

BOLETIN A.S.E.P.
sobre
LA OPINION PUBLICA DE LOS ESPAÑOLES
ABRIL - 1.990

"FLASHES"

SE ACELERAN LOS CAMBIOS

Si en febrero se decía que había presagios de cambio y en marzo se observaba que algo había empezado ya a cambiar, los datos de este mes de abril parecen confirmar que los cambios son ya evidentes en la mayor parte de los indicadores, en el sentido de que la opinión pública española se muestra cada vez menos satisfecha (e incluso cada vez más insatisfecha), menos optimista (e incluso más pesimista) con diferentes aspectos de su vida.

En efecto, de acuerdo con los datos de este sondeo ASEP correspondiente al mes de abril, se observan cambios a peor en casi todos los indicadores:

- El índice del sentimiento del consumidor y el de evaluación de la situación económica vuelven a ser negativos, y casi los más bajos de los últimos diez meses.
- El índice de satisfacción con la calidad de vida, aún siendo bastante positivo, es el más bajo de los últimos diez meses, y el índice de optimismo está casi en el nivel de equilibrio.

- Y tanto el índice de satisfacción con el Gobierno como el de satisfacción con el funcionamiento de la democracia, aún siendo positivos, han descendido muy significativamente desde el mes pasado, siendo los más bajos desde el pasado mes de septiembre. Posiblemente, por ello, ha aumentado el índice de alienación política hasta el nivel que tenía antes del pasado mes de octubre.

- El Gobierno de la Nación vuelve a ser valorado más bajo que las Fuerzas Armadas (lo que no sucedía desde noviembre), y Felipe González obtiene su valoración más baja desde octubre (aunque sigue siendo el líder político mejor valorado).

- Pero lo más importante, y probablemente como consecuencia de todos los datos, se ha observado una significativa disminución de la intención directa de voto hacia el PSOE, que no solo es la más baja desde el pasado mes de junio, sino que, por primera vez, es inferior a los resultados reales de este partido en las elecciones de octubre de 1.989. Como es lógico, la intención de voto estimada también está por debajo de aquellos resultados reales, y es asimismo la más baja desde junio.

- Los acontecimientos recientes en la Europa del Este parecen explicar la progresiva, pero constante disminución de las intenciones de voto (directa y estimada) de IU, que aunque siguen siendo algo superiores a sus resultados reales de 1.989, están muy por debajo de los obtenidos en los sondeos de noviembre y diciembre (cuando su imagen parece haber estado en el momento más alto).

- El beneficiario de estos cambios parece ser el PP, cuya imagen pública parece haber mejorado muy significativamente desde las elecciones de octubre, aunque su intención estimada de voto parece mantenerse en el nivel de sus resultados reales de entonces (lo que no es poco, teniendo en cuenta la disminución ya señalada del PSOE y la del CDS, así como el incremento de la abstención estimada).

En resumen, los datos de abril parecen confirmar que las cosas se le pueden estar poniendo más difíciles al Gobierno, con una tendencia que parece clara desde enero, y que según todos los indicios podría estar acelerándose, (lo que a su vez podría repercutir sobre las próximas elecciones en Andalucía).

Los datos sobre comportamientos electorales para este mes de abril son los siguientes:

	Resultados X/89	Recuerdo de Voto	Intención Directa de Voto	Estimación de Voto ASEP
PP	17,9%	12,7%	13,8%	17,7%
CDS	5,5	2,8	2,8	4,2
PSOE	27,4	31,7	25,8	23,1
IU	6,3	7,7	7,3	6,6
Nac. Derecha	7,2	5,3	5,7	7,6
Nac. Izquierda	1,8	1,4	1,6	2,0
Otros	2,9	1,4	2,3	3,8
Abstención	31,0	18,9	10,2	35,0
NS/NC	-	18,1	30,5	-
Total	100,0	100,0	100,0	100,0

LA SITUACION POLITICA

A pesar de todo, no debe olvidarse que el PSOE sigue teniendo un fuerte apoyo en el electorado, y varios datos respaldan esta afirmación.

- En primer lugar, sigue observándose una importante diferencia entre la intención de voto (directa o estimada) del PSOE respecto a la del PP.
- La valoración de Felipe González sigue siendo mucho más alta que la de José M^a Aznar.
- La opinión pública es controvertida respecto a la pérdida de prestigio del PSOE y el incremento de la del PP, y también es controvertida respecto a que los resultados favorables del PP en Melilla presagien una próxima victoria del centro derecha en unas elecciones generales. E incluso se observa controversia respecto a que Felipe González debiera cesar a Alfonso Guerra y cambiar a la mayor parte de sus ministros.

En otro orden de consideraciones, debe resaltarse que, según los datos de este mes, los españoles no temen que la reunificación de Alemania pueda tener consecuencias negativas para nuestra economía nacional.

Sistema de Indicadores Sociales ASEP

- El sistema de indicadores refleja, en su conjunto, una situación todavía ligeramente favorable al Gobierno, (pero bastante menor que en meses precedentes y con una clara tendencia a empeorar), una situación social de menor satisfacción, optimismo y confianza, e incluso de insatisfacción y desconfianza que comienza a reflejar el desgaste del Gobierno desde las elecciones de octubre del '89, la crítica que el PSOE y el Gobierno están recibiendo de los medios de comunicación, así como las confrontaciones que se han producido en el seno del propio PSOE. El caso Guerra sigue siendo el principal factor responsable de esta erosión, pero a este se ha añadido el conflicto a propósito del nombramiento de candidato a la Presidencia de la Junta de Andalucía.

- Los indicadores económicos y de consumo reflejan este mes un nivel inferior al de estos últimos meses, lo que se plasma otra vez en el valor negativo de los dos indicadores más significativos, el ISC (sentimiento del consumidor) y el IESE (evaluación de la situación económica), tal y

como se observó el pasado mes de marzo. Es posible, además, que estos indicadores sean todavía mas negativos los próximos meses, a causa de las dificultades económicas (con reflejo en el consumo) que probablemente se plantearán.

- Los indicadores sociales muestran pocas variaciones, ya que continúa la satisfacción con la calidad de vida (siempre en un nivel muy alto, aunque muy inferior este mes, hasta el punto de ser el valor más bajo de los últimos diez meses), se mantiene estable una práctica religiosa media, y se consolida la proporción (un tercio) de post-materialistas. Pero el índice de optimismo, mas sensible a los cambios en la situación social, aunque sigue siendo positivo, está solo ligeramente por encima del nivel de equilibrio, y posiblemente disminuirá en los próximos meses.

- Los indicadores políticos muestran una vez mas que la proporción de satisfechos con el Gobierno es sólo algo mayor que la de los insatisfechos, encontrándose en el nivel más bajo de los últimos siete meses, al igual que sucede con el funcionamiento de la Democracia, (la satisfacción es alta pero muy inferior a la de los siete meses precedentes), habiendo aumentado también el nivel de alienación política de los últimos meses. Los españoles

siguen autoposicionándose entre el centro y el centro izquierda, y se consideran mayoritariamente tan españoles como nacionalistas (con cierto mayor predominio de los primeros).

- La exposición a medios sigue siendo baja.
- Y la intención de voto directa muestra el mantenimiento del crecimiento experimentado en febrero por el PP, un nuevo descenso del CDS (que se encuentra en su nivel más bajo de los últimos diez meses), valores relativamente inferiores para el PSOE (que por primera vez desde las elecciones de octubre tiene una intención de voto inferior a sus resultados reales de entonces), cierto descenso del voto a otros partidos, cierto crecimiento de la abstención decidida, y un fuerte aumento de los indecisos. En cuanto a la estimación de voto, y por comparación con los resultados reales de 1.989, se observa un descenso importante del PSOE, (que pierde cuatro puntos porcentuales respecto a octubre'89), un aumento de IU, (aunque menor que el de los últimos cuatro meses), resultados relativamente similares para el PP, los nacionalistas de centro y derecha, de izquierda y "otros" partidos, un importante descenso para el CDS, y un fuerte incremento de la abstención.

- La interpretación que estos datos sugieren, como en meses anteriores, es que las confrontaciones políticas en que se ha visto envuelto el Gobierno, y de manera especial el caso "Guerra", han provocado cierto desencanto con la política, que se manifiesta en un aumento de la alienación y de la abstención, así como en una pérdida ya evidente de electores del PSOE, mientras que el PP parece estar manteniendo su electorado y mejorando su imagen pública.

Cuadro 1.

Sistema de Indicadores Sociales ASEP

	V-89	VI-89	IX-89	X-89	XI-89	XII-89	I-90	II-90	III-90	IV-90
<u>ECONOMICOS Y DE CONSUMO</u>										
1 - ISC	97	95	97	100	101	100	100	100	96	96
2 - IPA	106	110	117	115	114	117	116	119	119	118
3 - IESE	94	91	97	100	103	101	103	100	94	93
4 - IGA	38,9	39,1	40,5	42,6	41,3	40,9	43,0	40,9	43,2	42,9
<u>SOCIALES</u>										
5 - ISCIV	166	166	169	169	167	173	168	170	174	164
6 - IOS	103	100	99	105	102	102	101	105	101	102
7 - IPR	2,6	2,6	2,6	2,5	2,6	2,5	2,4	2,5	2,5	2,5
8 - IPM	25	30	30	27	30	31	32	34	30	32
<u>POLITICOS</u>										
9 - ISD	128	124	130	128	143	146	140	137	138	129
10 - ISG	95	97	108	110	113	123	114	108	108	102
11 - IAP	43	45	42	41	31	34	35	32	34	40
12 - IP1	3,4	3,2	3,4	3,3	3,2	3,3	3,3	3,4	3,4	3,4
13 - ISN	3,4	3,3	3,3	3,3	3,2	3,3	3,1	3,1	3,1	3,2
<u>MEDIOS DE COMUNICACION</u>										
14 - IEMC	-	-	39	41	38	38	37	39	39	37
<u>INTENCION DIRECTA DE VOTO</u>										
- PP	9,6	7,3	8,1	7,7	13,0	11,5	11,0	14,7	15,0	13,8
- CDS	8,6	6,3	3,8	4,6	3,0	3,8	4,1	3,5	2,9	2,8
- PSOE	27,0	25,1	28,4	30,4	31,9	29,8	30,8	30,9	29,5	25,8
- IU	5,1	6,8	8,2	7,0	11,1	11,1	8,4	8,5	7,2	7,3
- Otros	7,1	9,2	9,4	9,4	10,0	9,4	10,8	9,7	10,8	9,6
- No Votará	12,5	15,3	8,2	9,0	7,1	8,2	8,3	14,7	9,7	10,2
- NS/NC	30,1	30,0	33,9	31,9	23,9	26,2	26,6	18,0	24,9	30,5
<u>INTENCION DE VOTO ESTIMADA</u>										
- PP	15,7	13,6	15,5	13,8	19,5	17,7	16,5	19,3	18,9	17,7
- CDS	9,0	8,5	6,1	6,9	4,6	5,1	5,5	4,4	3,5	4,2
- PSOE	23,7	22,2	26,7	26,9	30,7	27,9	27,7	28,3	26,1	23,1
- IU	4,7	6,9	7,6	7,2	10,8	11,5	9,2	8,6	8,1	6,6
- Nacional Derecha	4,8	6,1	6,7	6,3	7,1	7,9	8,0	7,3	7,2	7,6
- Nacional Izquierda	4,6	4,0	2,3	3,4	1,6	1,3	2,0	1,0	1,8	2,0
- Otros	2,7	2,3	4,2	4,5	4,1	4,0	4,3	4,5	4,1	3,8
- Abstención	34,8	36,4	30,9	31,0	21,6	24,6	26,8	26,6	30,3	35,0

Cuadro 2.

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

INDICADORES:	IV-90

Total	(1.218)
<u>Propensión al Ahorro</u>	
Ahorran	28%
Se Endeudan	10
<u>Satisfacción con Calidad de Vida</u>	
Satisfechos	78%
Insatisfechos	14
<u>Optimismo Personal</u>	
Optimistas	22%
Pesimistas	21
<u>Evaluación Situación Económica</u>	
Optimistas	18%
Pesimistas	25
<u>Satisfacción con Democracia</u>	
Satisfechos	56%
Insatisfechos	27
<u>Satisfacción con Gobierno</u>	
Satisfechos	42%
Insatisfechos	40
<u>Posicionamiento Ideológico</u>	
Izquierda	38%
Centro	9
Derecha	16
<u>Sentimiento Nacionalista</u>	
Más nacionalistas	21%
Más españoles	29
<u>Práctica Religiosa</u>	
Alta	22%
Baja	46
<u>Exposición a Medios</u>	
Alta	2%
Baja	65
<u>Postmaterialismo</u>	
Materialistas	68%
Post-materialistas	32
<u>Posición Social</u>	
Alta	20%
Baja	37
<u>Intención de Voto Directa</u>	
PP	14%
CDS	3
PSOE	26
IU	7

Actitudes Económicas y de Consumo

- Se mantiene la propensión al ahorro - Se mantiene el índice de propensión al ahorro como en meses anteriores, y por tanto continúa siendo positivo.
- Se confirma el pesimismo sobre la situación económica - De los cuatro componentes del sentimiento del consumidor (situación económica personal y de España, presente y futura), solo uno es este mes positivo aunque inferior al de marzo, el correspondiente a la evolución futura de la situación económica personal. Los cuatro índices ofrecen por tanto una evaluación de la situación económica peor que la de febrero, confirmando así el empeoramiento de marzo, ya que sus valores son en todos los casos muy similares a los de marzo, y tres de ellos están por debajo del nivel de equilibrio.
- Disminuye el gasto promedio de los hogares en alimentación, y aumentan los gastos en gasolina - Los españoles han gastado en marzo un promedio de 42.900 ptas. en alimentación en casa, 15.400 ptas. en gastos de casa, 3.800 ptas en productos de belleza y aseo, 7.000 ptas. en gastos de vacaciones de Semana Santa, y 6.400 ptas. en gasolina.

Continúa la Satisfacción General con la calidad de vida, pero con tendencia a disminuir

- Siguen siendo muchos más los españoles satisfechos que los insatisfechos con su calidad de vida en general, aunque la diferencia se ha reducido mucho este mes.

Los españoles no creen que la unificación alemana tenga consecuencias negativas para España

- La opinión pública española se muestra muy de acuerdo con la afirmación de que:

"La reforma fiscal prevista por el Gobierno solo servirá para que todos paguemos más a Hacienda".

Pero existe controversia de opiniones respecto a las siguientes frases:

"El Gobierno debería prohibir las huelgas de servicios públicos, como por ejemplo transportes, servicios de limpieza, sanidad, etc", y

"Se diga lo que se diga, la política económica del Gobierno es la mejor posible en estos momentos".

Y se observa un claro desacuerdo con la afirmación de que:

"La unión de las dos Alemanias tendrá consecuencias negativas para la economía española".

Philips, la mejor empresa en el sector de aparatos de televisión, videos, etc.

- Al preguntar por la mejor empresa en el sector de aparatos de televisión, videos, etc., la más mencionada fue Philips, con cierta diferencia sobre Sony y Sanyo.

El BBV, el banco con más clientes

- El 83% 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. (8%), después de las Cajas de Ahorro en su conjunto (79%).

Actitudes y Comportamientos Políticos

Actitudes

Básicas

- El electorado español se autoposiciona ideológicamente sobre todo en la izquierda (39%), y en proporción inferior en el centro (9%) y en la derecha (16%), lo que implica este mes cierto descenso de la izquierda, y una nueva disminución del centro. Un 22% afirma tener una práctica religiosa alta, mientras que alrededor de la mitad (46%) dicen que su práctica religiosa es baja. Casi la mitad de los entrevistados (46%) se consideran tan españoles como nacionalistas, pero la proporción que se considera más español (28%) es superior a la que se considera más nacionalista (21%). Finalmente, un tercio de los entrevistados (32%) pueden ser considerados como post-materialistas (con ideas más progresistas, vanguardistas).

Imagen de

Instituciones

- De las instituciones y grupos por los que se ha preguntado este mes, todos ellos, La Corona, el Gobierno de la Nación, Las Fuerzas Armadas, los Bancos, la Guardia Civil, ETA y el Congreso de los Diputados, son conocidos por más del 75% de los entrevistados. La valoración, en una escala de 0 a 10 puntos ha sido: La Corona (7,1), la Guardia Civil (6,4), las Fuerzas Armadas (5,9), el Gobierno de la Nación (5,5), el Congreso de los Diputados (5,4), los Bancos (4,8), y ETA (0,3).

Ranking de
Conocimiento
de Instituciones

- Las instituciones sobre las que ha opinado al menos un 85 por ciento de la población durante los últimos doce meses son TVE, la Seguridad Social, la Justicia, el Cuerpo Nacional de Policía, la Corona, el Gobierno de la Nación, ETA, la Guardia Civil y los políticos.

Ranking de
Valoración de
Instituciones

- Pero solo tres han recibido a lo largo de este período de tiempo una valoración superior a 6,5 puntos: La Corona, la ONU, y la Universidad.

Imagen de
Personajes
Públicos

- En cuanto a los líderes políticos incluidos en el sondeo de abril, los más conocidos son Felipe González, Adolfo Suárez y Guerra (por más del 80% de los entrevistados), seguidos de Aznar y Anguita (por más del 75%), de Solchaga, Serra y Javier Solana, (por más del 60%), y de Rojas Marcos (por más del 40%). La valoración más alta corresponde a Felipe González (5,6), seguido de Anguita (4,9), Aznar (4,5), Suárez y Solchaga (4,0), Guerra, Javier Solana y Serra (3,9), y Rojas Marcos (3,8). Además, Guerra, Serra y Aznar tienen una imagen muy controvertida.

Ranking de
Conocimiento
de Líderes

- De los 36 líderes y personajes públicos por los que se ha preguntado durante los últimos doce meses, sólo siete son conocidos por al menos un 80 por ciento de los españoles: la Reina D^a Sofía, el Príncipe Felipe, Felipe González, Adolfo Suarez, Manuel Fraga, Alfonso Guerra y Mijail Gorbachov.

Ranking de
Valoración
de Líderes

- Y solo siete de los treinta y seis superan una puntuación de 5 puntos: la Reina D^a Sofía, el Príncipe Felipe, Gorbachov, Samaranch, Morán, Felipe González y Fernández Ordoñez.

Los españoles
creen que
Adolfo Suárez
no tiene nada
que hacer en
política.

- Los españoles están claramente de acuerdo con la siguiente afirmación:

"Adolfo Suárez no tiene nada que hacer en política".

- La opinión pública es bastante controvertida respecto a las cuestiones siguientes:

"Después de la moción de confianza, Felipe González debería cesar a Alfonso Guerra y cambiar a la mayor parte de los Ministros",

"Cada vez es más evidente la pérdida de prestigio del PSOE y el aumento del prestigio del PP", y

"La reciente victoria del PP en Melilla y el Congreso de este partido hacen cada vez más propable la victoria del centro derecha en las próximas elecciones".

Los españoles valoran positivamente los preparativos para los Juegos Olímpicos y el proyecto de incompatibilidades a parlamentarios

- En relación con la política y actuaciones recientes del Gobierno, se ha observado una opinión muy favorable respecto a:

"El proyecto de ley para hacer incompatible a los parlamentarios el ejercicio de otras actividades profesionales", y

"Las obras y preparativos para los Juegos Olímpicos de Barcelona".

Pero se observa una fuerte controversia de opiniones respecto a:

"La entrada en vigor de las supermultas de tráfico", y

"La estrategia que está siguiendo el Gobierno en su lucha contra el terrorismo".

Se mantiene cierta satisfacción con el Gobierno de la Nación y mas aún con el funcionamiento de la Democracia

- El Índice de satisfacción con el Gobierno se encuentra este mes nuevamente algo por encima del nivel de equilibrio (los satisfechos son más que los insatisfechos), pero está en su nivel más bajo de los últimos siete meses. Y persiste un grado alto de satisfacción con el funcionamiento de la democracia, (aunque muy inferior al de meses precedentes).

Utilización de Medios de Comunicación

Prensa diaria

- El porcentaje de lectores de diarios (el día anterior a la entrevista) sigue sin superar el 50 por ciento. El diario más leído sigue siendo, con gran diferencia, El País (8,0%), seguido de El Periódico, Diario 16 y ABC. Por comparación con el mes anterior, parece observarse cierto descenso de lectores en El País y ABC, y un crecimiento de El Periódico y Diario 16. Debe resaltarse que El Mundo llega al 1,8 por ciento, a pesar de lo reciente de su lanzamiento.

Revistas

- También se mantiene estable la proporción de lectores de revistas entre el 30 y el 36 por ciento. La revista más leída resulta ser Pronto (5,9%), seguida de Hola, Semana, Tiempo, Lecturas e Interviú. Se mantiene por tanto, con pequeñas variaciones, el ranking del mes pasado, aunque en general disminuye la lectura de casi todas las revistas.

Radio

- La audiencia de radio es del 53%. En Onda Media, RNE-1, vuelve a ser este mes la emisora más escuchada, seguida de la COPE y de la SER casi en igual proporción, como el mes pasado. En Frecuencia Modulada, la SER supera ligeramente este mes otra vez a ANTENA-3, pero ambas emisoras registraron una audiencia muy superior al resto de las cadenas.

Televisión

- Casi tres de cada cuatro españoles mayores de 18 años ve TVE-1, y algo menos de la mitad ve TVE-2. Un 31% de la población española ve alguno de los canales autonómicos, proporción que ha sido este mes mayor en Galicia, (62%) e inferior en Madrid (23 por ciento).
- Debe resaltarse que un 11% de los entrevistados dicen ver Telecinco, y que un 5% ven Antena 3.

Telediarios

- La audiencia de telediarios es casi igual este mes para la primera y segunda edición (33 y 30%), pero disminuye mucho respecto al de la noche (11%), Noticias 2 (6%) y Buenos Días (1%). Los datos, no obstante, son muy similares a los de meses anteriores.

Programas de TV que más han gustado

- Los programas que más han gustado son los concursos, las películas y los magazines, ya que han sido citados por entre un 16 y un 10 por ciento de la población, respectivamente.

Las Películas y El Tiempo es Oro los más mencionados

- En cuanto a programas concretos, los más mencionados este mes son Películas (93 citas), El Tiempo es Oro (87), El Precio Justo (64), Telediario (49) y El Martes que Viene (44), y todos los demás programas mencionados son citados por 40 entrevistados o menos.

El anuncio de Coca-Cola es el más recordado

- El anuncio de Coca-Cola es este mes el más recordado como el que más ha gustado (con 55 menciones), seguido del de Kas (41 menciones).

- Camilo José Cela - De los cinco comunicadores sociales por los que se ha preguntado este mes, Camilo José Cela es el más conocido (71%), seguido de Narciso Ibañez Serrador (66%), Lidia Bosch (36%), Amando de Miguel (20%) y Jesús Cacho (7%). En cuanto a valoración, el orden de este mes ha sido: Narciso Ibañez Serrador (7,0), Cela (6,7), Lidia Bosch (6,0), Amando de Miguel (5,6) y Jesús Cacho (5,2).
- el comunicador más conocido,
- e Ibañez Serrador
- el más valorado
- Ranking de
- Conocimiento de
- Comunicadores
- En el ranking de conocimiento de los últimos doce meses destacan Joaquín Prats, Jesús Hermida, Concha Velasco, Mercedes Milá, Iñaki Gabilondo, Mayra Gómez Kemp, José María García, Rosa Mª Mateo, Pepe Navarro, Julia Otero y Camilo José Cela (conocidos por más del 70%).
- Ranking de
- Valoración de
- Comunicadores
- Y en el ranking de valoración, Iñaki Gabilondo, Julia Otero, Constantino Romero, Rosa Mª Mateo, Manuel Campo, Ibañez Serrador, Luis del Olmo, Paco Lobatón, Forges, Lalo Azcona, Joaquín Prats, Aberastury, Mercedes Milá, Camilo José Cela, Martín Ferránd, Joaquín Arozamena, Jesús Hermida, María Escario, Eduardo Sotillos, Juan Luis Cebrián y José Luis Balbin sobrepasan los 6,5 puntos.

Los españoles creen que todas las revistas de información general dicen lo mismo

Se observa un alto grado de acuerdo respecto a una de las cuestiones que se han planteado este mes en relación con los medios de comunicación:

"Todas las revistas de información general dicen lo mismo".

Pero se observa una fuerte controversia respecto a:

"Comparando prensa, radio y televisión, es evidente que la mejor manera de estar informado es leyendo los periódicos", y

"La programación de canales privados de televisión es mejor que la de televisión estatal".

Y un alto grado de desacuerdo respecto a las afirmación:

"La mayor parte de las veces que escucho la radio no se la emisora que estoy oyendo".

Cuadro 3.

Conocimiento y Valoración de Instituciones y Grupos Sociales

ABRIL 1.990

	<u>VALORACION</u>		
	Alta (+6,0)	Media (4,5-6,0)	Baja (-4,5)
<u>CONOCIMIENTO</u>	Corona Cuerpo Nacional de Policía Guardia Civil	Gobierno Nación Seguridad Social Televisión Española	Justicia ETA
Alto (+85%)			
	Universidad CEE	Fuerzas Armadas Bancos Congreso de Los Diputados Los Empresarios Los Sindicatos Los Jueces Telefónica	Partidos Políticos Los Políticos OTAN
Medio (70-85%)			
	Junta Electoral ONU	Organiz. Empresariales	
Bajo (-70%)			

Cuadro 4.

Conocimiento y Valoración de Personajes Públicos

ABRIL 1990

		<u>VALORACION</u>		
		Alta (+5,5)	Media (4,0-5,5)	Baja (-4,0)
<u>CONOCIMIENTO</u>	Alto (+70%)	Reina D ^a Sofia Príncipe Felipe Mijail Gorbachov Felipe González	Adolfo Suárez Marcelino Oreja F. Fernández Ordoñez Alfonso Guerra J. María Aznar Margaret Thatcher Julio Anguita Fernando Morán	José M ^a Ruiz Mateos Manuel Fraga Miguel Boyer
	Medio (50-70%)	J.A. Samaranch	Javier Solana Carmen Romero Narcís Serra François Mitterand Rosa Conde Miguel Roca	Carlos Solchaga George Bush Luis Solana Isabel Tocino
	Bajo (-50%)		J.Ramón Caso E. Punset Matilde Fernández F. Pérez Royo J.M. Bandrés J.A. Segurado F.Mayor Zaragoza Ricardo G ^a Bamborenea	Jon Ydigoras Alejandro Rojas Marcos

Cuadro 5.

Conocimiento y Valoración de Comunicadores Sociales

ABRIL 1.990

VALORACION

Alta (+6,5)

Media (5,5-6,5)

Baja (-5,5)

CONOCIMIENTO

Alto
(+70%)

I. Gabilondo
Rosa M^a Mateo
Jesús Hermida
Joaquín Prats
Julia Otero
Mercedes Milá
Camilo José Cela

José M. García
Concha Velásco
Pepe Navarro
Mayra Gómez Kemp

Medio
(30-70%)

J. Arozamena
Lalo Azcona
Forges
Constant. Romero
Eduardo Sotillos
Juan Luis Cebrián
N. Ibañez Serrador

Jesús Mariñas
Emilio Romero
Luis del Olmo
Encarna Sánchez
A. Aberastury
Inma de Santis
Elena Santoja
Alfredo Amestoy
José Luis Balbín
José Antonio Plaza
Lidia Bosch

Francisco Umbral
Fernando G^a. Tola

Bajo
(-30%)

Manuel Campo
Paco Lobatón
María Escario
M. Martín Ferrand

Julio César Iglesias Jesús Cacho
Jaime Capmany
Pedro Piqueras
Maruja Torres
Julián Lago
Pedro J. Ramírez
María de San Juan
Julián Marías
Peridis
E. Saenz de Buruaga
Manuel Hidalgo
Miguel A. Gozalo
Pilar Cernuda
Amando de Miguel

EL SONDEO MENSUAL ASEP

ASEP ha estado realizando un sondeo mensual desde octubre de 1.986 sobre LA OPINION PUBLICA DE LOS ESPAÑOLES, con el fin de disponer de un instrumento válido, fiable y comparable para medir actitudes sociales relativamente estables en el tiempo, así como actitudes y opiniones respecto a cuestiones coyunturales, de actualidad.

La temática de ésta investigación periódica puede resumirse así:

ACTITUDES Y COMPORTAMIENTOS ECONOMICOS Y DE CONSUMO

Indice del Informe Mensual

- Evaluación de la Coyuntura Económica
- Perspectiva sobre el Futuro Económico
- El Sentimiento de los Consumidores Españoles
- Pautas de Consumo y Estilos de vida
- Evaluación de la Situación Económica de España
- Instituciones Económicas (Imagen de empresas, clientela de bancos, etc.)

ACTITUDES Y COMPORTAMIENTOS POLITICOS

- Dimensiones Ideológicas Básicas
- Imagen de Instituciones y Grupos Sociales
- Imagen de Personajes Públicos
- Evaluación de la Coyuntura Política y Social
- Intenciones de Voto

UTILIZACION DE MEDIOS DE COMUNICACION

- Prensa diaria
- Revistas
- Radio
- Televisión
- Publicidad
- Los Comunicadores
- Exposición a Medios de Comunicación

Características de la Investigación mensual

Las características principales de la investigación son:

- 1.200 entrevistas personales (en el hogar de los entrevistados) a personas de 18 y más años que residen en el territorio nacional (incluyendo Baleares y Canarias).
- Muestra aleatoria estratificada por Comunidades Autónomas y municipios, utilizando sistema de rutas aleatorias y selección final de los entrevistados mediante las tablas de KISH.
- Solo el trabajo de campo es sub-contratado a alguna red de ámbito nacional y reconocido prestigio profesional.
- La grabación, proceso y tabulación de los datos se realiza en ASEP con software propio.
- Se dispone del informe mensual (alrededor de 400 páginas) a los quince días de finalizar el trabajo de campo).

Variables explicativas utilizadas en análisis

Las variables explicativas habitualmente utilizadas en la tabulación de los datos son:

- Sexo
- Edad
- Status Ocupacional (entrevistado)
- Sector Económico (entrevistado)
- Status Ocupacional (cabeza de familia)
- Sector Económico (cabeza de familia)
- Nivel de Estudios terminados
- Tamaño del Hábitat de Residencia
- Clase Social Subjetiva
- Autoposicionamiento Ideológico
- Práctica Religiosa
- Sentimiento Nacionalista
- Intención de Voto (directa)
- Recuerdo de Voto en 1.986

Indices construidos para el análisis

Además, se utilizan otras variables explicativas que constituyen índices o indicadores construidos por ASEP en base a diversas variables:

- Índice de Posición Social (IPS)
- Índice de Status Socioeconómico Familiar (ISSF)
- Índice de Optimismo Personal (IO)
- Índice de Evaluación de la Situación Económica (IESE)

- Índice de Exposición a Medios de Comunicación (IEMC)
- Índice de Post-Materialismo (IPM)
- Índice del Sentimiento del Consumidor (ISC)
- Índice de Propensión al Ahorro (IPA)
- Índice de Satisfacción con la Calidad de Vida (ISCV)
- Índice de Satisfacción con la Democracia (ISD)
- Índice de Satisfacción con el Gobierno (ISG)
- Índice de Alienación Política (IAP)
- Índice de Posicionamiento Ideológico (IPI)
- Índice de Práctica Religiosa (IPR)
- Índice de Sentimiento Nacionalista (ISN)

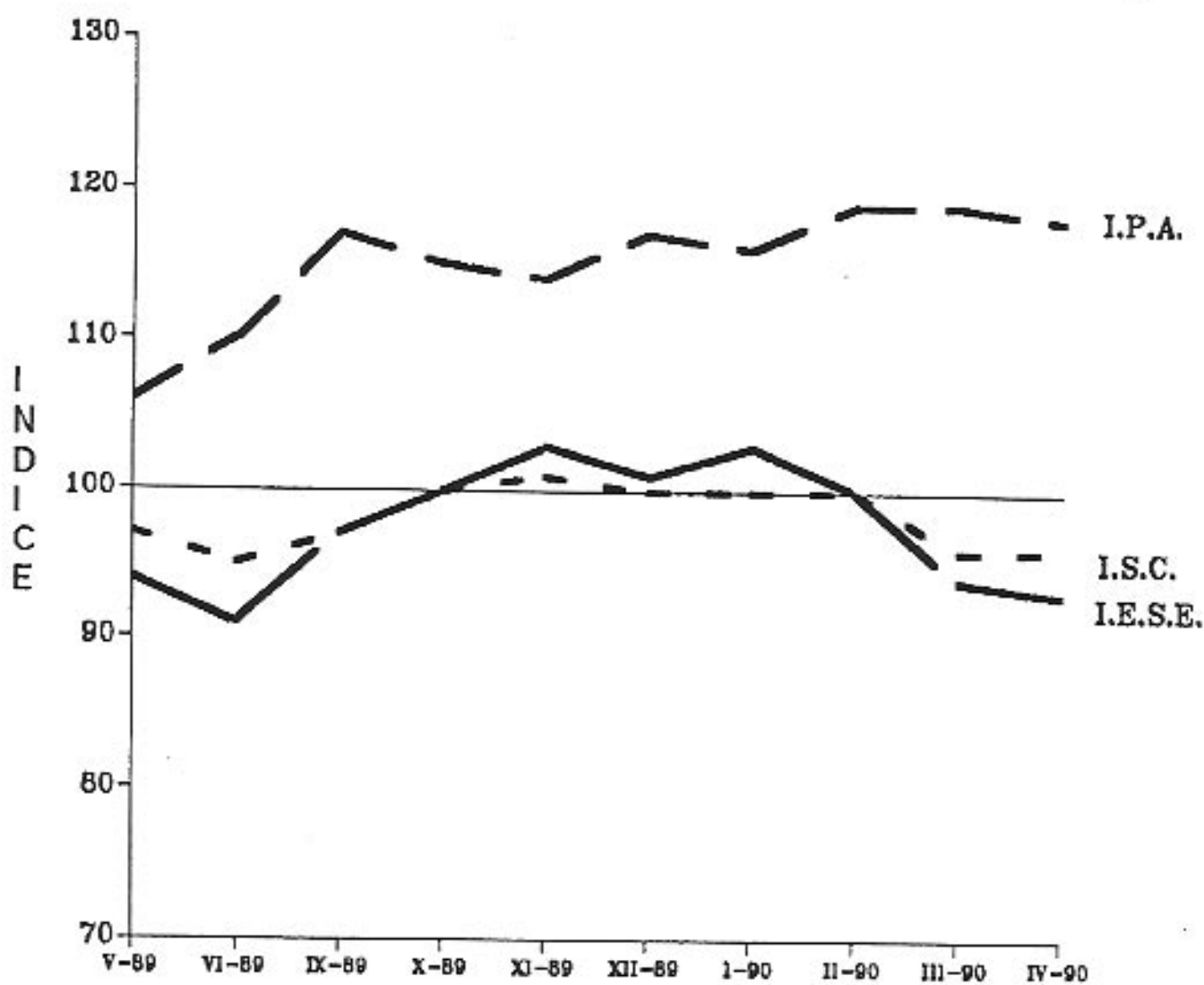
El Sistema de
Indicadores
Sociales (SIS)
de ASEP

ASEP, ha elaborado un Sistema de Indicadores Sociales que pretende ofrecer una visión rápida y de conjunto sobre los aspectos más significativos de la sociedad española. El SIS de ASEP que ahora se utiliza constituye la cuarta versión, modificada en base a la experiencia adquirida con las versiones utilizadas durante los últimos años.

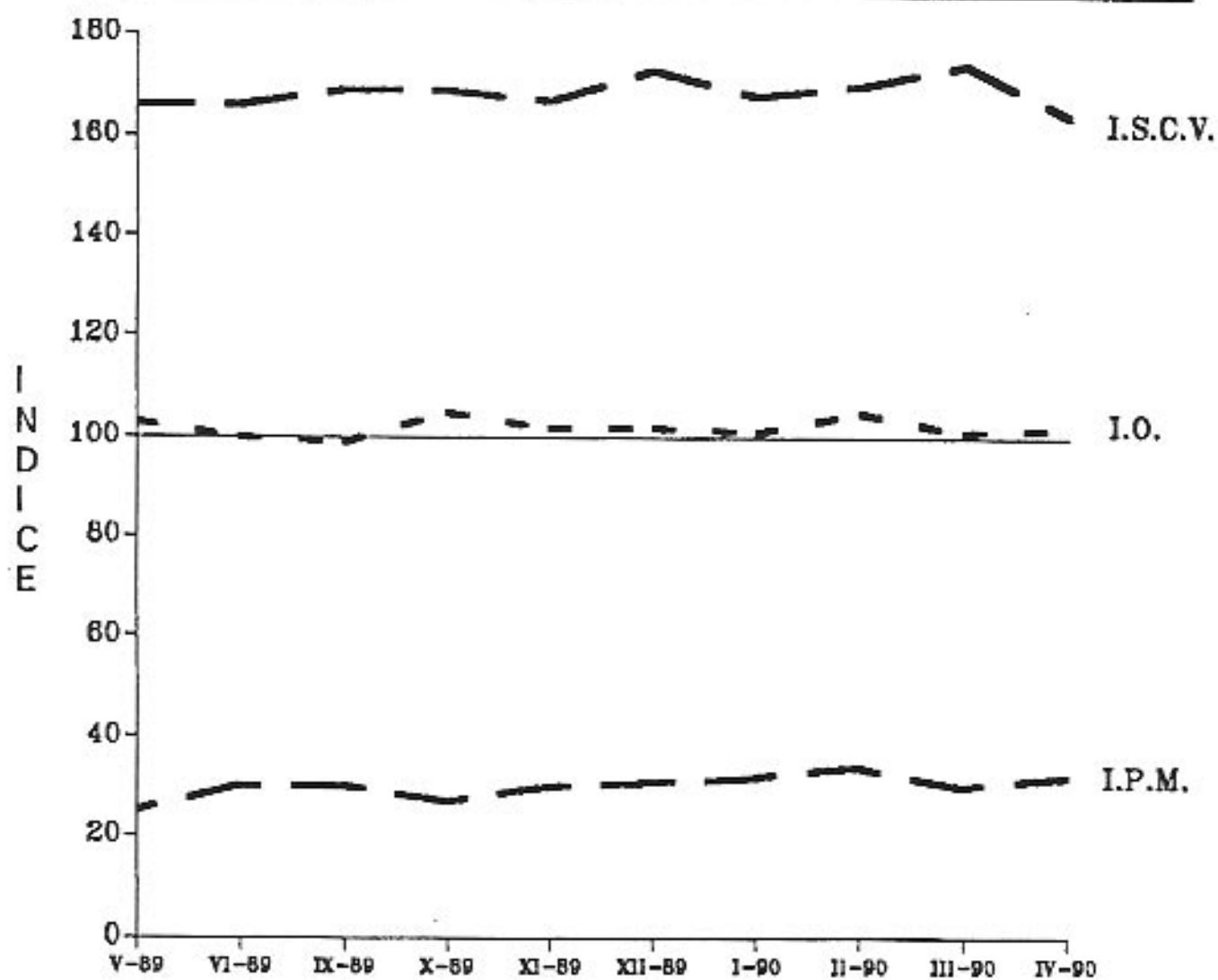
De los catorce indicadores que componen ahora el SIS de ASEP (dejando aparte la intención directa de voto), ocho pueden variar en una escala de 0 a 200, con punto de equilibrio en 100 (ISC, IPA, ISCV, IO, IESE, ISD, ISG, IEMC). De los demás, cuatro constituyen medias aritméticas de puntuaciones en escalas de 1 a 5 (ISN), DE 1 A 7 (IPI), de 1 a 5 (IPR), y otro es una media aritmética sin límites determinables (IGA). Y los otros, finalmente, son porcentajes, y por tanto puede variar entre 0 y 100 (IAP e IPM).

Todos los indicadores se construyen exactamente igual todos los meses, y se calculan no solo para el conjunto de la muestra, sino para los segmentos de éstas que resultan de las variables independientes e indicadores anteriormente citados.

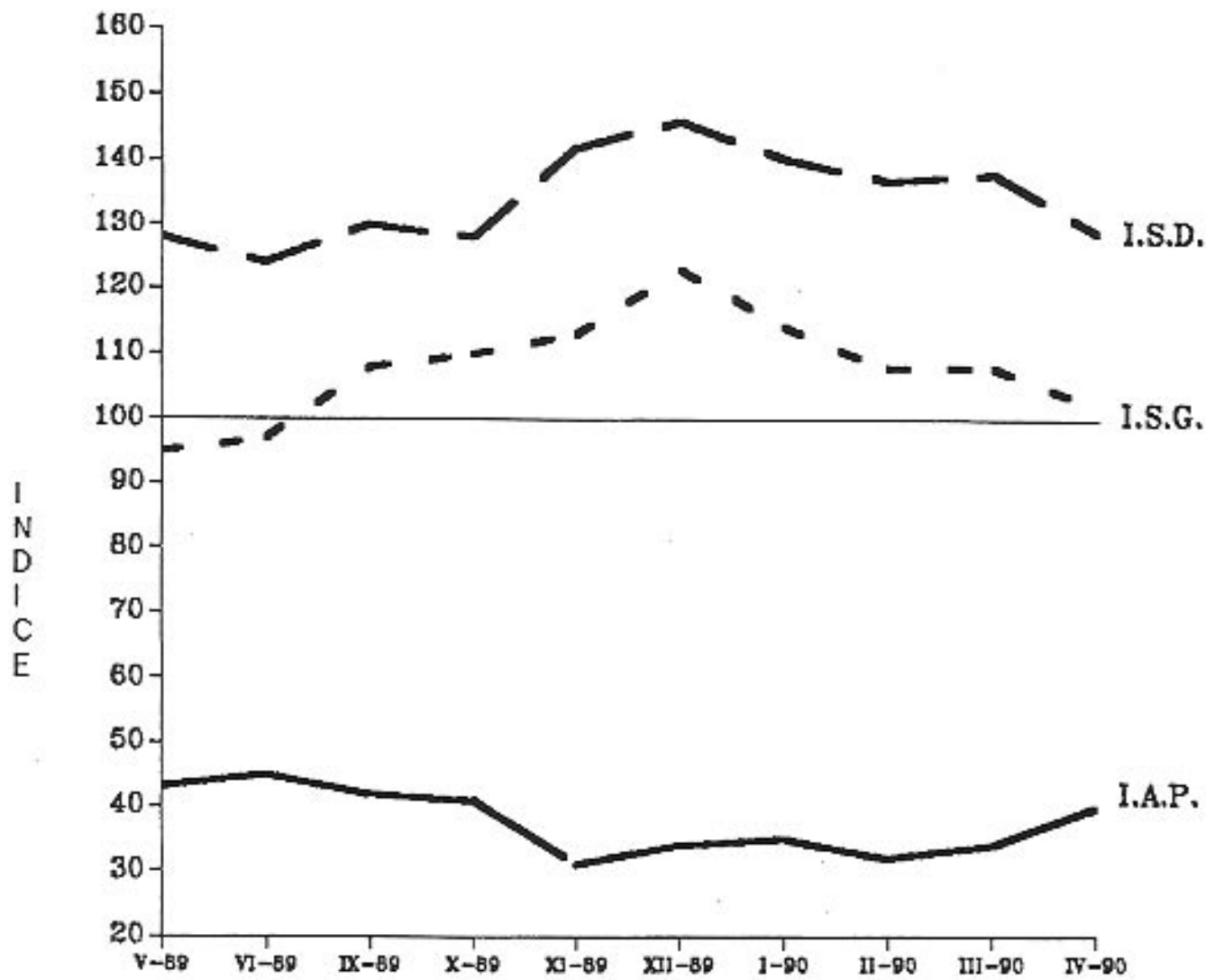
EVOLUCION DE LOS INDICADORES ECONOMICOS Y DE CONSUMO



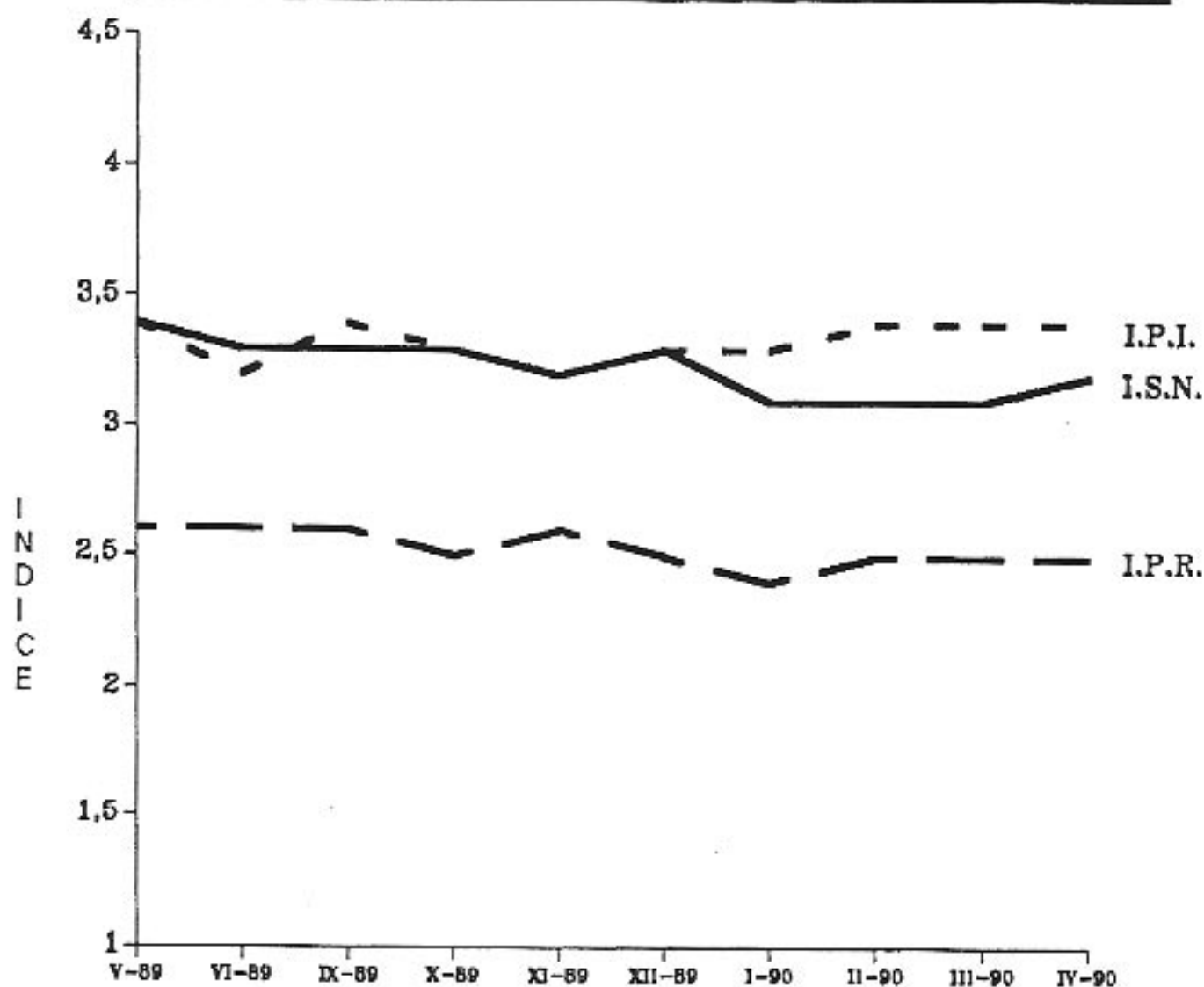
EVOLUCION DE LOS INDICADORES SOCIALES



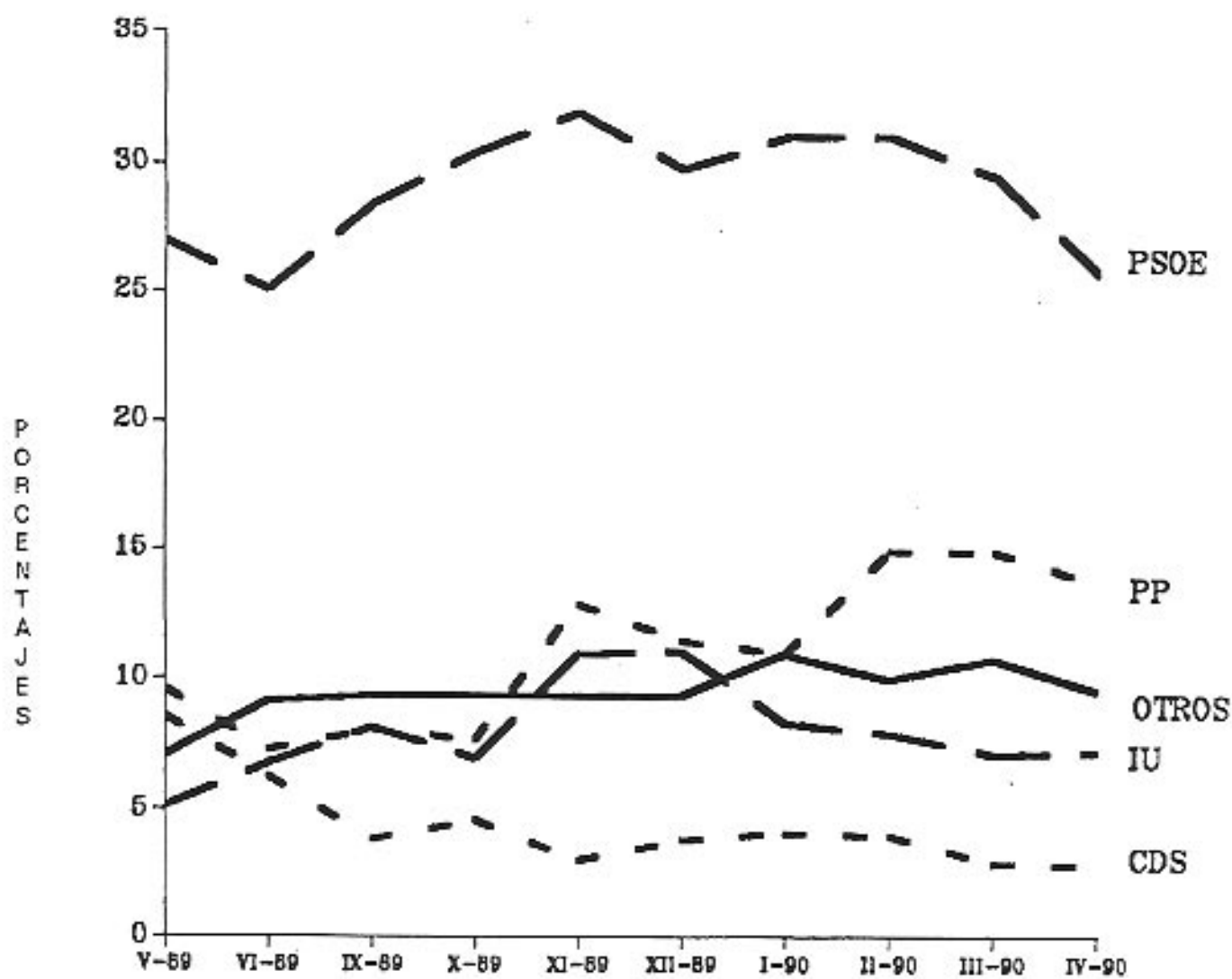
EVOLUCION DE LOS INDICADORES POLITICOS



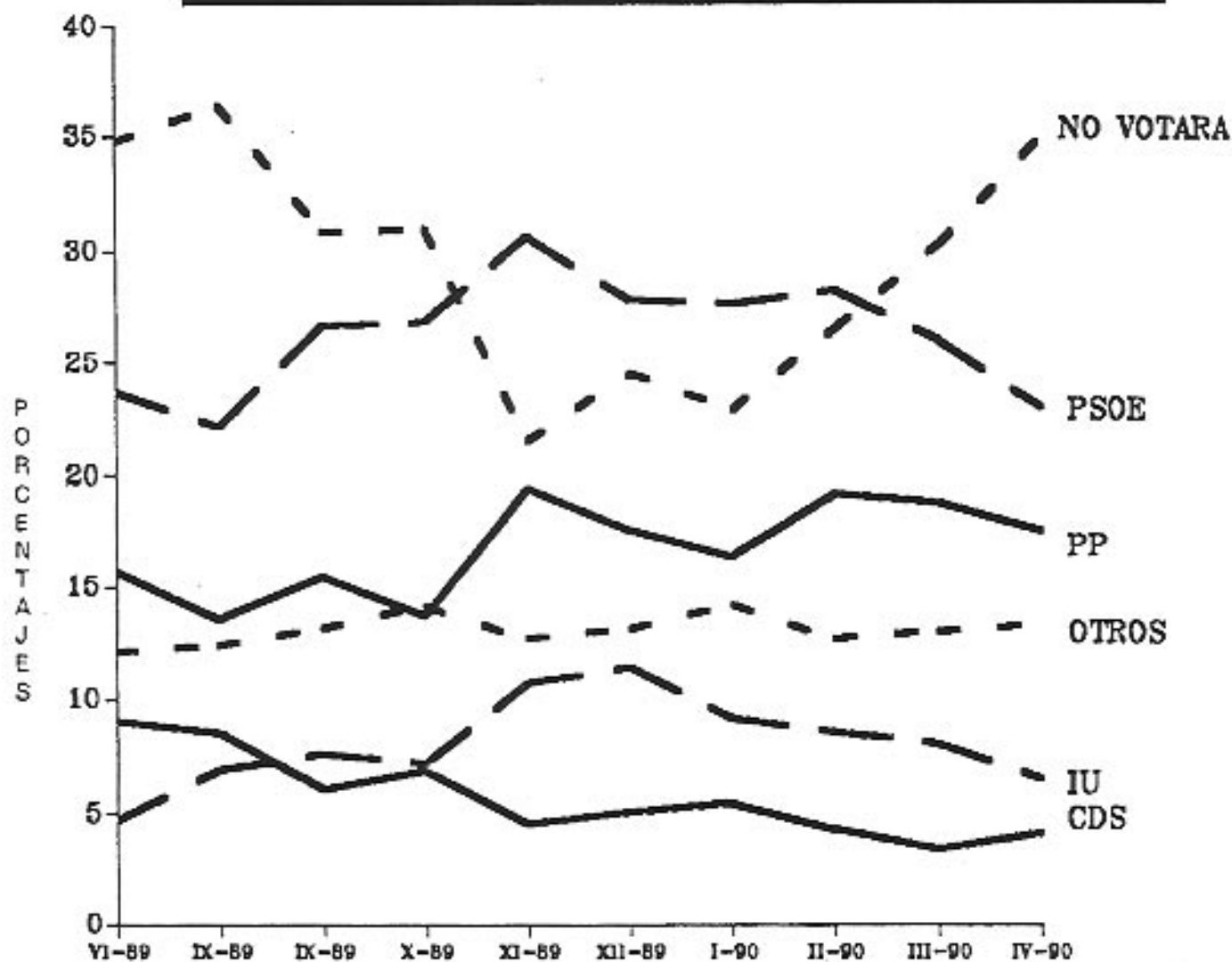
EVOLUCION DE LOS INDICADORES DE POSICIONAMIENTO IDEOLOGICO



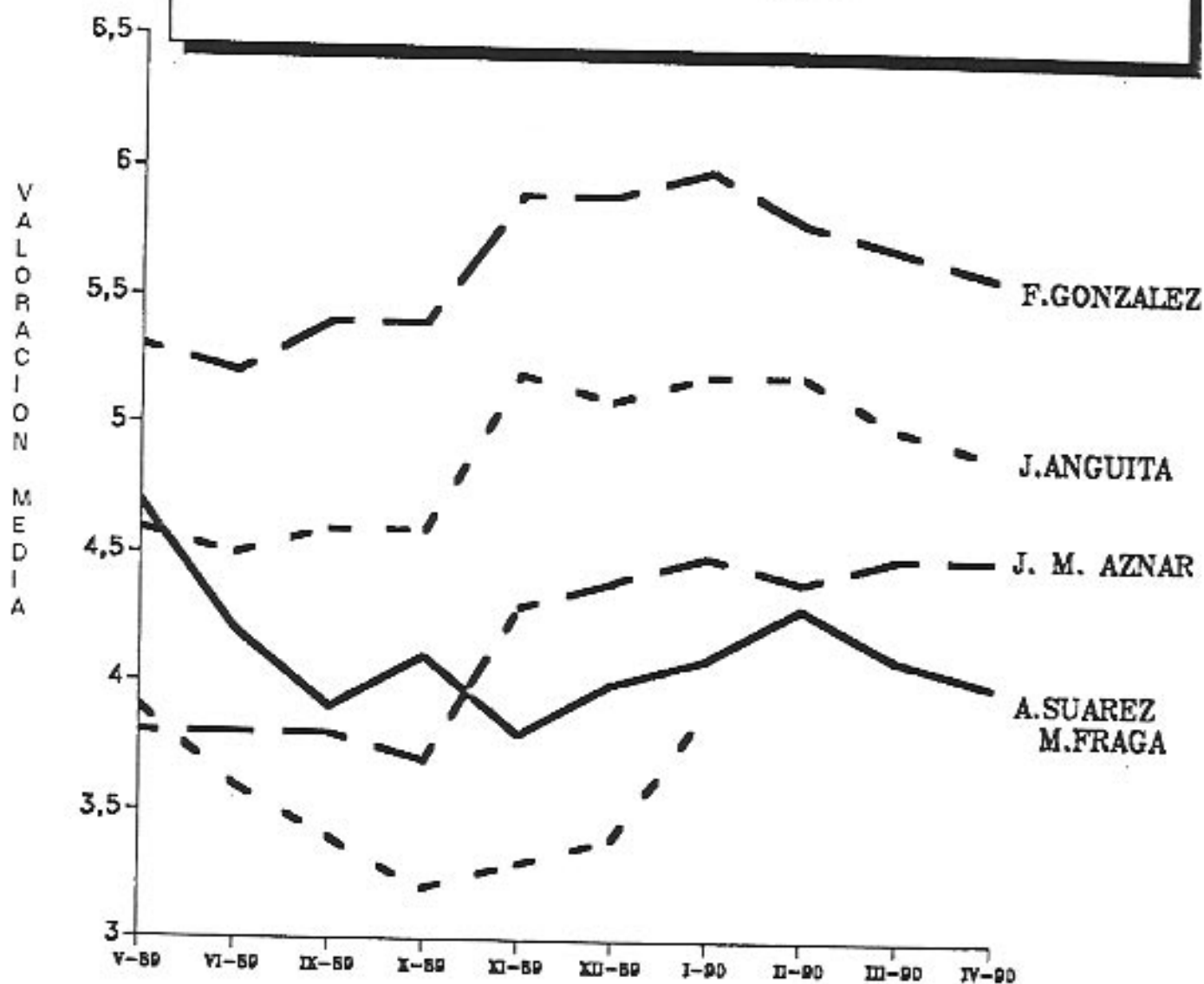
INTENCION DE VOTO DIRECTA



ESTIMACION DE VOTO SEGUN MODELO ASEP



VALORACION DE LOS PRINCIPALES
LIDERES POLITICOS



VALORACION DE LAS INSTITUCIONES

