

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

"FLASHES"

Si el comentario general del Boletín del mes de julio giraba alrededor de los conceptos SATISFACCION Y OPTIMISMO, el de este mes de septiembre tiene que basarse en el PESIMISMO E INCERTIDUMBRE, provocados, en nuestra opinión, por la crisis del Golfo Pérsico, la crisis económica, y la desilusión con la política. Estas tres cuestiones constituyen el basamento sobre el que parece estar la opinión pública española en estos momentos.

LA CRISIS DEL GOLFO PERSICO

La opinión pública española no parece aceptar de buen grado la implicación de España en la crisis del Golfo Pérsico, iniciada a principios de agosto. O bien no se han explicado bien las razones por las que se ha llegado a esa implicación, o bien la opinión pública no ha querido entender dichas explicaciones. Pero el hecho evidente es que la opinión pública no comparte las tesis defendidas por el ejecutivo.

En efecto, cuando se preguntó a los entrevistados (en la tercera semana de septiembre) por su aprobación o rechazo de ciertas actuaciones relativas a la crisis del Golfo, las respuestas no pueden ser más elocuentes:

La Opinión Pública Española Aprueba:

- Las actuaciones y acuerdos de las Naciones Unidas.

La Opinión Pública es Controvertida respecto a:

- El envío de tropas al Golfo por parte de Estados Unidos y otros países europeos.
- La utilización de la fuerza militar de Estados Unidos y sus aliados para obligar a Irak a retirarse de Kuwait.
- La participación de España en el conflicto del Golfo.
- Las declaraciones del PP en relación con la crisis del Golfo.
- Las declaraciones de IU en relación con la crisis del Golfo.
- Las declaraciones del CDS en relación con la crisis del Golfo.
- Las actuaciones y declaraciones de Felipe González.
- La información y explicaciones ofrecidas por Felipe González al Parlamento español.

La Opinión Pública Española Rechaza (Reprueba):

- El envío de tres barcos españoles al conflicto del Golfo Pérsico.
- El retraso de más de un mes de Felipe González en informar al Parlamento de sus actuaciones.
- La invasión de Kuwait por parte de Irak.

- La decisión de enviar al Golfo Pérsico reclutas que están cumpliendo el servicio militar.
- Las actuaciones de Irak.

La interpretación de estos datos, procedentes todos ellos de este sondeo de mediados de septiembre, es que la opinión pública española se siente moralmente obligada a respaldar, por razones de principios, las actuaciones y acuerdos de las Naciones Unidas. Y, por supuesto, rechaza firmemente la invasión de Kuwait por Irak.

Pero esta opinión pública es más polémica cuando se trata de respaldar acciones que son coherentes con los acuerdos de las Naciones Unidas, como es el caso del envío de tropas americanas y europeas al Golfo. Y es también crítica y controvertida al evaluar las declaraciones de los principales partidos y, también, las del propio Presidente Felipe González.

Y, cuando se trata de las actuaciones específicas que sean precisas para solucionar la crisis del Golfo (utilización de la defensa militar), o de la participación de España en el conflicto, dentro de los acuerdos de Naciones Unidas (participación española, envío de tres barcos, envío de reclutas), entonces la opinión pública las rechaza con toda firmeza.

Así pues, se aceptan los grandes principios y objetivos, pero se rechazan los medios para lograrlos.

LA CRISIS ECONOMICA

Por otra parte, y de acuerdo con los datos de este sondeo, los españoles están poco convencidos de la pretendida relación causal entre crisis del Golfo y crisis económica en España, tal y como parece deducirse de su respuesta a ciertas afirmaciones:

La Opinión Pública está de Acuerdo en que:

- La crisis económica de España se debe a la mala gestión del Gobierno más que al conflicto del Golfo Pérsico.

La Opinión Pública es Controvertida respecto a:

- El Gobierno español está utilizando el conflicto del Golfo Pérsico para desviar la atención de los españoles de otros problemas políticos nacionales muy importantes.
- La subida de la gasolina está justificada por el conflicto del Golfo Pérsico.

Es decir, parece bastante claro que, incluso en los primeros momentos (segunda quincena de septiembre), cuando el Gobierno comenzó a anunciar la crisis económica y a relacionarla con la crisis del Golfo Pérsico, los españoles no aceptaron esa relación de casualidad.

Lo que no implica, sin embargo, que la opinión pública haya tomado nota de las advertencias del Gobierno, aunque no las comparta o las rechace:

La Opinión Pública es controvertida respecto a que:

- "el Gobierno está exagerando la gravedad de la crisis económica",
- "la solución más eficaz para hacer frente a la crisis económica es que todos nos apretemos el cinturón",

La Opinión Pública Rechaza (Reprueba):

- "El anuncio de medidas para frenar el consumo".

Según los datos de este informe, todos los indicadores sobre actitudes y expectativas económicas se han desplomado hasta niveles no conocidos en España al menos en los últimos cuatro años (según los sondeos ASEP desde X/86). El índice de sentimiento del consumidor, el de optimismo personal, el de evaluación de la situación económica española, todos han logrado mínimos hasta ahora desconocidos. Pero la crisis solo ha afectado, hasta el momento, a las expectativas, (haciendo que sean más pesimistas y negativas), pero todavía no han influido sobre los comportamientos actuales (por ello se mantiene el nivel y la propensión al ahorro). Y sin embargo, los españoles ya advierten que lo que más les molestará es tener que reducir sus gastos en gasolina y en ropa.

LA CRISIS POLITICA

Esta situación se refleja, lógicamente, en los indicadores políticos también.

Por una parte, se observa este mes un fuerte descenso en la valoración de todas las instituciones políticas y líderes políticos, y un significativo descenso de la satisfacción con el funcionamiento de la democracia y con el Gobierno.

Pero, además, por primera vez desde que se inició el "caso Guerra", una mayoría de entrevistados opina que Felipe González debería haber cesado ya a Alfonso Guerra. Hasta ahora, la opinión pública había rechazado, o era polémica, respecto a dicho cese (según los sondeos ASEP).

El reflejo de todas estas cuestiones sobre las intenciones de voto parece lógico también, tal y como se puede comprobar a continuación:

INDICADORES DE VOTO

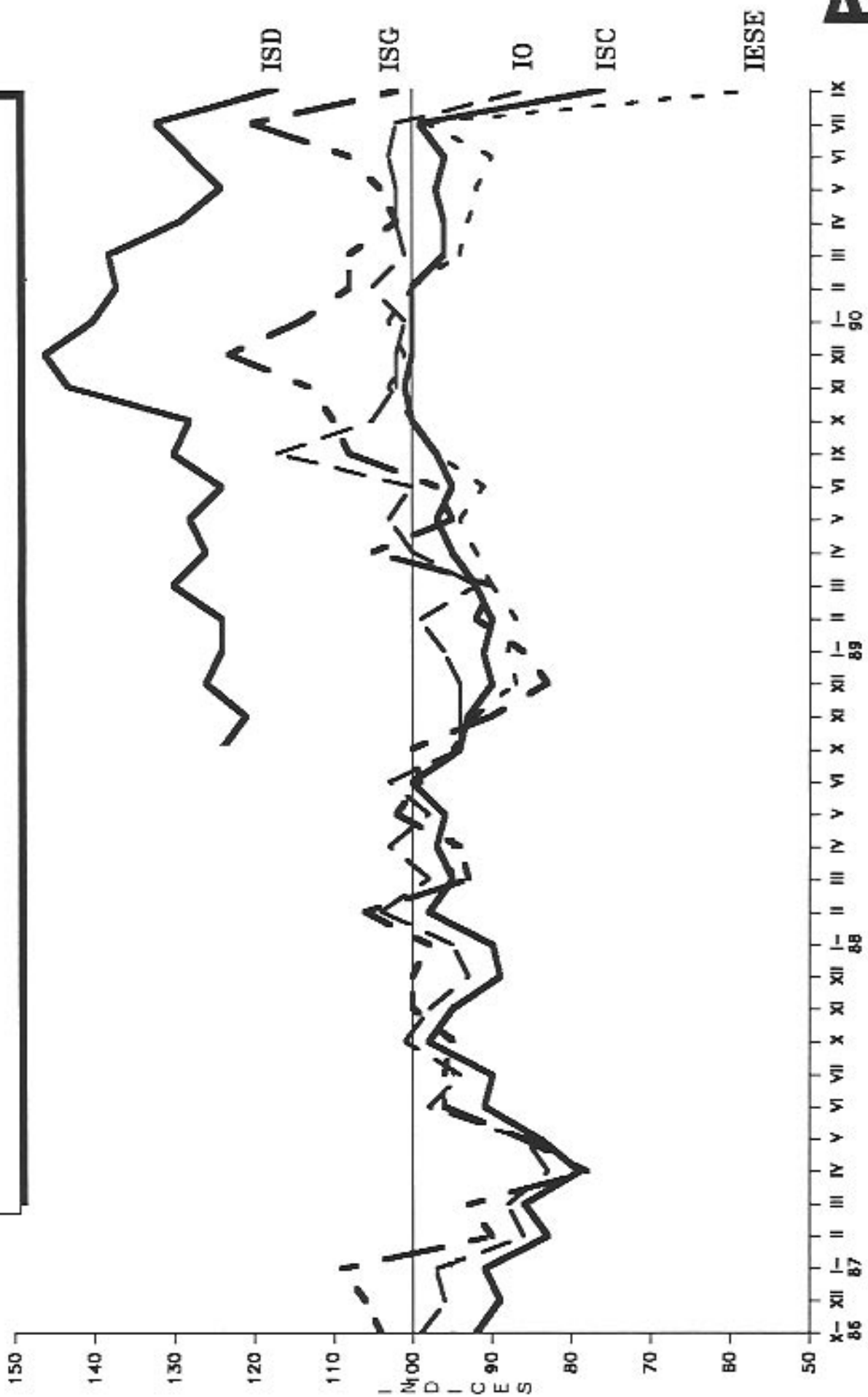
	Resultados Reales 1989	Recuerdo de Voto	Intención de Voto	Estimación ASEP
PP	17,9%	11,8%	12,7%	17,7%
CDS	5,5	2,4	1,7	2,3
PSOE	27,4	29,0	27,0	26,3
IU	6,3	4,6	5,4	6,2
Nac. Derecha	7,2	5,5	5,1	6,5
Nac. Izquierda	1,8	1,1	1,1	1,5
Otros	2,9	1,9	4,0	5,1
Abstención	31,0	21,5	11,1	34,4
NS/NC	-	22,2	31,9	-
Total	100,0	100,0	100,0	100,0

Los datos más significativos este mes son:

- el descenso de IU hasta su nivel de 1.989.

- el incremento de "otros" partidos y de la abstención que refleja cierto desencanto y abandono de los partidos tradicionales, bien hacia nuevas opciones o hacia la no participación.

EVOLUCION DE INDICADORES MAS SIGNIFICATIVOS



Sistema de Indicadores Sociales ASEP

1. Este mes se observa un fuerte descenso de los indicadores siguientes:
 - Sentimiento del Consumidor (ISC).
 - Evaluación de la Situación Económica (IESE).
 - Optimismo (IO).
 - Satisfacción con el funcionamiento de la democracia.
 - Satisfacción con la labor del Gobierno.

2. Se mantienen relativamente estables los siguientes:
 - Propensión al Ahorro.
 - Ahorro.
 - Satisfacción con la Calidad de Vida.
 - Práctica religiosa.
 - Postmaterialismo.
 - Alienación política.
 - Posicionamiento ideológico.
 - Sentimiento nacionalista.

3. La estimación de voto ASEP, por comparación con los resultados reales de 1.989, implica los siguientes cambios significativos:
 - Incremento de la abstención.
 - Estabilidad para el PP e IU.
 - Ligeras pérdidas para PSOE, nacionalistas de centro y derecha, y nacionalistas de izquierda.
 - Fuertes pérdidas para el CDS.
 - Fuerte crecimiento de los "otros" partidos (principalmente ecologistas).

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	IX-90
<u>ECONÓMICOS Y DE CONSUMO</u>											
1 - TSC	100	101	100	100	100	96	96	97	96	99	76
2 - IESE	100	103	101	103	100	94	93	92	90	98	57
3 - TPA	115	114	117	116	119	119	118	119	119	118	117
4 - IA	26	25	26	27	29	28	28	28	28	30	29
<u>SOCIALES</u>											
5 - ISCV	169	167	173	168	170	174	164	159	166	162	163
6 - IO	105	102	102	101	105	101	102	102	103	102	85
7 - IPR	2,5	2,6	2,5	2,4	2,5	2,5	2,5	2,6	2,5	2,6	2,6
8 - IPM	27	30	31	32	34	30	32	34	33	32	30
<u>POLÍTICOS</u>											
9 - ISD	128	143	146	140	137	138	129	124	128	132	117
10 - ISG	110	113	123	114	108	108	102	104	108	120	101
11 - IAP	41	31	34	35	32	34	40	43	44	41	43
12 - IPJ	3,3	3,2	3,3	3,3	3,4	3,4	3,4	3,4	3,3	3,3	3,5
13 - ISM	3,3	3,2	3,3	3,1	3,1	3,1	3,2	3,2	3,3	3,2	3,3
<u>EXPOSICIÓN A INFORMACIÓN</u>											
14 - IEI	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	60
<u>INTENCIÓN 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	12,7
- CDS	4,6	3,0	3,8	4,1	3,5	2,9	2,8	1,9	3,9	3,2	1,7
- PSDE	30,4	31,9	29,8	30,8	30,9	29,5	25,8	27,3	25,3	28,6	27,0
- IU	7,0	11,1	11,1	8,4	8,5	7,2	7,3	6,6	7,5	6,5	5,4
- Otros	9,4	10,0	9,4	10,8	9,7	10,8	9,6	9,7	8,9	7,7	10,2
- No Votará	9,0	7,1	8,2	8,3	14,7	9,7	10,2	11,6	11,1	9,2	11,1
- NS/NC	31,9	23,9	26,2	26,6	18,0	24,9	30,5	31,1	32,7	31,6	31,9
<u>INTENCIÓN 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	17,7
- CDS	6,9	4,6	5,1	5,5	4,4	3,5	4,2	2,4	4,9	4,0	2,3
- PSDE	26,9	30,7	27,9	27,7	28,3	26,1	23,1	25,1	22,9	24,8	26,3
- IU	7,2	10,8	11,5	9,2	8,6	8,1	6,6	7,2	7,6	6,6	6,2
- Nacional Derecha	6,3	7,1	7,9	8,0	7,3	7,2	7,6	7,3	6,1	5,8	6,5
- Nacional Izquierda	3,4	1,6	1,3	2,0	1,0	1,8	2,0	1,8	2,2	1,6	1,5
- Otros	4,5	4,1	4,0	4,3	4,5	4,1	3,8	4,5	2,6	4,3	5,1
- Abstención	31,0	21,6	24,6	26,8	26,6	30,3	35,0	34,2	39,0	35,8	34,4

Cuadro 2.

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

INDICADORES:	IX-90

Total	(1.210)
<u>Evaluación Situación Económica</u>	
Optimistas	13%
Pesimistas	56
<u>Propensión al Ahorro</u>	
Ahorran	29%
Se Endeudan	12
<u>Satisfacción con Calidad de Vida</u>	
Satisfechos	77%
Insatisfechos	14
<u>Optimismo Personal</u>	
Optimistas	20%
Pesimistas	35
<u>Práctica Religiosa</u>	
Alta	23%
Baja	45
<u>Postmaterialismo</u>	
Materialistas	70%
Post-materialistas	30
<u>Satisfacción con Democracia</u>	
Satisfechos	50%
Insatisfechos	33
<u>Satisfacción con Gobierno</u>	
Satisfechos	42%
Insatisfechos	41
<u>Posicionamiento Ideológico</u>	
Izquierda	36%
Centro	13
Derecha	16
<u>Sentimiento Nacionalista</u>	
Más nacionalistas	19%
Más españoles	34
<u>Exposición a Información</u>	
Alta	14%
Ninguna	54
<u>Posición Social</u>	
Alta	14%
Baja	38
<u>Intención de Voto Directa</u>	
PP	13%
CDS	2
PSOE	27
IU	5

Actitudes Económicas y de Consumo

- Se mantienen la propensión al ahorro y la proporción de ahorradores - Se mantiene el índice de propensión al ahorro como en meses anteriores, y por tanto continúa siendo positivo. Y la proporción de ahorradores se mantiene asimismo en alrededor de un 30%.
- Fuerte caída en la evaluación de la situación económica, más negativa que nunca - Los cuatro componentes del sentimiento del consumidor (situación económica personal y de España, presente y futura), son muy negativos, habiendo experimentado una muy fuerte caída respecto a meses anteriores. Los dos indicadores relativos a España aún más negativos que los relativos a la persona.
- Resistencia a reducir gastos en gasolina y ropa - Dos tercios de los entrevistados no gastaron nada el mes pasado en espectáculos ni en deporte o gimnasia. Los españoles gastaron más en gasolina, ropa y viajes (vacaciones) que en otros bienes o servicios (no de necesidad). Y los gastos que más les molestaría reducir son los de gasolina y ropa.

Se mantiene sin embargo 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 creen que la crisis económica se debe a la mala gestión del Gobierno

- La opinión pública se muestra claramente de acuerdo con las siguientes afirmaciones:

"La crisis económica de España se debe a la mala gestión del Gobierno más que al conflicto del Golfo Pérsico".

Pero existe controversia de opiniones respecto a las siguientes:

"El Gobierno está exagerando la gravedad de la crisis económica en España".

"Nos guste o no, la solución más eficaz para hacer frente a la crisis económica es que todos nos apretemos el cinturón", y

"La subida de la gasolina está justificada por el conflicto del Golfo Pérsico".

El BBV, el banco con más clientes

- Alrededor del 80% 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..

Actitudes y Comportamientos Políticos

Actitudes

Básicas

- El electorado español se autopositiona ideológicamente sobre todo en la izquierda y en proporción inferior en el centro y en la derecha. Este mes sin embargo disminuye ligeramente la izquierda y aumentan algo el centro y la derecha. Una cuarta parte afirma tener una práctica religiosa alta, mientras que la mitad dicen que su práctica religiosa es baja. Algo menos de la mitad de los entrevistados se consideran tan españoles como nacionalistas, pero la proporción que se considera más español es superior a la que se considera más nacionalista. Finalmente, un tercio de los entrevistados 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, todas ellas, son conocidas por más del 70% de los entrevistados. La valoración, en una escala de 0 a 10 puntos ha sido: La Corona (6,8), Naciones Unidas (6,4), Gobierno de la Nación (5,0), Tribunales de Justicia (4,8), Fuerzas Armadas (4,7), Bancos (4,3) y OTAN (3,6). Las cuatro instituciones fijas han experimentado una disminución significativa de valoración.

Ranking de
Cónocimiento
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 período 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 este sondeo, los más conocidos son la Reina D^a. Sofía, Felipe González, Adolfo Suárez, y Guerra (por más del 80% de los entrevistados), seguidos de Aznar, Anguita, Fernández Ordóñez y Narcis Serra (por más del 70%). La valoración más alta corresponde a la Reina D^a. Sofía (6,9), seguida de Felipe González (5,4), Fernández Ordóñez (5,1), Anguita (4,5), Aznar (4,2), Solchaga (4,1), Serra (3,9), Suárez (3,7) y Guerra (3,5). Todos los líderes fijos han sufrido un fuerte descenso de valoración. Guerra tiene una imagen muy controvertida, y en menor medida también la tienen Suárez, Aznar, Solchaga y Serra.

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 Sofia, Felipe González, Manuel Fraga, el Príncipe Felipe, Adolfo Suarez, 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 Sofia, el Príncipe Felipe, Gorbachov, Garzón, Felipe González, Samaranch, Cristina Almeida, Fernández Ordoñez y Anguita.

Condena de Irak
por su invasión
de Kuwait

- Los españoles se muestran en desacuerdo con la siguiente afirmación:

"A pesar de las apariencias Irak tiene bastante razón al haber invadido Kuwait".

Pero existe controversia respecto a las siguientes:

"El Gobierno español está utilizando el conflicto del Golfo Pérsico para desviar la atención de los españoles de otros problemas políticos nacionales muy importantes",

"Estados Unidos y sus aliados están plenamente justificados en utilizar la fuerza militar para obligar a Irak a retirarse de Kuwait", y

"Se diga lo que se diga, a España no se le ha perdido nada en el conflicto del Golfo Pérsico".

Rechazo al envío de reclutas al Golfo Pérsico

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

"La decisión de enviar al Golfo Pérsico reclutas que estén cumpliendo el servicio militar", y

"Que Felipe González no haya cesado a Alfonso Guerra".

Pero se observa una opinión controvertida respecto a:

"El envío de tres barcos españoles al conflicto del Golfo Pérsico", y

"El anuncio de medidas para frenar el consumo".

Fuerte caída de la satisfacción con el Gobierno de la Nación y con el funcionamiento de la Democracia

- El Índice de satisfacción con el Gobierno ha disminuido muy significativamente este mes, probablemente por el conflicto del Golfo, la crisis económica y el caso "Guerra". Y disminuye mucho también, la satisfacción con el funcionamiento de la democracia.

Utilización de Medios de Comunicación

- Prensa diaria - El porcentaje de lectores de diarios (el día anterior a la entrevista) se mantiene en alrededor del 40-45 por ciento. El diario más leído sigue siendo, con gran diferencia, El País.
- Revistas - También se mantiene estable la proporción de lectores de revistas entre el 30 y el 35 por ciento. La revista más leída sigue siendo Pronto.
- Radio - La audiencia de radio se mantiene asimismo entre 50 y 55 por ciento. En Onda Media, la COPE se equipara este mes a RN-1, y en tercer lugar sigue 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 alrededor de la mitad ve TVE-2. Un tercio de la población española ve alguno de los canales autonómicos, proporción que ha sido este mes mayor en Andalucía, (67%) e inferior en Madrid (36 por ciento).
- Debe resaltarse que un 14% de los entrevistados dicen ver Telecinco, y que un 9% ven Antena 3. En consecuencia, se observa un persistente crecimiento de audiencia de los canales autonómicos y de los privados.

Informativos

- Un tercio de los entrevistados no ha visto ningún boletín informativo en ningún canal de televisión el día anterior a la entrevista. Alrededor de la mitad vieron alguno en TVE-1, y algo más del 10% en TVE-2, pero la audiencia de informativos en los demás canales es inferior al 5% en cada uno de ellos.

Programas de humor que más han gustado

- Los programas de humor que más han gustado son: Las Chicas de Oro y Tariro Verano.

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 83 menciones), seguido del de Renault Clio (60 menciones).

Joaquín Prats, el comunicador más conocido y el más valorado

- De los cinco comunicadores sociales por los que se ha preguntado este mes, Joaquín Prats (88%) es el más conocido, seguido de José M^a García (74%), Arozamena (62%), Encarna Sánchez (54%) y Emilio Romero (42%). En cuanto a valoración, el ranking de este mes ha sido Joaquín Prats (6,6), Arozamena (6,3), García (6,1), Encarna (6,0) y Emilio Romero (5,6).

Ranking de Conocimiento de Comunicadores

- En el ranking de conocimiento de los últimos doce meses destacan Joaquín Prats, Concha Velasco, Mercedes Milà, 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 M^a Mateo, Doctora Ochoa, Aberasturi e Ibañez Serrador, sobrepasan los 7,0 puntos.

Controversia
sobre los in-
formativos de
diferentes canales

La opinión es controvertida respecto a las siguientes afirmaciones:

"Cada vez es más evidente que, en temas internacionales, todos los medios de información españoles ofrecen el punto de vista que más favorece a los americanos",

"Con tanto canal de TV resulta difícil elegir los programas que se quieren ver",

"Se diga lo que se diga, los boletines informativos de TVE son mejores que los de otros canales", y

"La liga de fútbol ha actuado correctamente al conceder todos los derechos para las retransmisiones de los partidos de fútbol a la cadena de TV que más dinero ha ofrecido".

Cuadro 3.

Conocimiento y Valoración de Instituciones y Grupos Sociales

SEPTIEMBRE 1990

		<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 Las Naciones Unidas	Fuerzas Armadas Bancos Congreso de los Diputados Los Empresarios Los Sindicatos Los Tribunales de Justicia	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

SEPTIEMBRE 1990

		<u>VALORACION</u>		
		Alta (+5,5)	Media (4,0-5,5)	Baja (-4,0)
<u>CONOCIMIENTO</u>	Alto (+70%)	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 Carlos Solchaga
	Medio (50-70%)	J.A. Samaranch	F. Fernández Ordoñez Javier Solana Carmen Romero Narcís Serra François Mitterand Rosa Conde Miguel Roca Manuel Chaves Cristina Almeida	George Bush Luis Solana Isabel Tocino
	Bajo (-50%)	Baltasar Garzón	J.Randón Caso E. Punset Matilde Fernández J.A. Segurado F. Mayor Zaragoza Ricardo G ^a Damborenea Jorge Semprón Alicia Koplowitz José Borrel José Luis Corcuera	Jon Ydígoras Alejandro Rojas Marcos Soledad Becerril Carlos Romero

Cuadro 5.

Conocimiento y Valoración de Comunicadores Sociales

SEPTIEMBRE 1.990

VALORACION

Alta (+6,5)

Media (5,5-6,5)

Baja (-5,5)

CONOCIMIENTO

Alto
(+70%)

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

Medio
(30-70%)

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

Bajo
(-30%)

María Escario	Julio César Iglesias	Jesús Cacho
M. Martín Ferrand	Jaime Capmany	
	Paco Lobatón	
	Enric Sopena	
	Julián Lago	
	Pedro J. Ramirez	
	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 la Información

Características
de la Investi-
gación 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 la Información (IEI)
- Índice de Post-Materialismo (IPM)
- Índice del Sentimiento del Consumidor (ISC)
- Índice de Propensión al Ahorro (IPA)
- Índice de Ahorro (IA)
- 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)

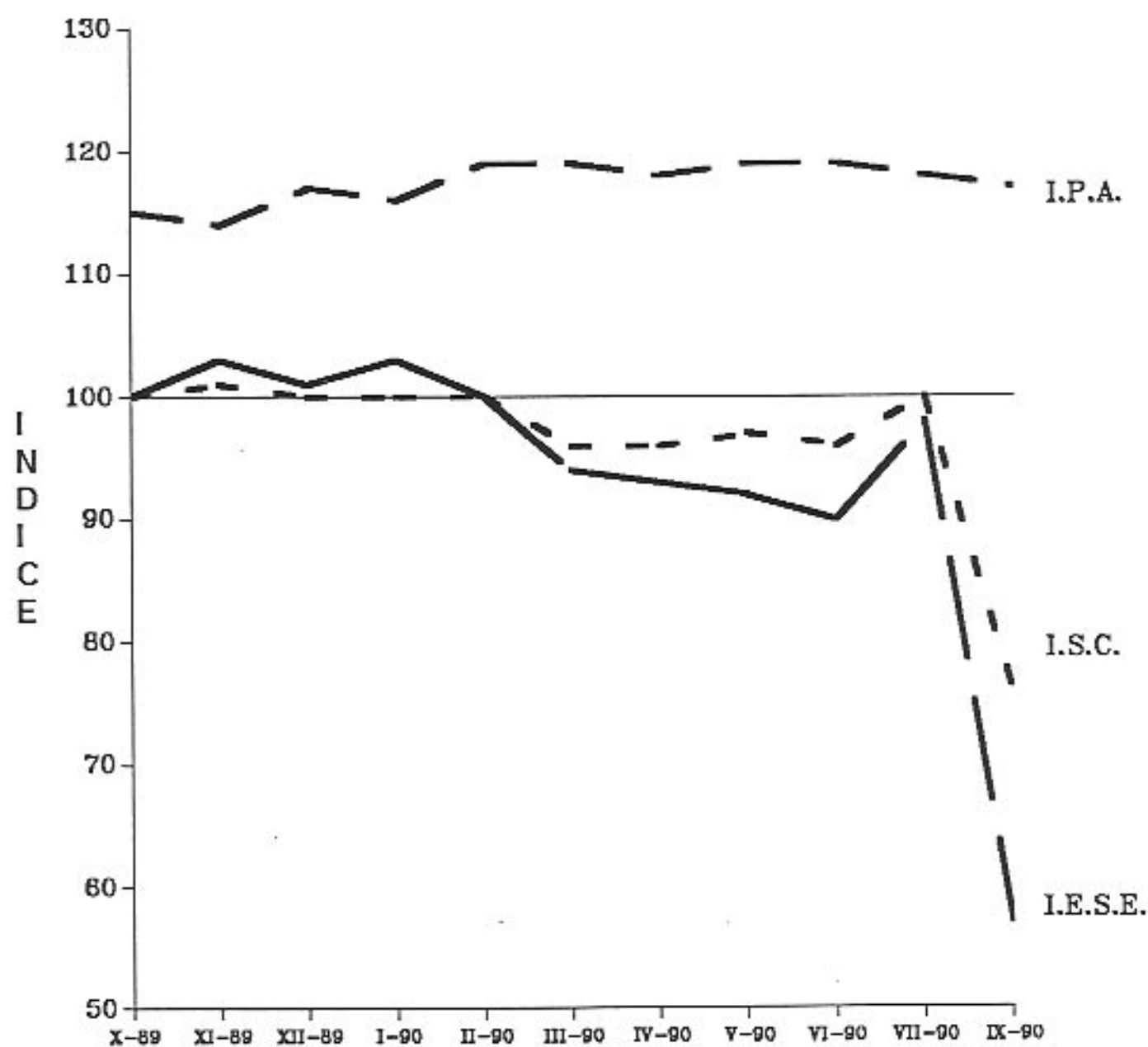
El Sistema de Indicadores Sociales (SIS) de ASEP

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

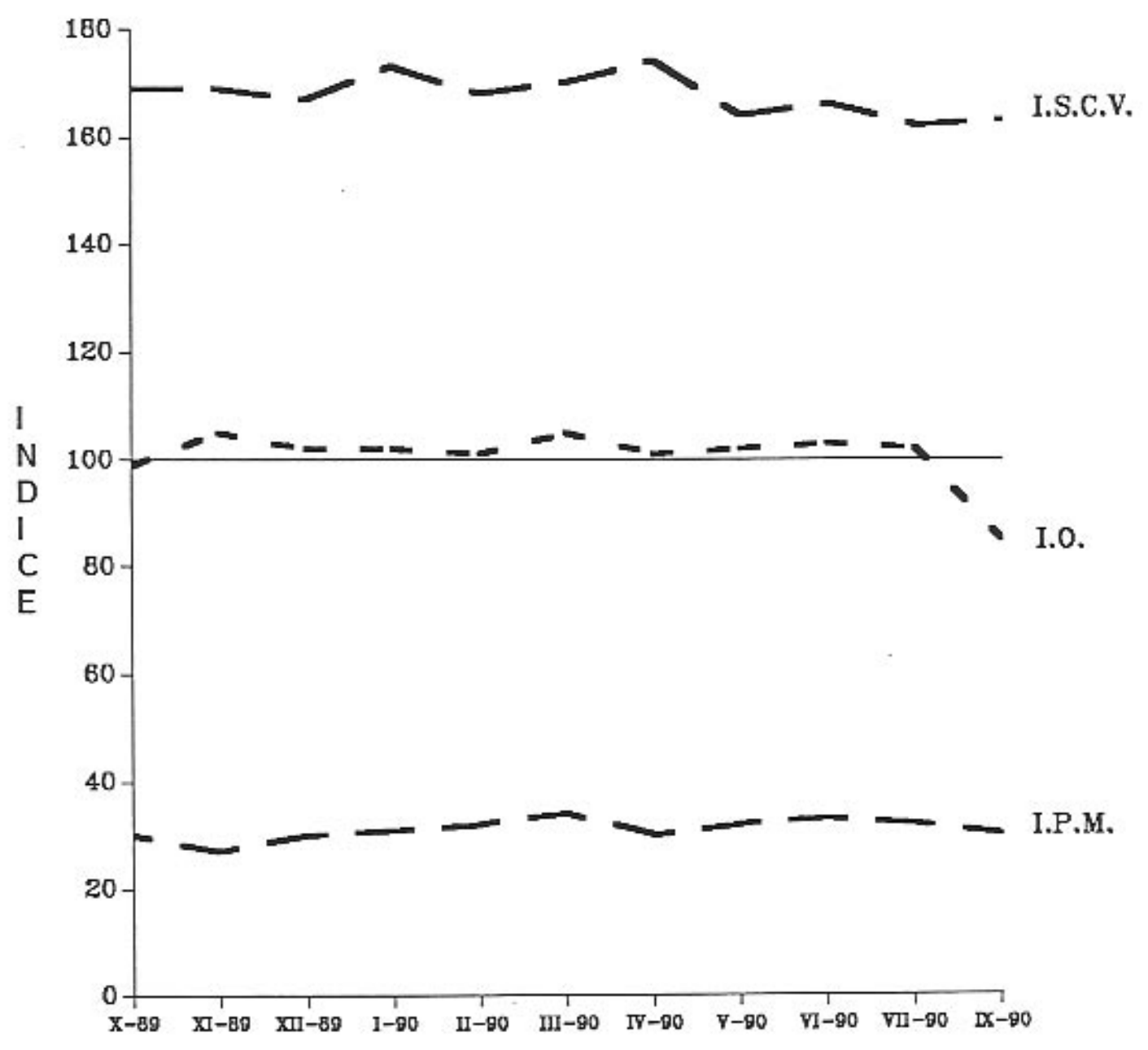
De los catorce indicadores que componen ahora el SIS de ASEP (dejando aparte la intención directa de voto), ocho pueden variar en una escala de 0 a 200, con punto de equilibrio en 100 (ISC, IPA, ISCV, IO, IESE, ISD, ISG, IEMC). De los demás, tres constituyen medias aritméticas de puntuaciones en escalas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

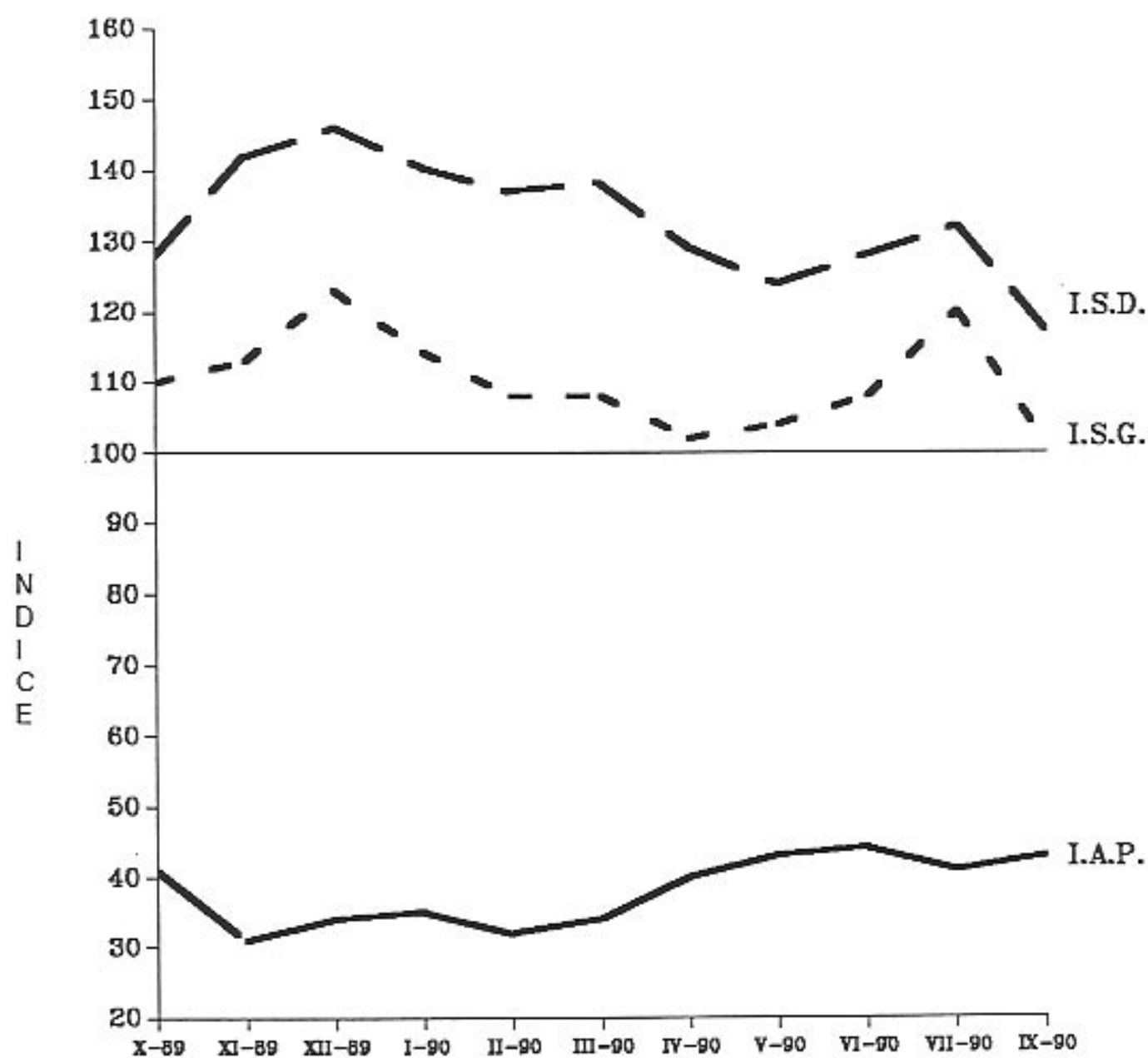
EVOLUCION DE LOS INDICADORES ECONOMICOS Y DE CONSUMO



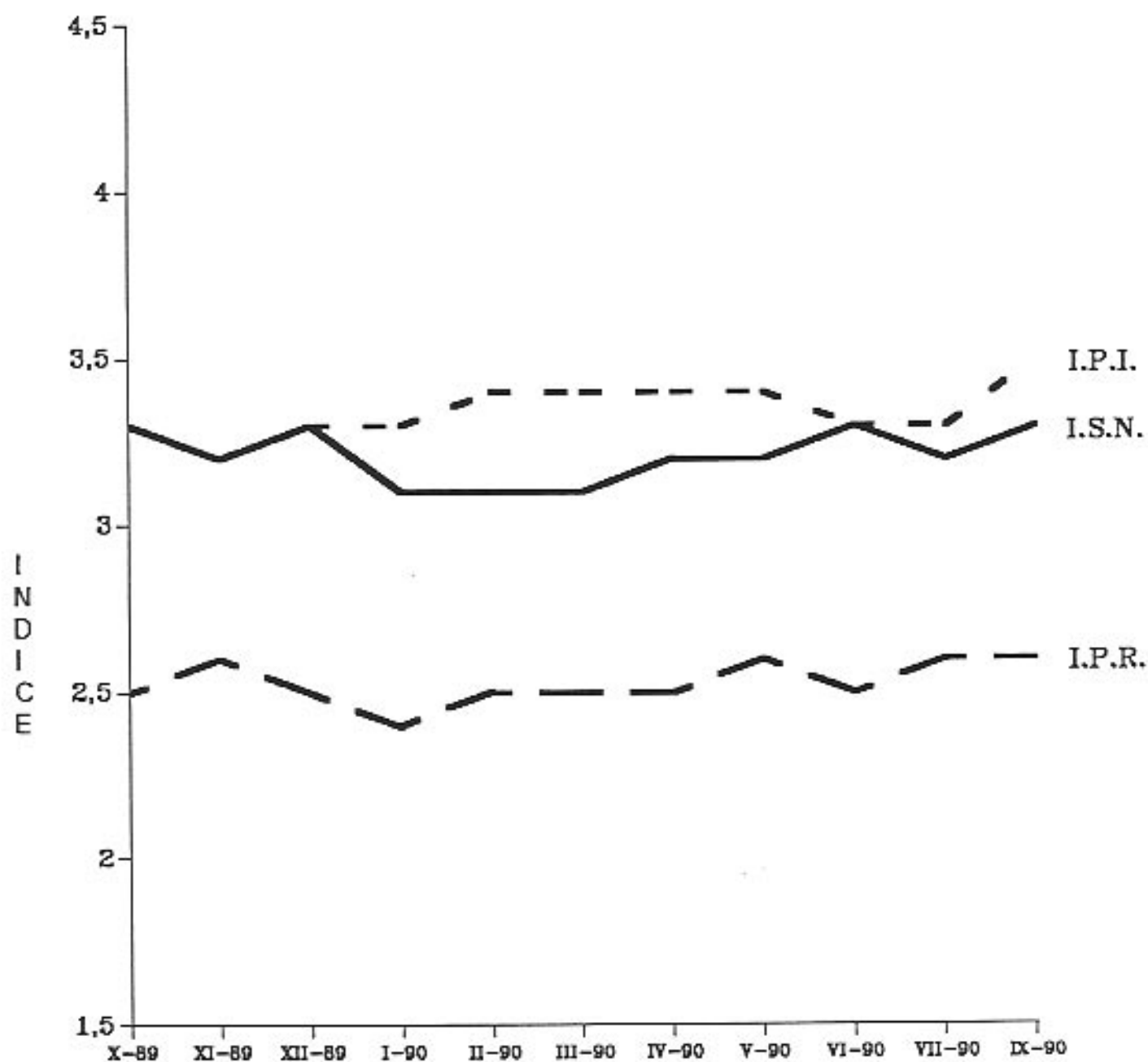
EVOLUCION DE LOS INDICADORES SOCIALES



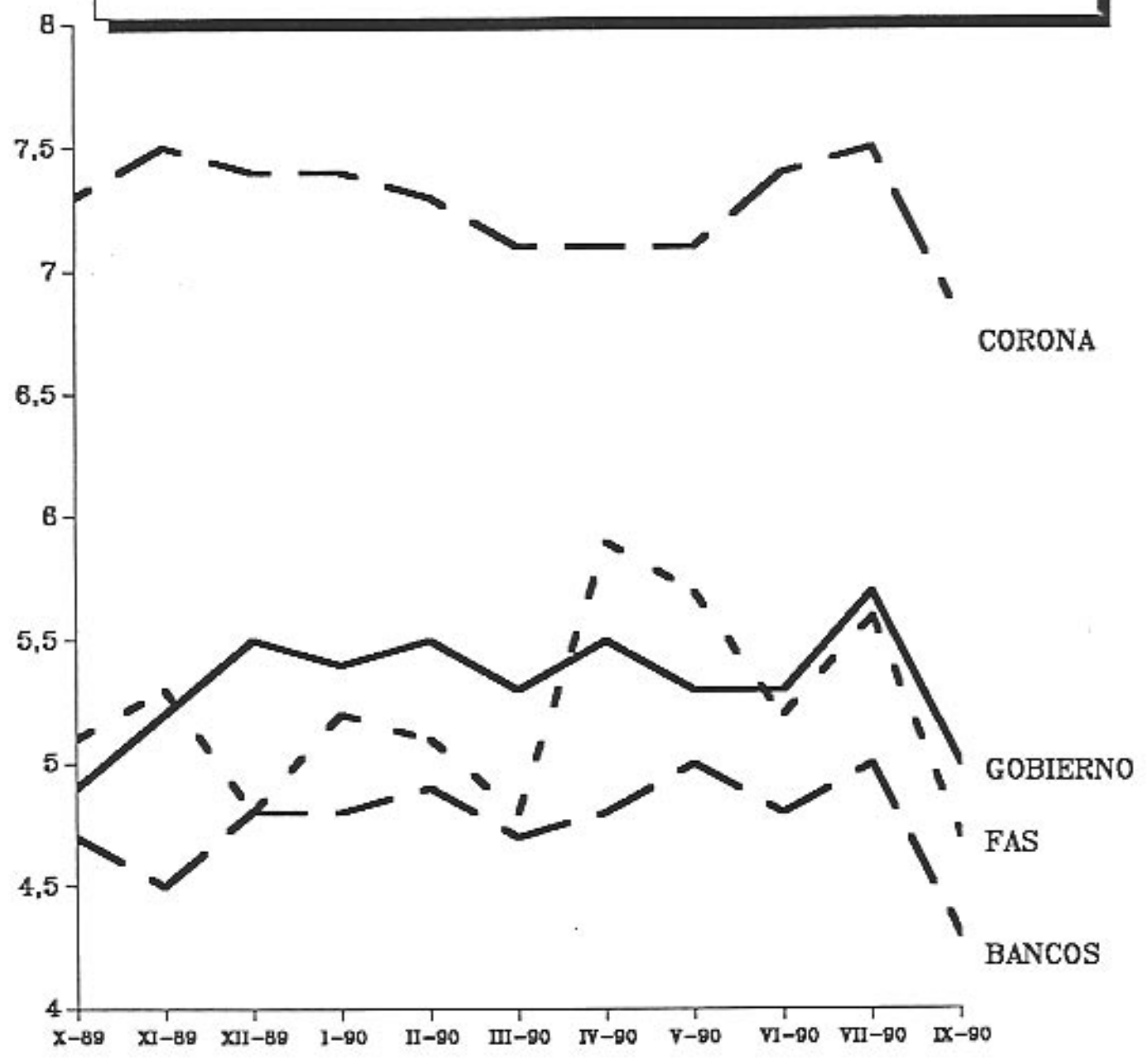
EVOLUCION DE LOS INDICADORES POLITICOS



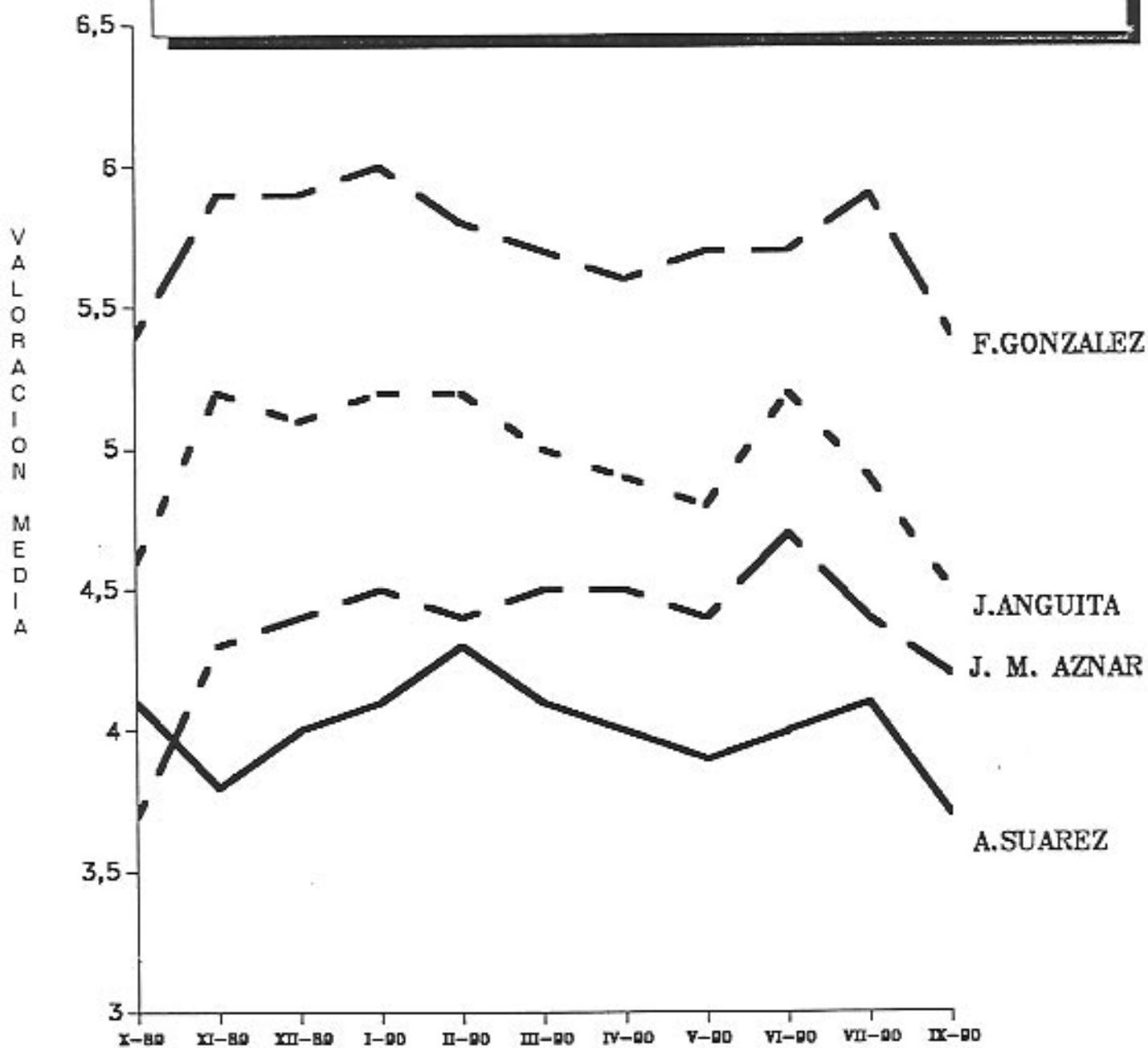
EVOLUCION DE LOS INDICADORES DE POSICIONAMIENTO IDEOLOGICO



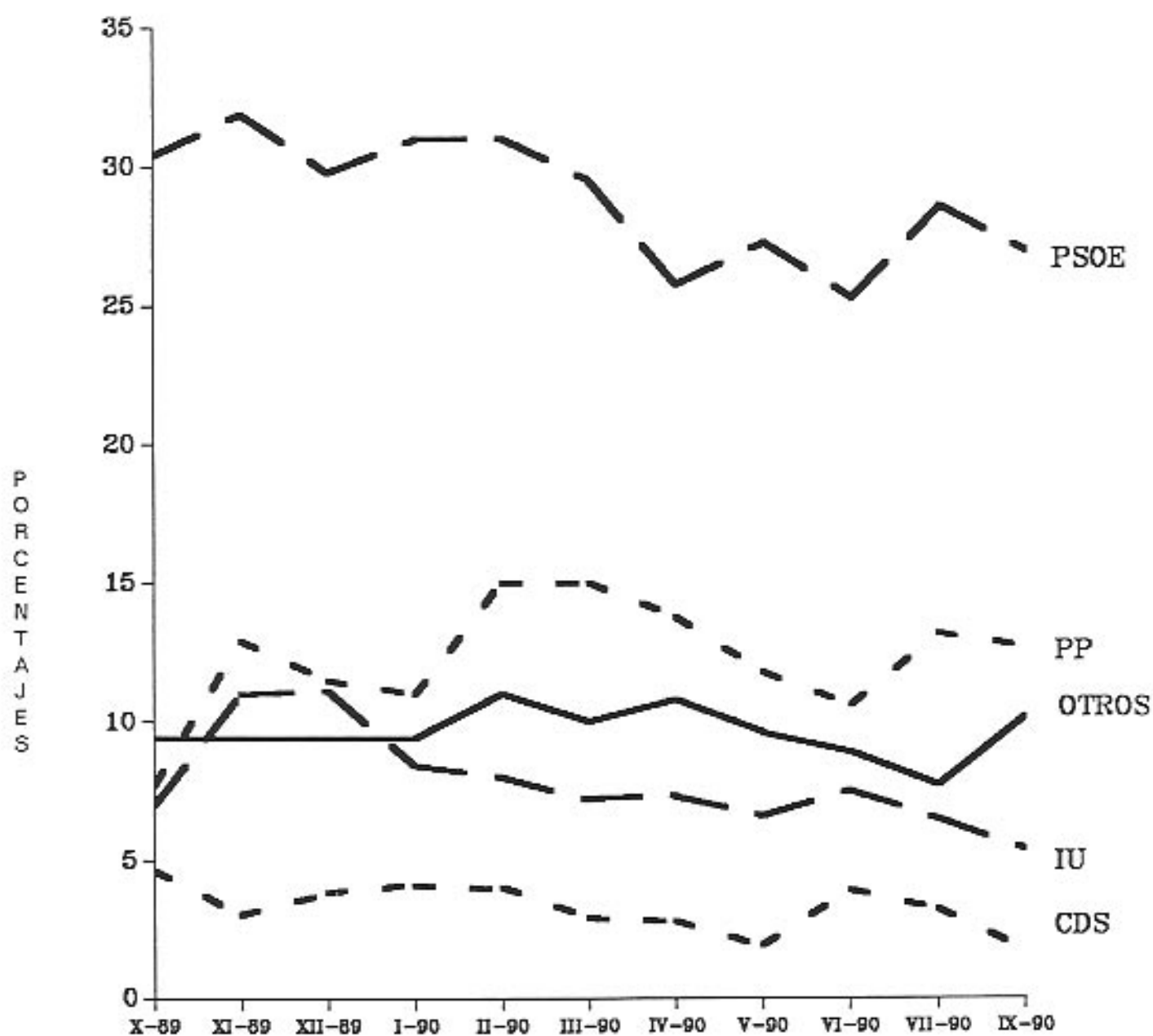
VALORACION DE LAS INSTITUCIONES



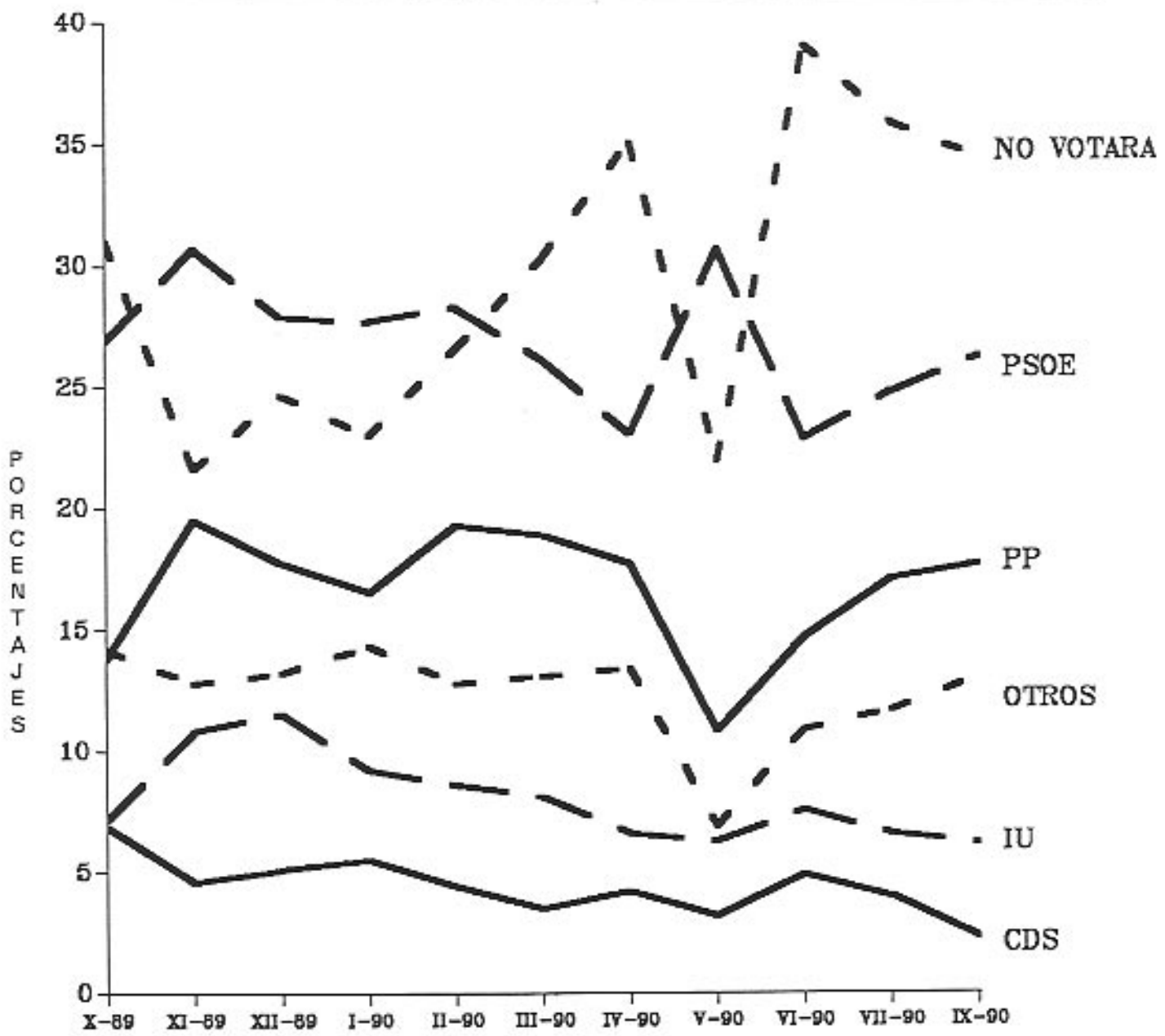
**VALORACION DE LOS PRINCIPALES
LIDERES POLITICOS**



INTENCION DE VOTO DIRECTA



ESTIMACION DE VOTO SEGUN MODELO ASEP



EVOLUCION DEL PORCENTAJE DE AUDIENCIA DE MEDIOS DE COMUNICACION

