

BOLETIN A.S.E.P.

sobre

LA OPINION PUBLICA DE LOS ESPAÑOLES

JULIO - 1.990

"FLASHES"

SATISFACCION Y OPTIMISMO

El resultado favorable al Gobierno en las recientes elecciones andaluzas, así como la proximidad de las vacaciones veraniegas, parecen haber contribuido a que los españoles se sientan en general mas satisfechos y optimistas prácticamente en todos los indicadores.

En efecto, los indicadores económicos principales se sitúan casi en el nivel de equilibrio, con una sensible mejora respecto a meses anteriores, vuelve la confianza para consumir mas (aumentan los gastos en alimentación y gasolina, y la opinión pública se muestra contraria a las medidas del Gobierno para frenar el consumo), se mantiene la satisfacción con la calidad de vida y aumenta espectacularmente la satisfacción con el Gobierno y, en menor medida (por estar ya en un alto nivel), la satisfacción con el funcionamiento de la democracia. Y la proporción de españoles que se autoposicionan ideológicamente en el centro izquierda, izquierda o extrema izquierda aumenta también hasta casi el 50 por ciento.

TODOS QUIEREN SENTIRSE GOBIERNO

Parece, en efecto, como si el resultado de las elecciones andaluzas hubiese provocado una marea de adhesión popular al Gobierno, que se manifiesta en el crecimiento del "izquierdismo", el incremento de todos los indicadores de voto hacia el PSOE, la convicción de que la derecha carece de líderes y de que el PP no es alternativa al PSOE. A pesar de los escándalos políticos, de las críticas en los medios de comunicación, etc... probablemente nunca había tenido el Gobierno tanto respaldo, y nunca se había percibido tanta ausencia de oposición desde el periodo inmediatamente posterior a 1.982.

En realidad, la opinión pública no hace otra cosa que reflejar el sentir de los líderes políticos y de opinión. Prácticamente todos los partidos han expresado, de manera directa o indirecta, su buena disposición a pactar o colaborar con el Gobierno. Por tanto, si nadie quiere ejercer el papel de oposición, parece lógico que los españoles concluyan que no hay mas alternativa al PSOE que el propio PSOE. El desaliento que públicamente han expresado el CDS, IU e incluso el PP (que vuelven a revivir crisis internas, como suele ser ya habitual después de cada derrota electoral), es percibido por la opinión pública, que actúa en consecuencia y se "arrima" también al único poder visible y viable.

En estas circunstancias, quienes a pesar de todo no quieren sentirse Gobierno, tampoco se quieren sentir oposición, y optan por el retraimiento o la alienación. No deja de resultar significativo que, en cada elección, disminuye la proporción de electores que vota al PSOE. Pero esos electores no votan a otros partidos sino que se abstienen, como así demuestran los datos electorales, por lo que la proporción de votantes del PSOE no solo se mantiene, sino que con frecuencia incluso aumenta.

Los datos del sondeo ASEP demuestran lo mismo. Disminuye la intención de voto estimada para el PSOE, hasta un nivel inferior a sus resultados de 1.989, pero aumenta la abstención casi en la misma proporción. Mas de un tercio de los electores parecen haber decidido que, aunque ellos no quieran apoyar al PSOE, no encuentran otra opción política que les atraiga mas.

Los indicadores de voto para éste último es del curso 1.989-90 son elocuentes:

	Resultados Reales 1989	Recuerdo de Voto	Intención de Voto	Estimación ASEP
PP	17,9%	11,5%	13,2%	17,1%
CDS	5,5	3,6	3,2	4,0
PSOE	27,4	33,3	28,6	24,8
IU	6,3	6,6	6,5	6,6
Nac. Derecha	7,2	4,6	4,1	5,8
Nac. Izquierda	1,8	1,0	0,9	1,6
Otros	2,9	1,4	2,7	4,3
Abstención	31,0	17,4	9,2	35,8
NS/NC	-	20,6	31,6	-
Total	100,0	100,0	100,0	100,0

Como se ve, la principal opción política es la abstención, luego el PSOE, y en un tercer y poco preocupante puesto el PP. En cuanto a IU y el CDS, su papel no es ya ni siquiera el de potenciales bisagras.

Los españoles se van de vacaciones satisfechos, optimistas, despreocupados. Confían en que el Gobierno resolverá todos sus problemas.

Sistema de Indicadores Sociales ASEP

- El sistema de indicadores refleja, en su conjunto, una situación de clara mejora respecto a meses precedentes en casi todos los indicadores, lo que probablemente debe atribuirse al nuevo triunfo de los socialistas en las recientes elecciones andaluzas. Así, aunque la evaluación de la situación económica es negativa es mucho mejor que en junio. Se mantienen la satisfacción con la calidad de vida y el optimismo, y aumentan la satisfacción con la democracia y sobre todo la satisfacción con el Gobierno. Y se mantiene la alienación política y aumenta la intención directa de voto al PSOE y al PP. En los FLASHES se ha ofrecido una posible explicación a estas paradojas.

- Los indicadores económicos y de consumo reflejan este mes un nivel bajo pero mejor que el 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), aunque ambos están ya próximos al nivel de equilibrio.

- Los indicadores sociales muestran pocas variaciones, ya que se mantiene la satisfacción con la calidad de vida (siempre en un nivel muy alto), se mantiene también estable una práctica religiosa media, y se consolida la proporción (un tercio) de post-materialistas. Y el índice de optimismo, más sensible a los cambios en la situación social, se mantiene asimismo en el mismo nivel observado desde marzo.

- Los indicadores políticos muestran un fuerte incremento de la satisfacción con el Gobierno, cuyo índice es este mes el más alto desde diciembre de 1.989. En cuanto al índice de satisfacción con el funcionamiento de la Democracia, la satisfacción es alta y mayor que la de los meses precedentes. Y el índice de alienación política disminuye algo, pero continúa por encima de 40, como ocurre desde abril. Los españoles siguen autopoicionándose 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 cierto incremento (respecto a junio) para el PP y el PSOE, aunque la intención del PP sigue por debajo de sus resultados de 1.989 y la del PSOE vuelve a ser superior a la de entonces. CDS, nacionalistas y "otros" están por debajo de sus resultados de 1.989, e IU tiene una intención directa casi idéntica a sus resultados de 1.989. Y, mientras la abstención decidida disminuye algo, la proporción de indecisos se mantiene en alrededor de un tercio del electorado.

- En cuanto a la estimación de voto, y por comparación con los resultados reales de 1.989, se observa cierta estabilidad para el PP e IU, una pérdida de 3 puntos porcentuales para el PSOE, y una importante pérdida de electores para el CDS. También parece disminuir el voto a nacionalistas de centro y derecha, se mantiene el de los nacionalistas de izquierda, y aumenta sustancialmente el de "otros". La abstención estimada, aunque inferior a la de junio, sigue cinco puntos por encima de la observada en 1.989.

- La interpretación más plausible de estos datos es la de que el resultado de las elecciones andaluzas ha mejorado nuevamente la imagen del PSOE, y ha perjudicado la de IU y CDS. Pero continúa el creciente desencanto (alienación), en el sentido de que el PSOE pierde apoyos que no ganan otros, sino que van a la abstención.

Cuadro 1.

Sistema de Indicadores Sociales ASEP

	X-89	XI-89	XII-89	I-90	II-90	III-90	IV-90	V-90	VI-90	VII-90
<u>ECONÓMICOS Y DE CONSUMO</u>										
1 - ISC	100	101	100	100	100	96	96	97	96	99
2 - IPA	115	114	117	116	119	119	118	119	119	118
3 - IESE	100	103	101	103	100	94	93	92	90	98
4 - IGA	42,6	41,3	40,9	43,0	40,9	43,2	42,9	41,6	42,2	44,4
<u>SOCIALES</u>										
5 - ISCV	169	167	173	168	170	174	164	159	166	162
6 - IOS	105	102	102	101	105	101	102	102	103	102
7 - IPR	2,5	2,6	2,5	2,4	2,5	2,5	2,5	2,6	2,5	2,6
8 - IPM	27	30	31	32	34	30	32	34	33	32
<u>POLÍTICOS</u>										
9 - ISD	128	143	146	140	137	138	129	124	128	132
10 - ISG	110	113	123	114	108	108	102	104	108	120
11 - IAP	41	31	34	35	32	34	40	43	44	41
12 - IPJ	3,3	3,2	3,3	3,3	3,4	3,4	3,4	3,4	3,3	3,3
13 - ISN	3,3	3,2	3,3	3,1	3,1	3,1	3,2	3,2	3,3	3,2
<u>MEDIOS DE COMUNICACION</u>										
14 - IENC	41	38	38	37	39	39	37	34	38	37
<u>INTENCION DIRECTA DE VOTO</u>										
- PP	7,7	13,0	11,5	11,0	14,7	15,0	13,8	11,8	10,6	13,2
- CDS	4,6	3,0	3,8	4,1	3,5	2,9	2,8	1,9	3,9	3,2
- PSOE	30,4	31,9	29,8	30,8	30,9	29,5	25,8	27,3	25,3	28,6
- IU	7,0	11,1	11,1	8,4	8,5	7,2	7,3	6,6	7,5	6,5
- Otros	9,4	10,0	9,4	10,8	9,7	10,8	9,6	9,7	8,9	7,7
- No Votará	9,0	7,1	8,2	8,3	14,7	9,7	10,2	11,6	11,1	9,2
- NS/NC	31,9	23,9	26,2	26,6	18,0	24,9	30,5	31,1	32,7	31,6
<u>INTENCION DE VOTO ESTIMADA</u>										
- PP	13,8	19,5	17,7	16,5	19,3	18,9	17,7	17,5	14,7	17,1
- CDS	6,9	4,6	5,1	5,5	4,4	3,5	4,2	2,4	4,9	4,0
- PSDE	26,9	30,7	27,9	27,7	28,3	26,1	23,1	25,1	22,9	24,8
- IU	7,2	10,8	11,5	9,2	8,6	8,1	6,6	7,2	7,6	6,6
- Nacional Derecha	6,3	7,1	7,9	8,0	7,3	7,2	7,6	7,3	6,1	5,8
- Nacional Izquierda	3,4	1,6	1,3	2,0	1,0	1,8	2,0	1,8	2,2	1,6
- Otros	4,5	4,1	4,0	4,3	4,5	4,1	3,8	4,5	2,6	4,3
- Abstención	31,0	21,6	24,6	26,8	26,6	30,3	35,0	34,2	39,0	35,8

Cuadro 2.

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

INDICADORES:	VII-90
<hr style="border-top: 1px dashed black;"/>	
Total	(1.208)
<u>Propensión al Ahorro</u>	
Ahorran	30%
Se Endeudan	12
<u>Satisfacción con Calidad de Vida</u>	
Satisfechos	76%
Insatisfechos	14
<u>Optimismo Personal</u>	
Optimistas	23%
Pesimistas	21
<u>Evaluación Situación Económica</u>	
Optimistas	24%
Pesimistas	25
<u>Satisfacción con Democracia</u>	
Satisfechos	58%
Insatisfechos	26
<u>Satisfacción con Gobierno</u>	
Satisfechos	51%
Insatisfechos	31
<u>Posicionamiento Ideológico</u>	
Izquierda	43%
Centro	10
Derecha	14
<u>Sentimiento Nacionalista</u>	
Más nacionalistas	20%
Más españoles	30
<u>Práctica Religiosa</u>	
Alta	23%
Baja	45
<u>Exposición a Medios</u>	
Alta	3%
Baja	66
<u>Postmaterialismo</u>	
Materialistas	68%
Post-materialistas	32
<u>Posición Social</u>	
Alta	16%
Baja	36
<u>Intención de Voto Directa</u>	
PP	13%
CDS	3
PSOE	29
IU	6

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.
- Clara mejora en la evaluación de la situación económica, que sigue sin ser positiva - De los cuatro componentes del sentimiento del consumidor (situación económica personal y de España, presente y futura), solo uno vuelve a ser este mes positivo, aunque algo inferior al de junio, el correspondiente a la evolución futura de la situación económica personal. Pero los otros tres índices ofrecen una evaluación de la situación económica que, aunque negativa, es mucho mejor que la de junio, indicando así una clara mejora.
- Aumenta otra vez el gasto promedio de los hogares en alimentación y en gasolina - Los españoles han gastado en julio un promedio de 44.400 ptas. en alimentación en casa, 17.800 ptas. en gastos de casa, 8.900 ptas. en pago de deudas y créditos, 6.700 ptas. en gasolina y 3.500 ptas. en cuidado del cuerpo. Parece por tanto que se observa un aumento del gasto promedio en los dos artículos fijos (alimentación y gasolina), lo que sugiere un cierto aumento del consumo.

Ligero incremento en la Satisfacción General con la calidad de vida

- Siguen siendo muchos más los españoles satisfechos que los insatisfechos con su calidad de vida en general.

Los españoles favorables a la supresión de fronteras económicas en Europa

Se observa un importante grado de acuerdo respecto a las siguientes frases:

"Las subidas de salarios no sirven de nada, pues los precios suben siempre", y

"La desaparición de las fronteras económicas entre los países europeos será muy beneficiosa para los españoles".

Y se observa controversia de opiniones con las afirmaciones de que:

"No debería reducirse la jornada laboral mientras no aumente la productividad", y

"Las excesivas pretensiones y exigencias de los Sindicatos harán más difícil la competitividad económica de España con los demás países europeos".

PLANETA, la mejor empresa en el sector editorial

- Al preguntar por la mejor empresa en el sector editorial, la más mencionada espontáneamente fué PLANETA, seguida por ANAYA y SALVAT.

El BBV, el banco con más clientes

- El 82% 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. (9%), después de las Cajas de Ahorro en su conjunto (76%).

Actitudes y Comportamientos Políticos

Actitudes

Básicas

- El electorado español se autoposiciona ideológicamente sobre todo en la izquierda (43%), y en proporción inferior en el centro (10%) y en la derecha (14%), lo que implica este mes otra vez cierto incremento de la izquierda. Un 23% afirma tener una práctica religiosa alta, mientras que la mitad (45%) dicen que su práctica religiosa es baja. Algo menos de la mitad de los entrevistados (46%) se consideran tan españoles como nacionalistas, pero la proporción que se considera más español (30%) es superior a la que se considera más nacionalista (20%). Finalmente, un tercio de los entrevistados (32%) pueden ser considerados como post-materialistas (con ideas más progresistas, vanguardistas). Todos estos indicadores apenas presentan variaciones significativas de un mes a otro, como sería lógico esperar.

Imagen de Instituciones

- De las instituciones y grupos por los que se ha preguntado este mes, casi todos ellos, La Corona, el Gobierno de la Nación, Las Fuerzas Armadas, los Bancos y los Ayuntamientos, son conocidos por más del 80% de los entrevistados. Las únicas excepciones son el Comité Olímpico y el Senado, sobre los que opina sólo un 67 y un 64 por ciento de entrevistados respectivamente. La valoración, en una escala de 0 a 10 puntos ha sido: La

Corona (7,5), el Comité Olímpico (5,9), los Ayuntamientos (5,8), el Gobierno de la Nación (5,7) las Fuerzas Armadas (5,6), el Senado (5,3), los Bancos (4,8).

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, Ayuntamientos, el Cuerpo Nacional de Policía, la Iglesia, la Justicia, la Corona, el Gobierno de la Nación, ETA y la Guardia Civil.

Ranking de
Valoración de
Instituciones

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

Imagen de
Personajes
Públicos

- En cuanto a los líderes políticos incluidos en el sondeo de julio, 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 70%), Borrel y Corcuera (por más del 40%) y Alicia Koplowitz y Baltasar Garzón (por más del 30%). La valoración más alta corresponde a Baltasar Garzón (6,0), seguido de Felipe González (5,9), Anguita y Alicia Koplowitz (4,9), Aznar (4,4), Borrel y Corcuera (4,3), Suarez (4,1) y Guerra (4,0). Además, Guerra tiene una imagen muy controvertida.

Ranking de
Conocimiento
de Líderes

- De los 41 líderes y personajes públicos por los que se ha preguntado durante los últimos doce meses, sólo ocho son conocidos por al menos un 80 por ciento de los españoles: la Reina D^a Sofía, Felipe González, Manuel Fraga, el Príncipe Felipe, Adolfo Suárez, Alfonso Guerra, Mijail Gorbachov y Javier Solana.

Ranking de
Valoración
de Líderes

- Y solo ocho de los cuarenta y uno superan una puntuación de 5 puntos: la Reina D^a Sofía, el Príncipe Felipe, Gorbachov, Garzón, Felipe González, Samaranch, Cristina Almeida y Fernández Ordoñez.

Los españoles
no creen que
el PP sea una
alternativa al
PSOE y piensa
que la derecha
necesita un
nuevo líder

- La opinión pública está bastante de acuerdo con las cuestiones siguientes:

"El resultado de las elecciones andaluzas demuestra que el PP está muy lejos de ser una alternativa política al PSOE", y

"Cada vez está más claro que la derecha necesita un líder político muy distinto a los que actualmente tiene".

Y se muestra bastante controvertida respecto a que:

"Puede que los socialistas no estén haciendo las cosas bien, pero lo cierto es que no existe alternativa", y

"Los escándalos políticos han provocado mayor deterioro en el PSOE que en el PP".

Apoyo a la
unidad
política
Europa

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

"La exigencia a los bancos de romper el secreto bancario para investigar el blanqueo de dinero de posibles narcotraficantes",

"El apoyo decidido al proyecto de unidad política de Europa", y

"Su oposición a que los diputados de HB utilicen una fórmula de juramento distinta para incorporarse al Parlamento".

Pero se observa una opinión claramente controvertida respecto a:

"El aumento de los intereses en los créditos para "enfriar" la economía reduciendo el consumo".

Fuerte aumento
de la satis-
facción con
el Gobierno
de la Nación
y con el fun-
cionamiento
de la Democra-
cia

- El Índice de satisfacción con el Gobierno ha aumentado muy significativamente este mes, probablemente por el éxito en las elecciones andaluzas. Y persiste un grado alto de satisfacción con el funcionamiento de la democracia. Ambos indicadores mejoran respecto a junio.

Utilización de Medios de Comunicación

- Prensa diaria - El porcentaje de lectores de diarios (el día anterior a la entrevista) se mantiene en el 40 por ciento. El diario más leído sigue siendo, con gran diferencia, El País (7,6%), seguido de ABC, El Correo Español, El Periódico y La Vanguardia. Por comparación con el mes anterior, parece observarse cierto incremento de lectores de ABC y El Correo Español, y un descenso de El País, El Periódico y La Vanguardia.
- 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 (8,3%), seguida de Hola, Semana, Interviú, Tiempo y Lecturas. Se mantiene por tanto, con pequeñas variaciones, el ranking del mes pasado, aunque en general aumenta este mes ligeramente la lectura de casi todas las revistas.
- Radio - La audiencia de radio es del 54%. En Onda Media, RNE-1, vuelve a ser este mes la emisora más escuchada, seguida de la COPE y de la SER. En Frecuencia Modulada, la SER supera este mes otra vez a ANTENA-3, pero ambas emisoras registraron una audiencia muy superior al resto de las cadenas.

Televisión

- Tres de cada cuatro españoles mayores de 18 años ve TVE-1, y algo más de la mitad ve TVE-2, lo que significa cierta recuperación de audiencia de TVE-1. Un 30% de la población española ve alguno de los canales autonómicos, proporción que ha sido este mes mayor en Andalucía, (66%) e inferior en Madrid (24 por ciento).
- Debe resaltarse que un 13% de los entrevistados dicen ver Telecinco, y que un 7% ven Antena 3. En consecuencia, se observa un persistente crecimiento de audiencia de los canales autonómicos y de los privados, en detrimento de TVE-1.

Telediarios

- La audiencia de telediarios es algo mayor este mes para la primera que para la segunda edición (35 y 31%), pero disminuye mucho respecto al de la noche (10%), Noticias 2 (6%) y Buenos Días (2%). 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 las series (novelas), los concursos y los informativos, ya que han sido citados por entre un 13 y un 10 por ciento de la población, respectivamente.

Cristal y Películas, los más mencionados otra vez

- En cuanto a programas concretos, los más mencionados este mes son Cristal (104 citas) y Películas (75 citas). Todos los demás programas mencionados son citados por 60 entrevistados o menos.

El anuncio de COCA-COLA es el más recordado otra vez

- El anuncio de COCA-COLA es este mes otra vez el más recordado como el que más ha gustado (con 62 menciones), seguido del de Kas (59 menciones).

Rosa Mª Mateo, la comunicadora más conocida y la más valorada

- De los cinco comunicadores sociales por los que se ha preguntado este mes, Rosa Mª Mateo es la más conocida (67%), seguida de la Doctora Ochoa (54%), Aberasturi (41%), Luis Mª Ansón (18%) y Miguel Angel García Juez (7%). En cuanto a valoración, Rosa Mª Mateo recibe una puntuación de 7,5 puntos, seguida de la Doctora Ochoa (7,3), Aberasturi (7,1), Miguel Angel García Juez (5,9) y Luis Mª Ansón (5,7).

Ranking de Conocimiento de Comunicadores

- En el ranking de conocimiento de los últimos doce meses destacan Joaquin Prats, Concha Velasco, Mercedes Milá, Mayra Gómez Kemp, José María García, Pepe Navarro, Julia Otero y Camilo José Cela (conocidos por más del 70%).

Ranking de Valoración de Comunicadores

- Y en el ranking de valoración, Julia Otero, Constantino Romero, Manuel Campo Vidal, Rosa Mª Mateo, Doctora Ochoa, Aberasturi e Ibañez Serrador, sobrepasan los 6,5 puntos.

La información que dan los periódicos es cada vez más parecida entre sí

Se observa un alto grado de acuerdo respecto a que:

"La información que dan los periódicos es cada vez más parecida en todos ellos"

La opinión es controvertida respecto a:

"La programación de Televisión Española ha mejorado desde que tiene la competencia de los canales privados",

"El Estado no debería ser propietario de ninguna cadena de TV, ni de radio, pues ya hay suficientes canales y emisoras privadas", y

"Los medios de comunicación privados son demasiado críticos con el Gobierno"

Cuadro 3.

Conocimiento y Valoración de Instituciones y Grupos Sociales

JULIO 1.990

	<u>VALORACION</u>		
	Alta (+6,0)	Media (4,5-6,0)	Baja (-4,5)
<u>CONOCIMIENTO</u>			
Alto (+85%)	Corona Cuerpo Nacional de Policía Guardia Civil La Iglesia	Gobierno Nación Televisión Española Ayuntamientos	Justicia ETA
Medio (70-85%)	Universidad CEE Medios de Comunicación	Fuerzas Armadas Bancos Congreso de los Diputados Los Empresarios Los Sindicatos	Partidos Políticos OTAN
Bajo (-70%)	Junta Electoral ONU	Organiz. Empresariales Tribunal Constitucional El Senado El Comité Olímpico	

Cuadro 4.

Conocimiento y Valoración de Personajes Públicos

JULIO 1990

	<u>VALORACION</u>		
	Alta (+5,5)	Media (4,0-5,5)	Baja (-4,0)
<u>CONOCIMIENTO</u>	Reina D ^a Sofía Príncipe Felipe Mijail Gorbachov Felipe González	Adolfo Suárez J. María Aznar Margaret Thatcher Julio Anguita	José M ^a Ruiz Mateos Manuel Fraga Miguel Boyer Alfonso Guerra
Alto (+70%)			
Medio (50-70%)	J.A. Samaranch	F. Fernández Ordoñez Javier Solana Carmen Romero Narcís Serra François Mitterrand Rosa Conde Miguel Roca Manuel Chaves Cristina Almeida	Carlos Solchaga George Bush Luis Solana Isabel Tocino
Bajo (-50%)	Baltasar Garzón	J.Ramón Caso E. Punset Matilde Fernández J.A. Segurado F. Mayor Zaragoza Ricardo G ^a Damborenea Jorge Semprún Alicia Koplowitz José Borrell José Luis Concuera	Jon Ydígoras Alejandro Rojas Marcos Soledad Becerril Carlos Romero

Cuadro 5.

Conocimiento y Valoración de Comunicadores Sociales

JULIO 1.990

VALORACION

Alta (+6,5)

Media (5,5-6,5)

Baja (-5,5)

CONOCIMIENTO

Alto
(+70%)

Joaquín Prats	José M. García
Julia Otero	Concha Velásco
Mercedes Milá	Pepe Navarro
Camilo José Cela	Mayra Gómez Kemp

Medio
(30-70%)

J. Arozamena	Jesús Mariñas	Francisco Umbral
Lalo Azcona	Emilio Romero	Fernando G ^a . Tola
Constant. Romero	Encarna Sánchez	
Eduardo Sotillos	Juanjo Menéndez	
Juan Luis Cebrián	Alfredo Amestoy	
N. Ibañez Serrador	José Luis Balbín	
Manuel Campo Vidal	José Antonio Plaza	
Mingote	Lidia Bosch	
Jesús Puente	María Teresa Campos	
Rosa M ^a Mateo		
Andrés Aberasturi		
Doctora Ochoa		

Bajo
(-30%)

María Escario	Julio César Iglesias	Jesús Cacho
M. Martín Ferrand	Jaime Capmany	
	Paco Lobatón	
	Enric Sopena	
	Julián Lago	
	Pedro J. Ramírez	
	Manuel Hidalgo	
	Miguel A. Gozalo	
	Pilar Cernuda	
	Amando de Miguel	
	Pablo Sebastián	
	Luis M. Anson	
	M. Angel G ^a Juez	

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)

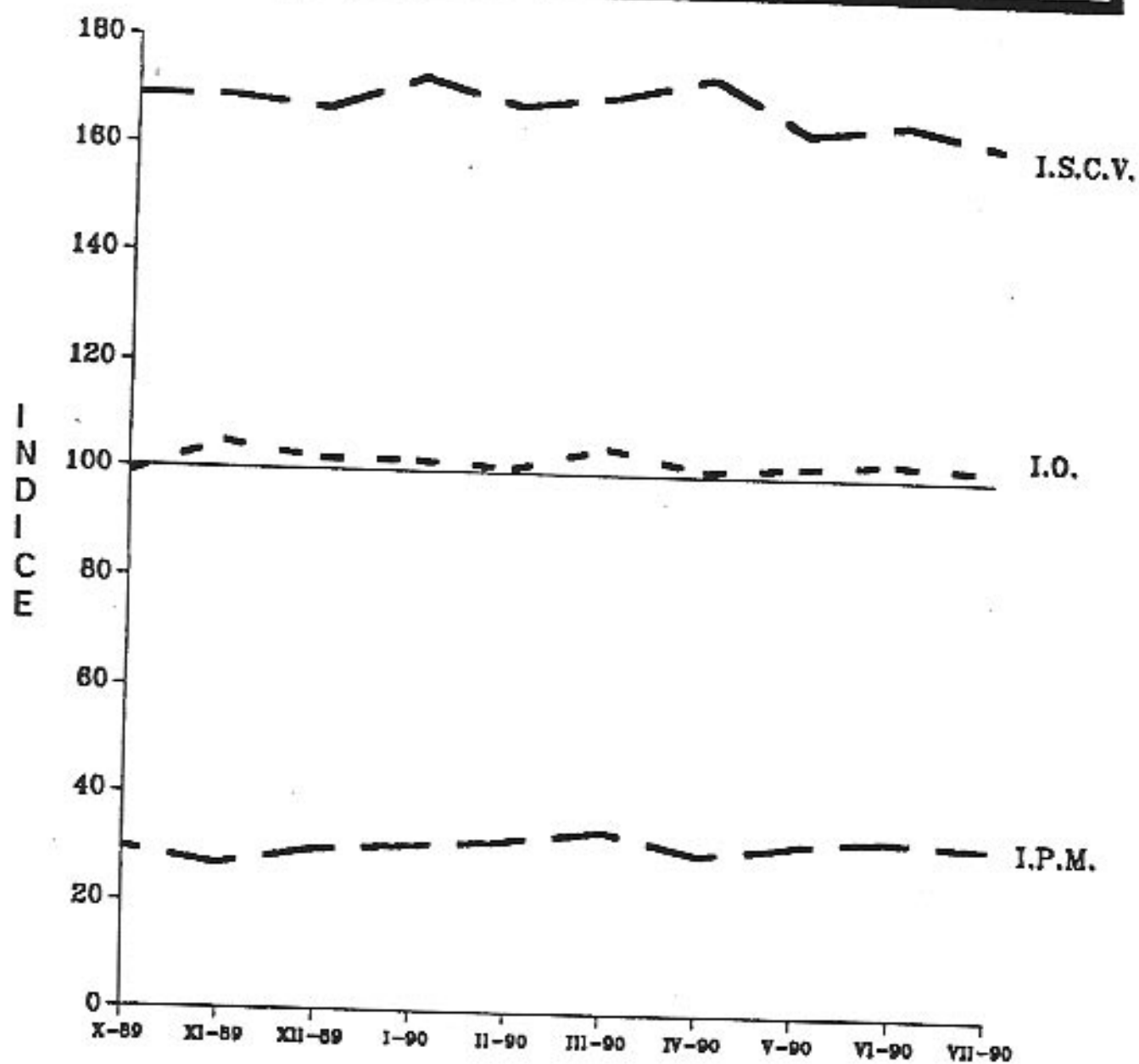
El Sistema de
Indicadores
Sociales (SIS)
de ASEP

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.

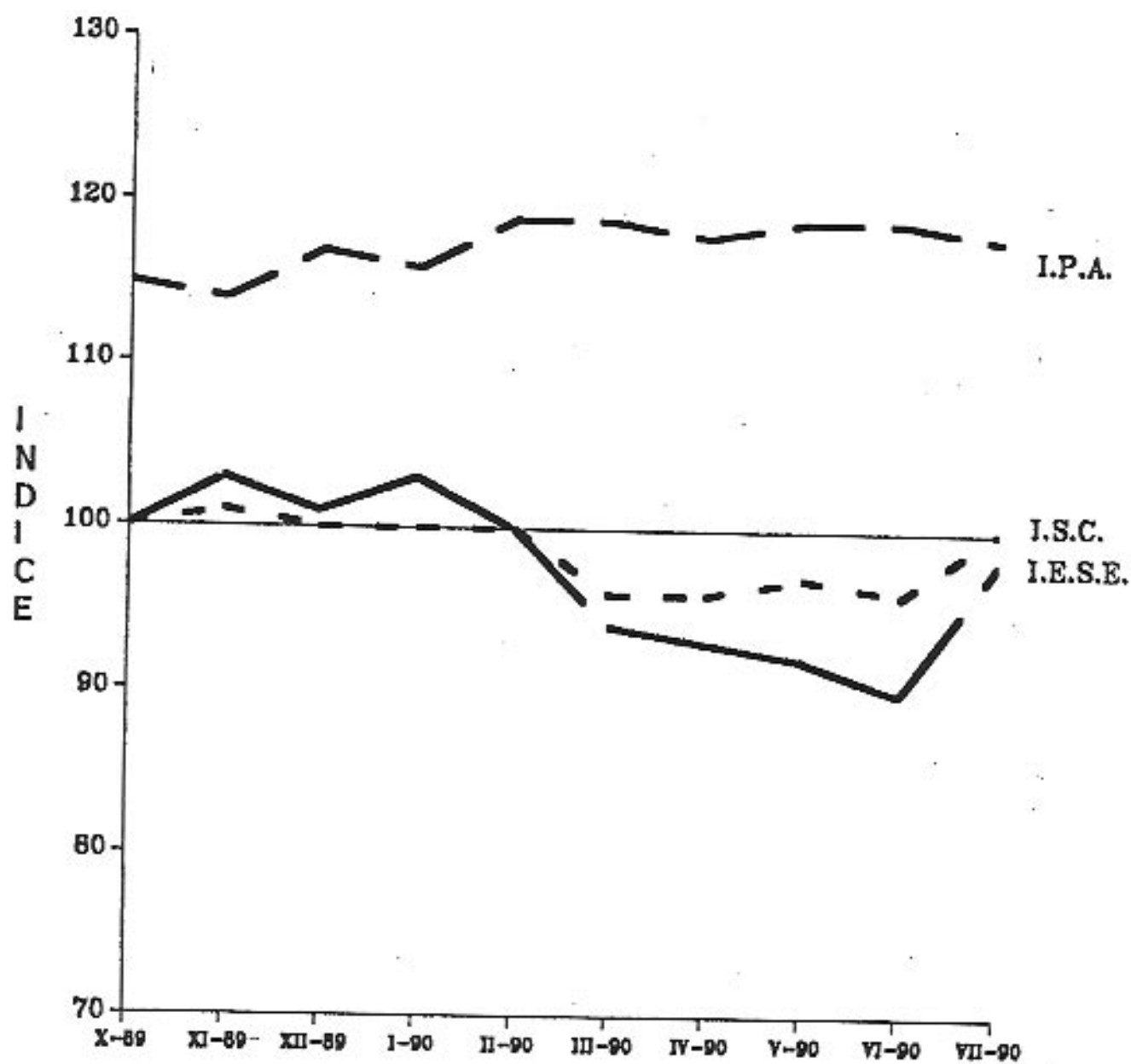
De los catorce indicadores que componen ahora el SIS de ASEP (dejando aparte la intención directa de voto), ocho pueden variar en una escala de 0 a 200, con punto de equilibrio en 100 (ISC, IPA, ISCV, IO, IESE, ISD, ISG, IEMC). De los demás, cuatro constituyen medias aritméticas de puntuaciones en escalas 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.

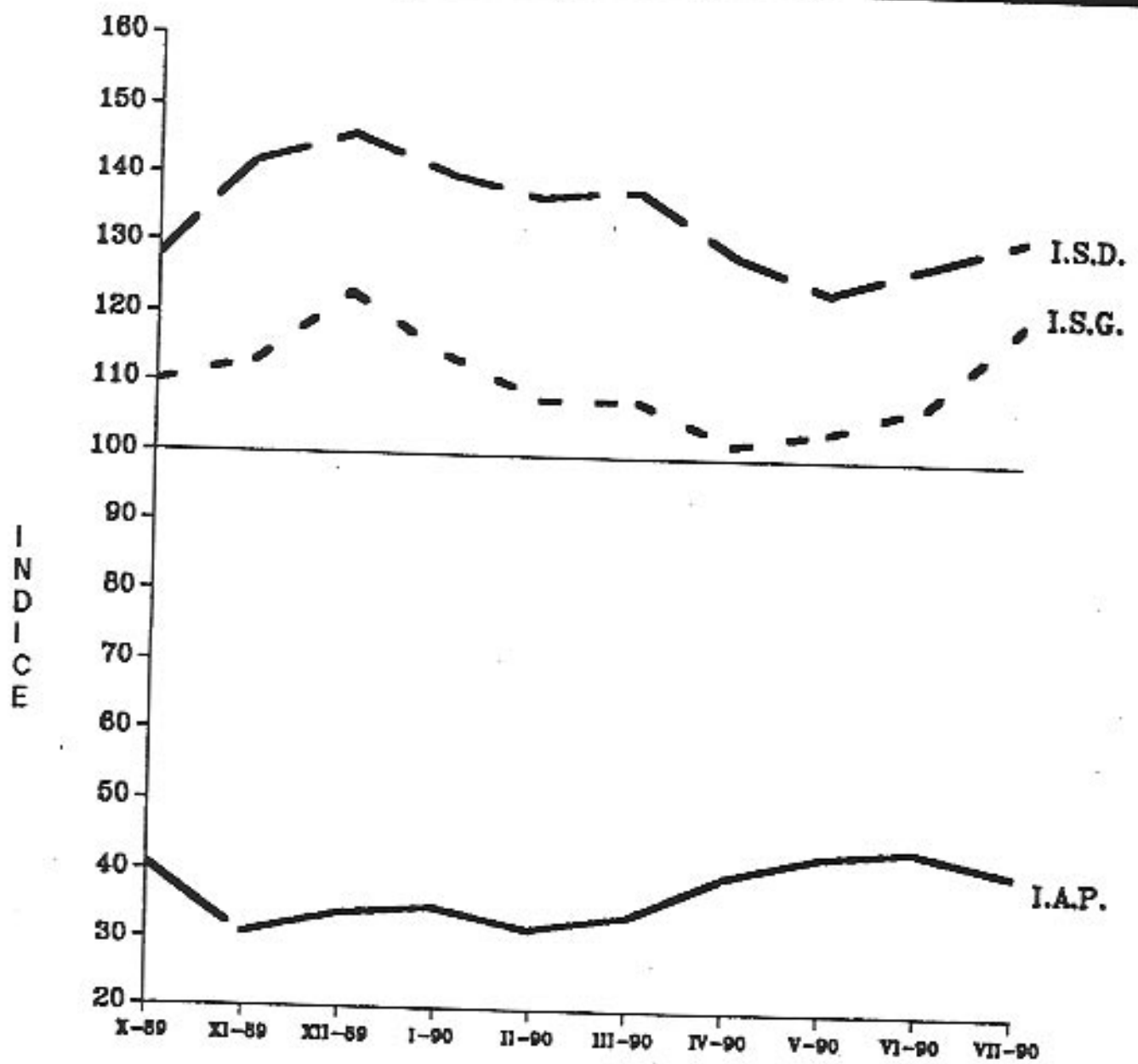
EVOLUCION DE LOS INDICADORES SOCIALES



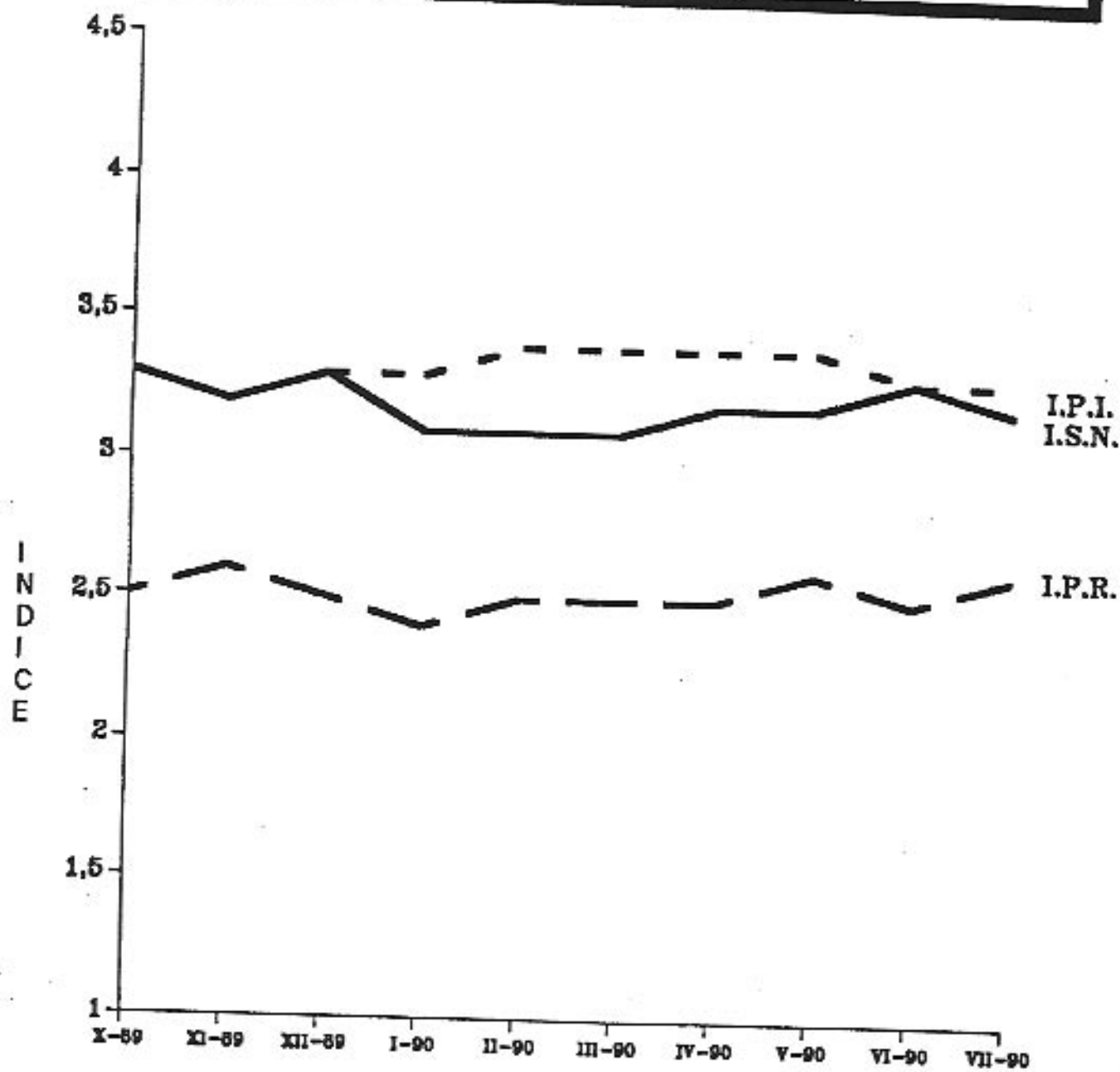
**EVOLUCION DE LOS INDICADORES
ECONOMICOS Y DE CONSUMO**



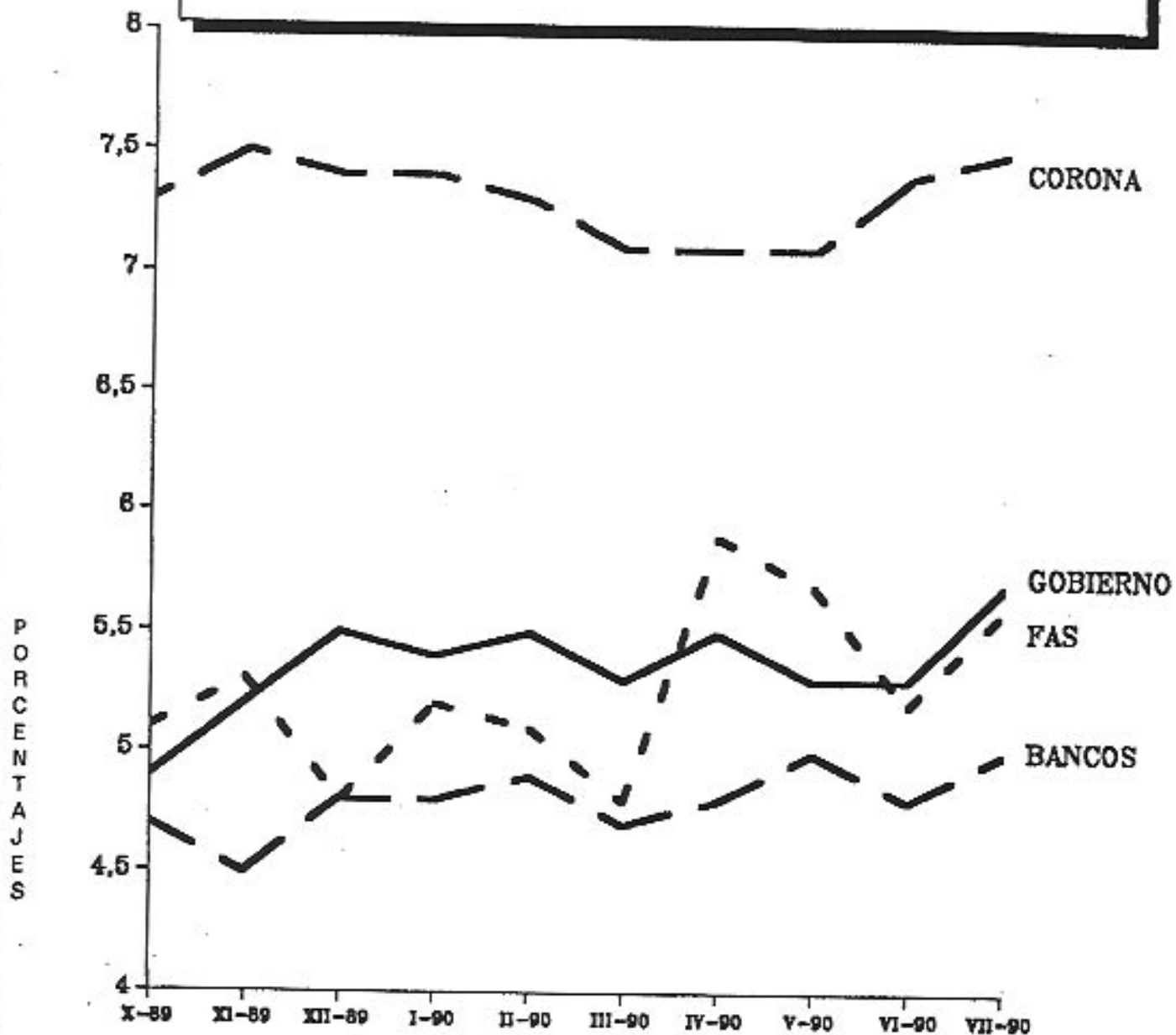
EVOLUCION DE LOS INDICADORES POLITICOS



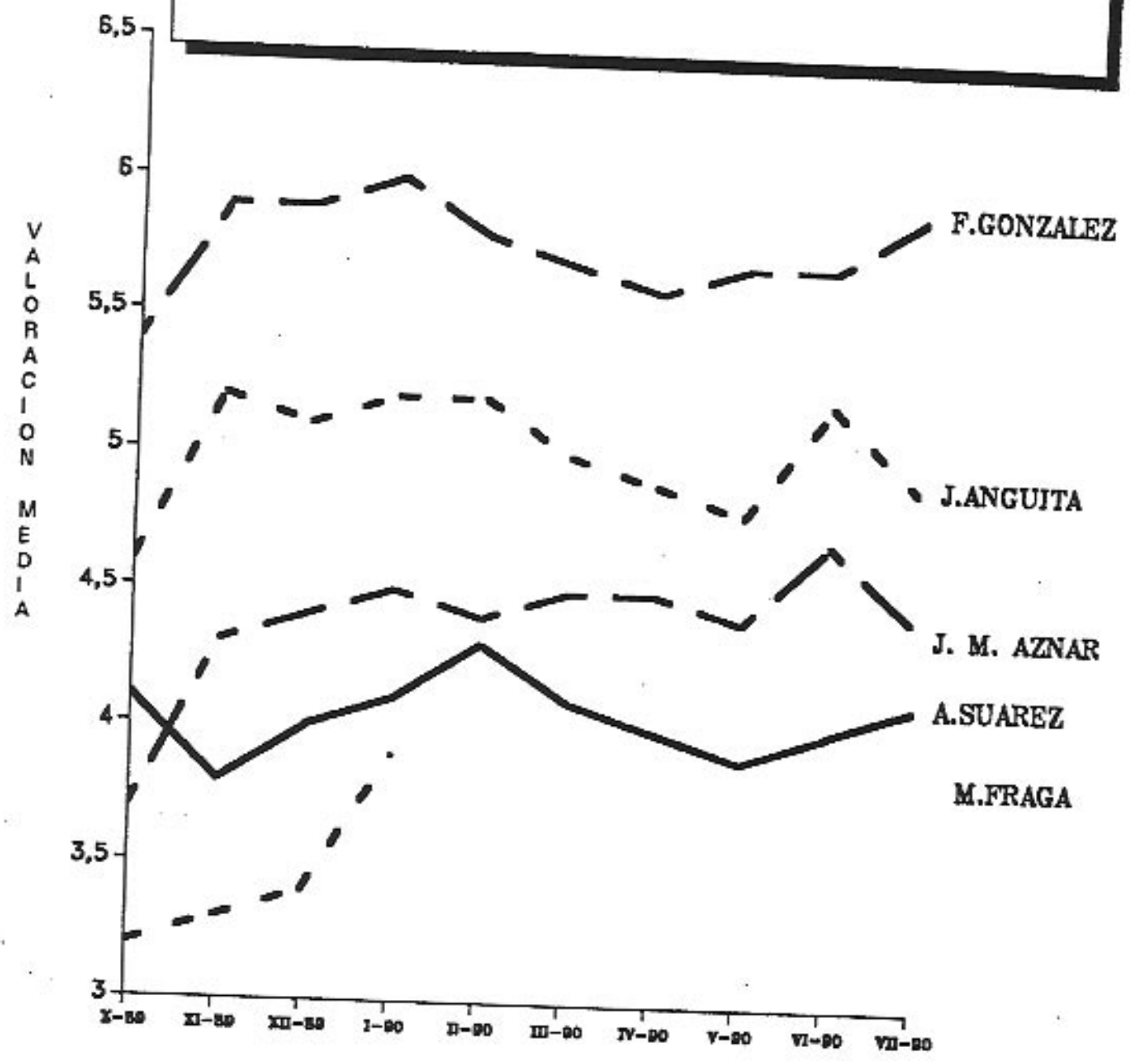
EVOLUCION DE LOS INDICADORES DE POSICIONAMIENTO IDEOLOGICO



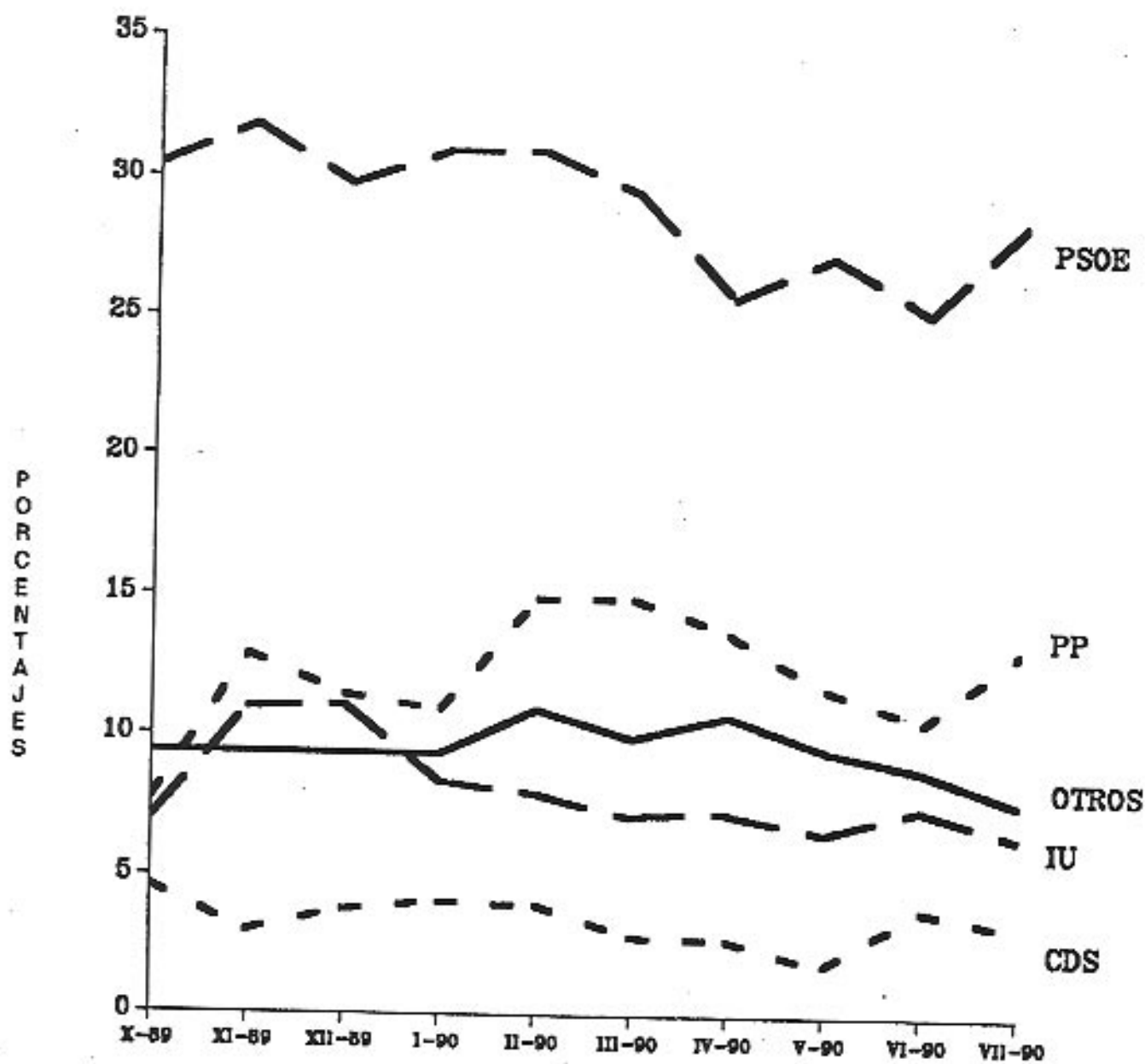
VALORACION DE LAS INSTITUCIONES



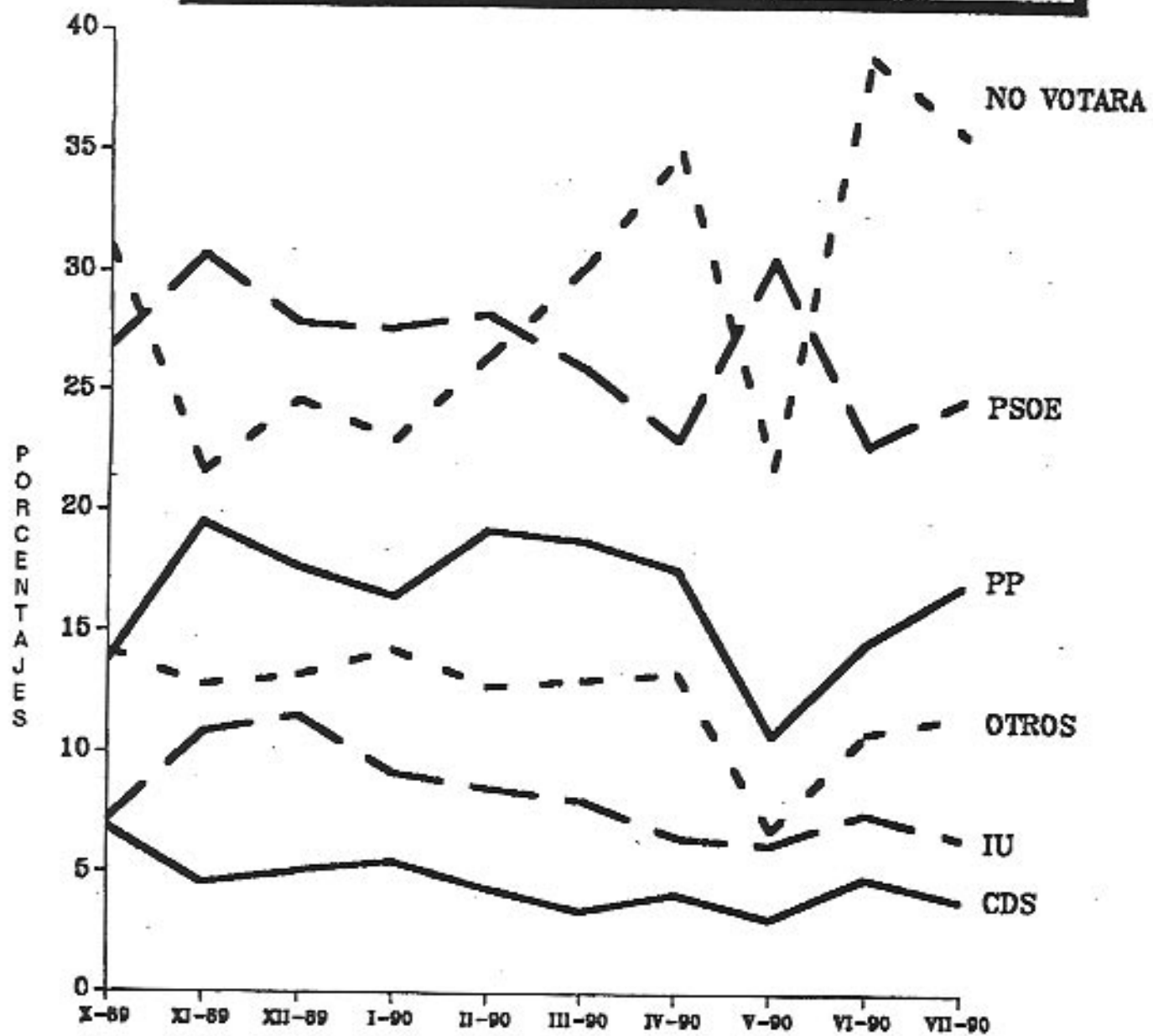
VALORACION DE LOS PRINCIPALES
LIDERES POLITICOS



INTENCION DE VOTO DIRECTA



ESTIMACION DE VOTO SEGUN MODELO ASEP



EVOLUCION DEL PORCENTAJE DE AUDIENCIA DE MEDIOS DE COMUNICACION

