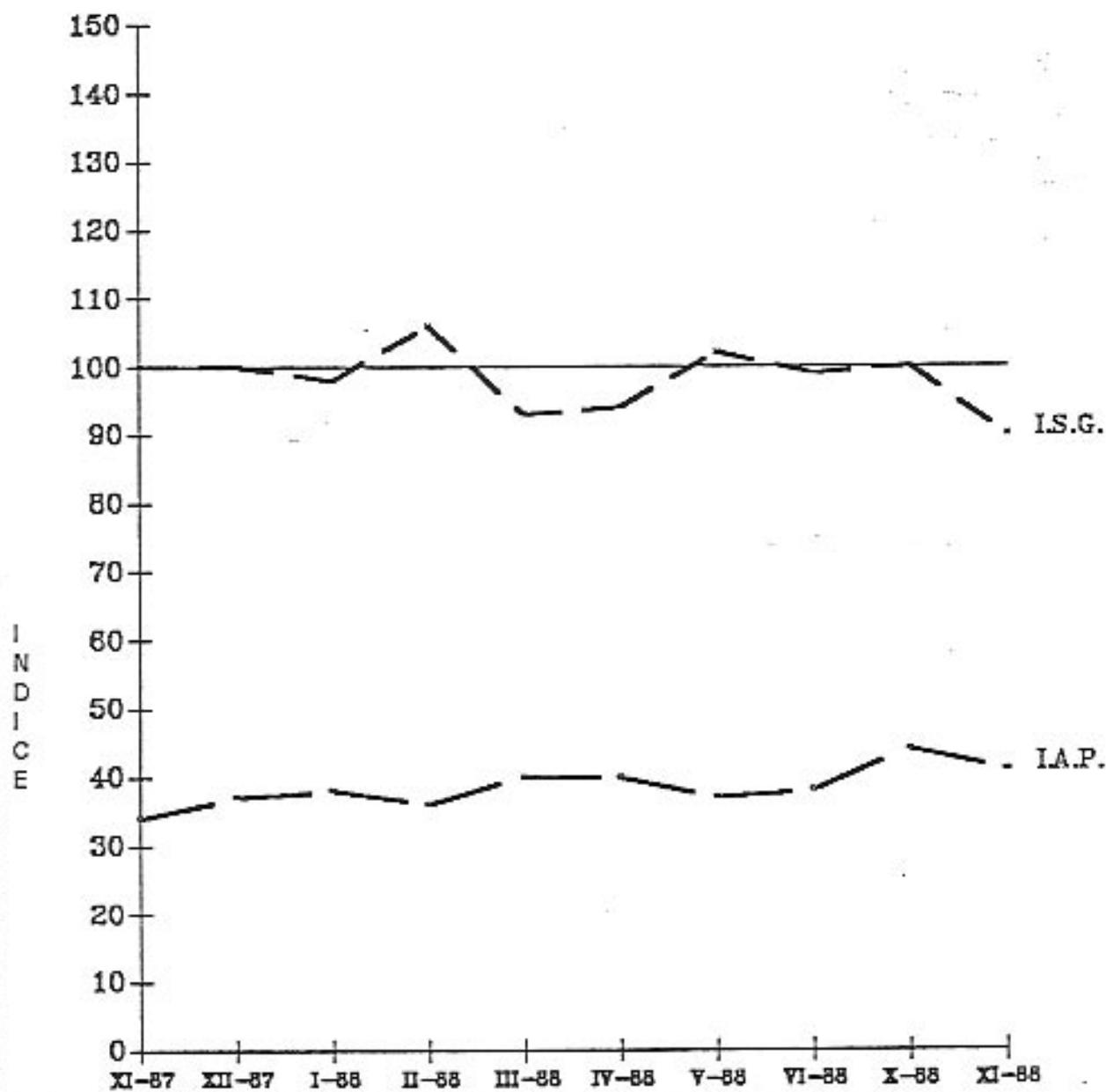
EVOLUCION DE LOS
INDICADORES
ECONOMICOS Y DE
CONSUMO



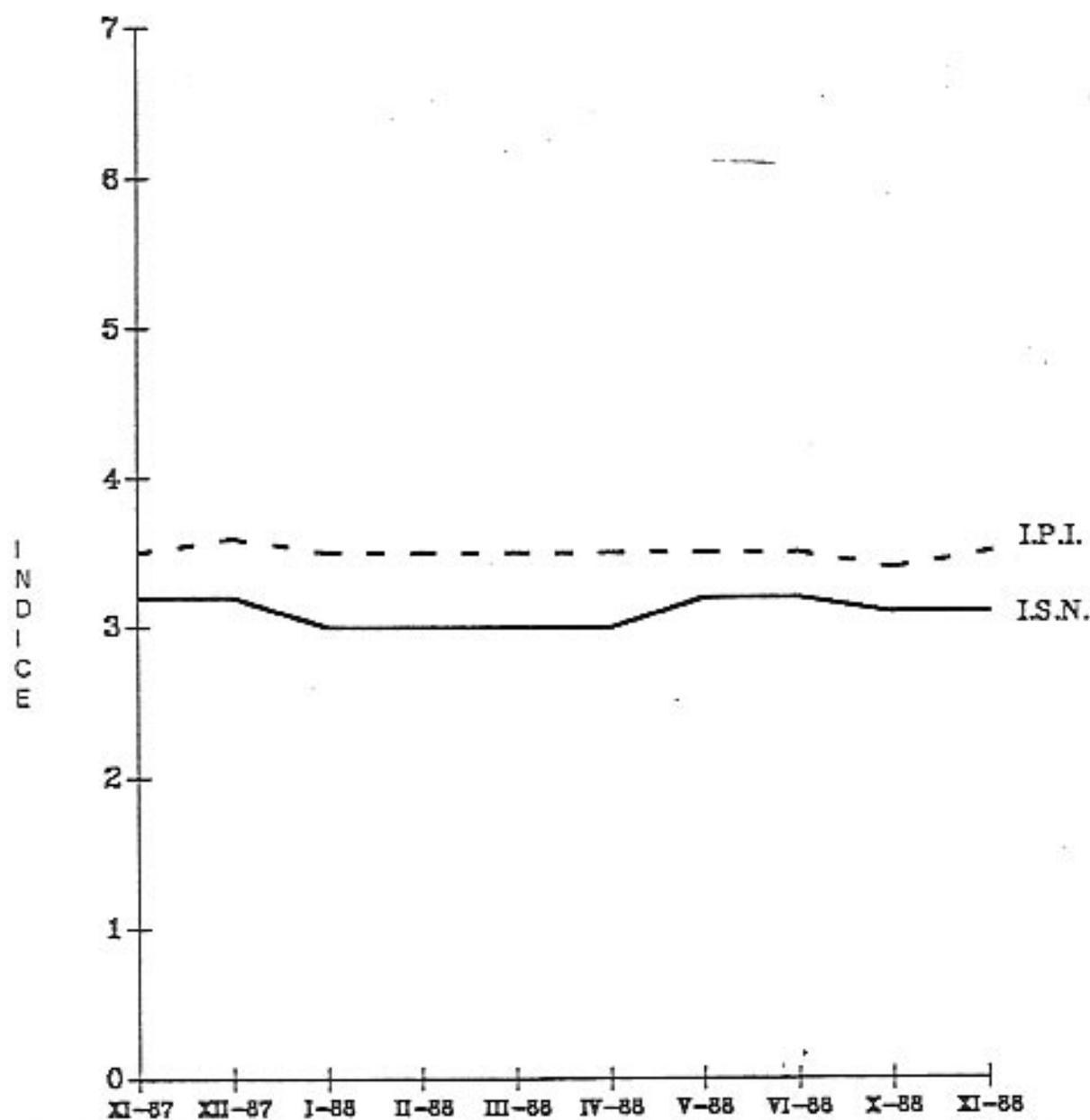
EVOLUCION DE LOS INDICADORES SOCIALES



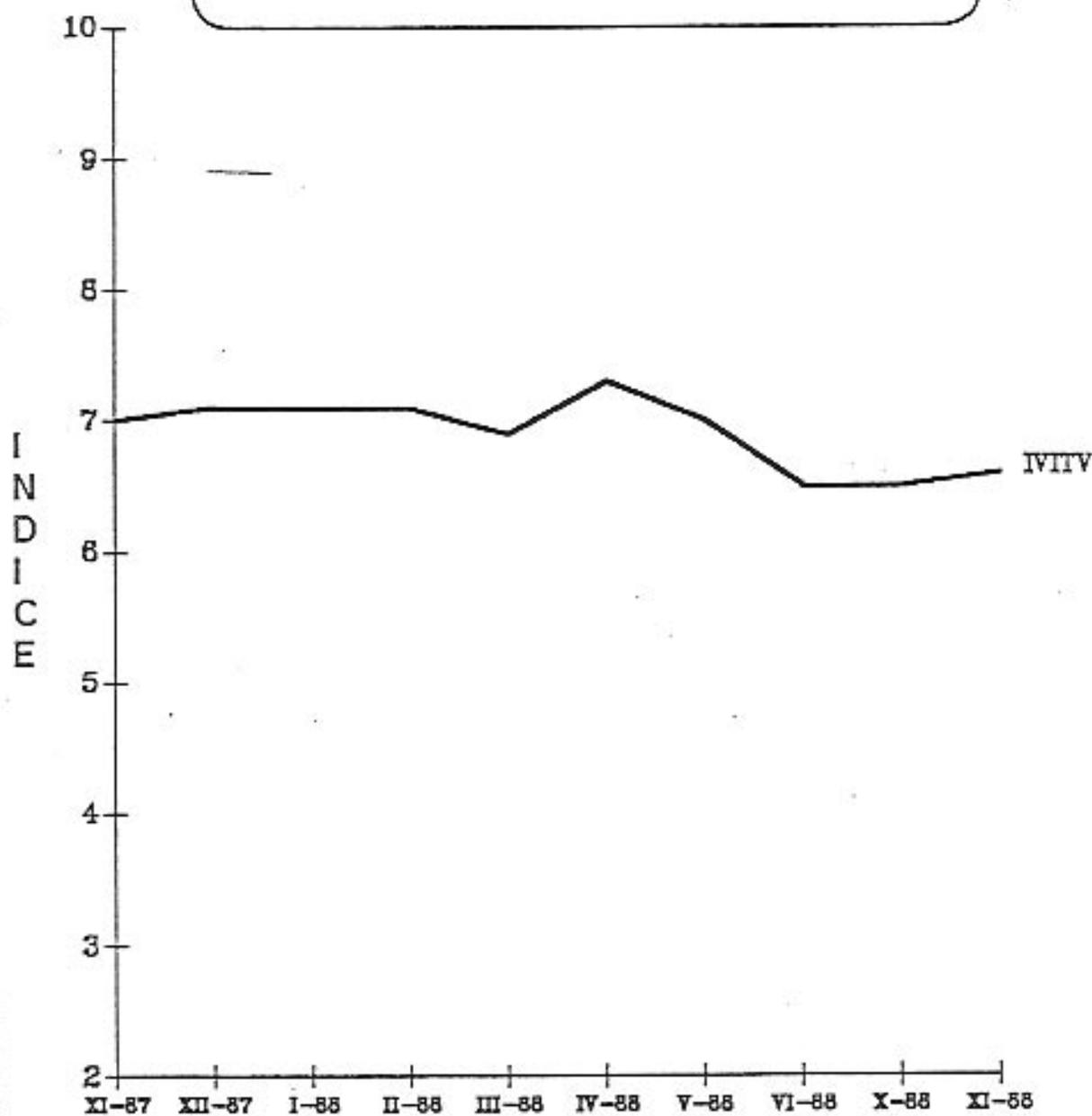
EVOLUCION DE LOS INDICADORES POLITICOS



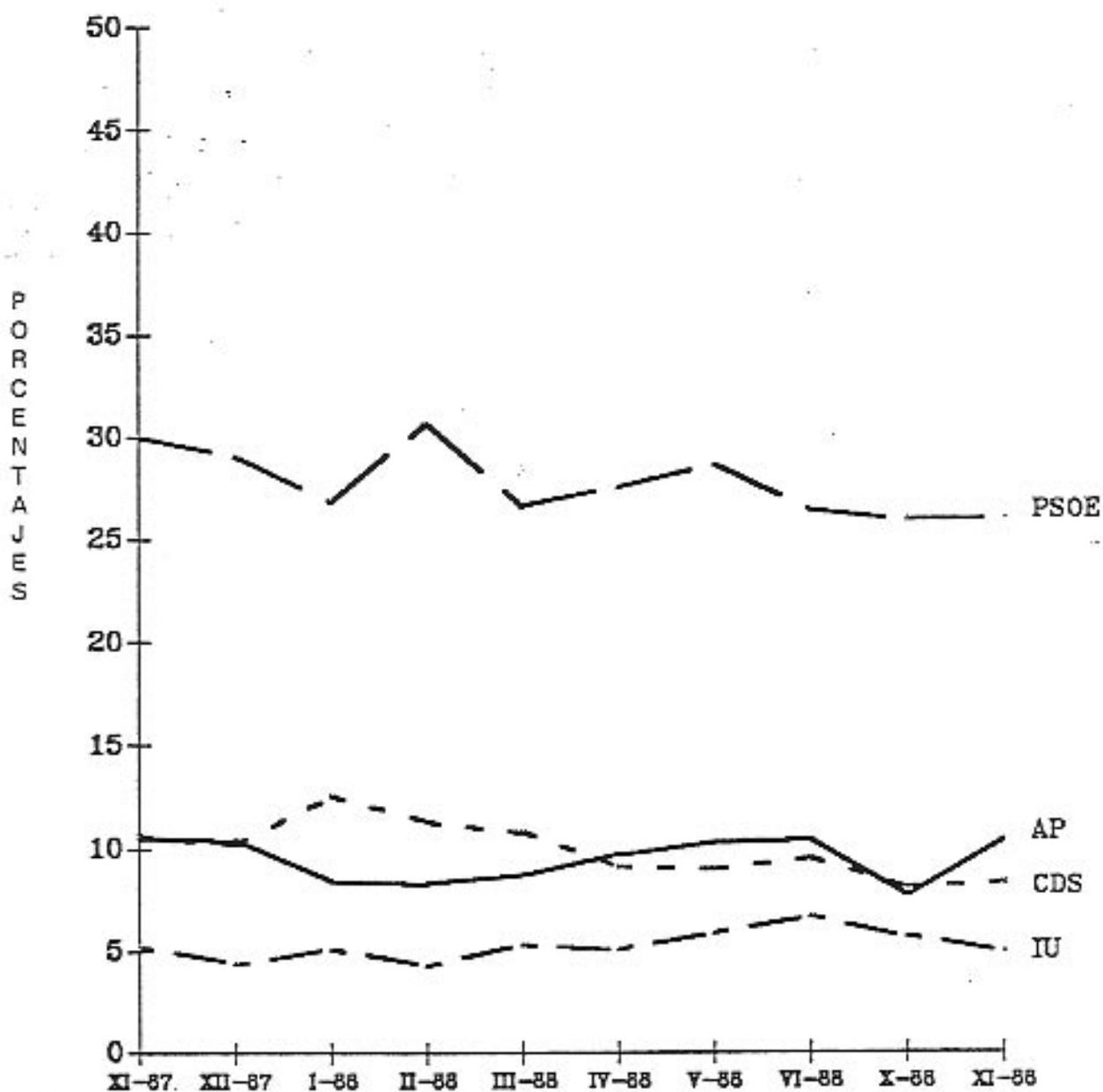
EVOLUCION DE LOS INDICADORES DE POSICIONAMIENTO IDEOLOGICO



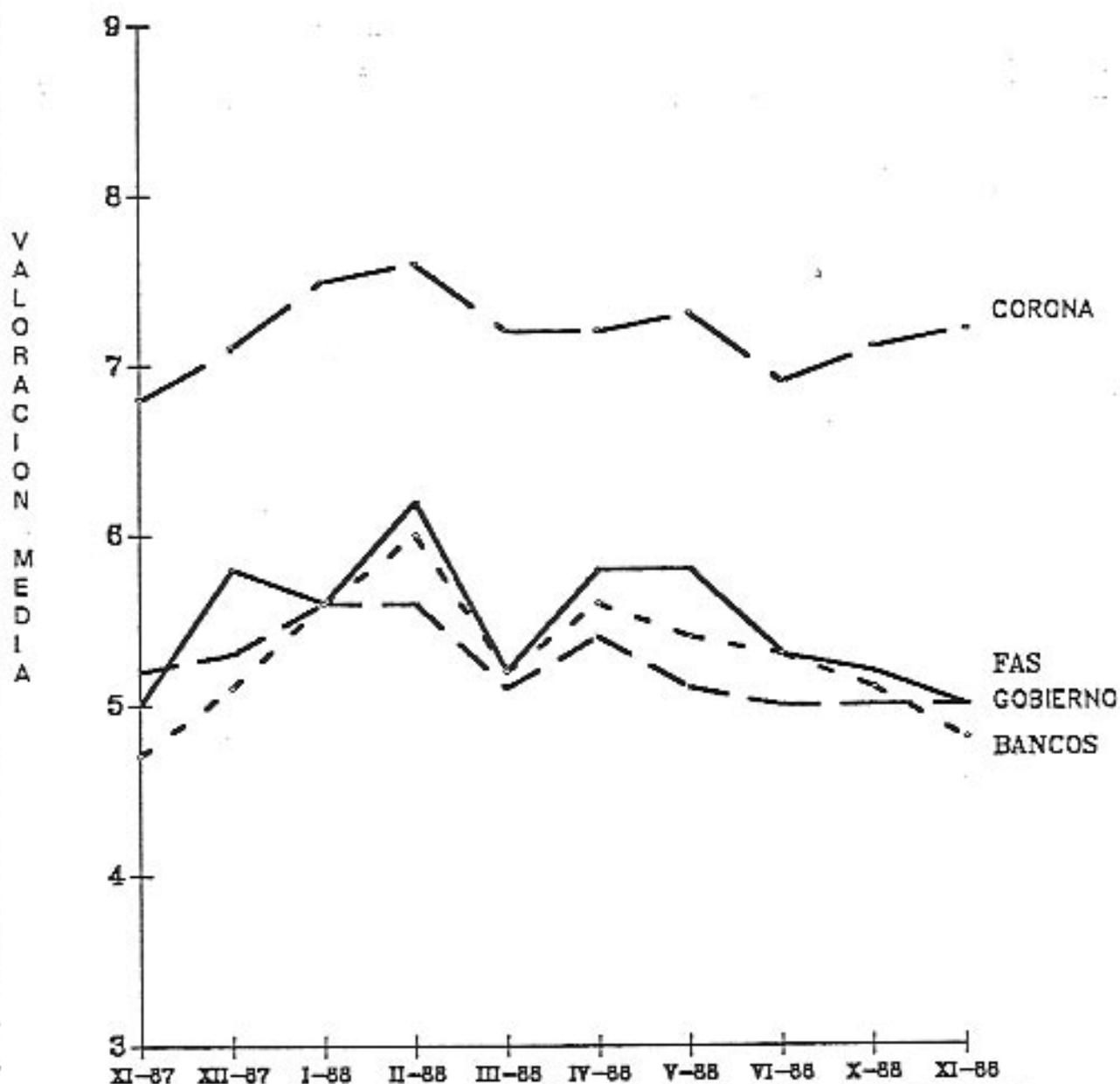
EVOLUCION DE LOS INDICADORES DE EXPOSICION A MEDIOS



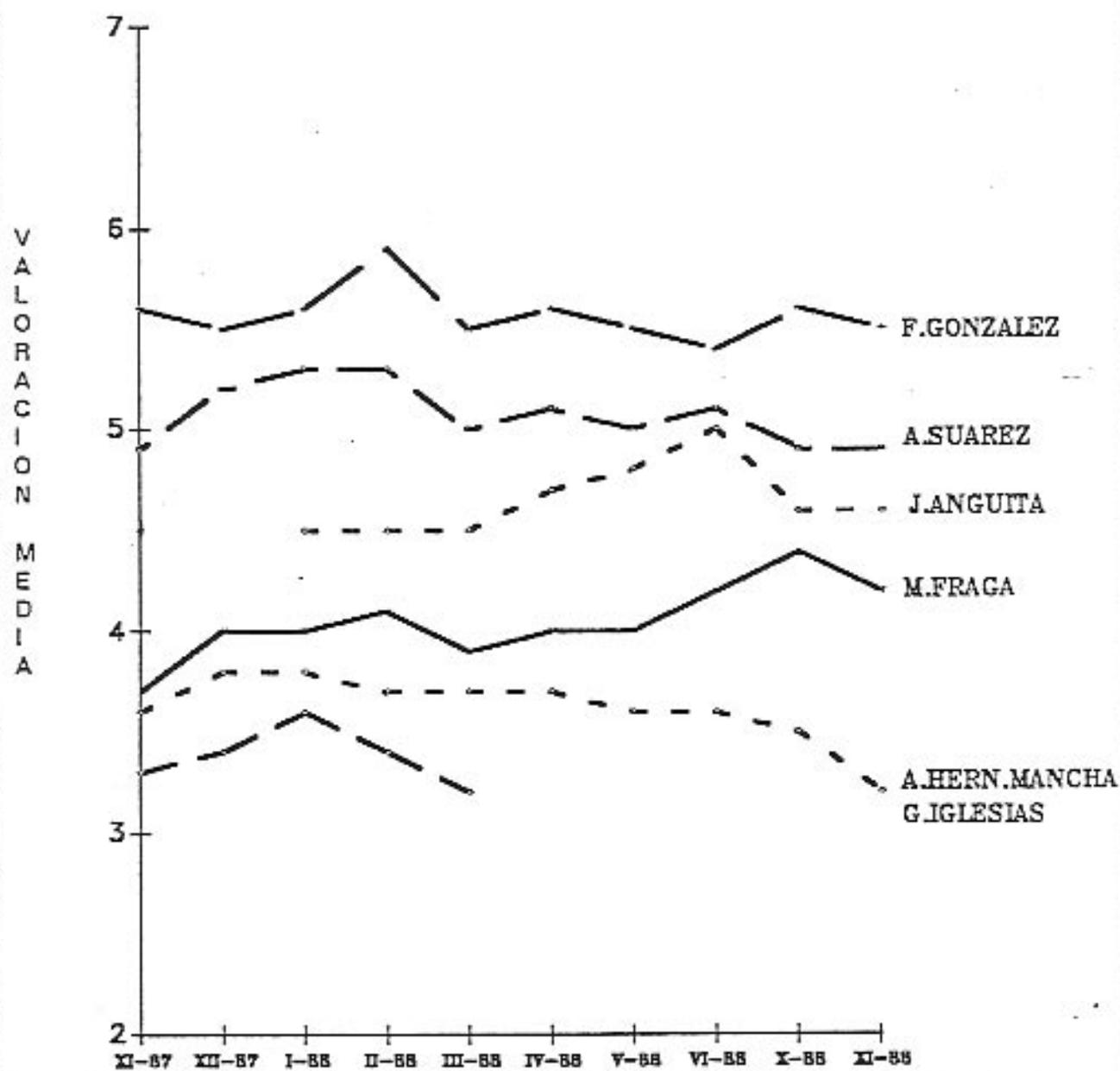
INTENCION DE VOTO DIRECTA



VALORACION DE LAS INSTITUCIONES



VALORACION DE LOS PRINCIPALES LIDERES POLITICOS



EVOLUCION DEL PORCENTAJE DE AUDENCIA MEDIOS DE COMUNICACION

