



**INFORME A.S.E.P. sobre LA OPINION  
PUBLICA DE LOS ESPAÑOLES**

**MAYO - 1.995**

## FICHA TECNICA

- **Diseño y Realización:** De la investigación, del cuestionario y de la muestra: A.S.E.P.
- **Diseño Muestral:** 1.213 personas de uno y otro sexo, de 18 y más años, residentes en España. Muestra aleatoria estratificada por Comunidades Autónomas y municipios, utilizando sistema de rutas aleatorias y selección final de los entrevistados mediante la técnica de "Random Route".
- **Trabajo de Campo:** Realizado durante los días **8 a 13 de Mayo de 1995**, mediante encuesta personal en el hogar de cada entrevistado, por la Red de Intercampo, S.A. Supervisión del trabajo de Campo realizado por A.S.E.P.
- **Proceso de Datos:** Diseñado y realizado por A.S.E.P. con "software" propio, elaborado por J.D. Systems.
- **Análisis e Informe:** Diseñado y realizado por A.S.E.P., y terminado el **26 de Mayo de 1995**.
- **Análisis e Interpretación de Datos:**  
SARA CORTES GARCIA  
Javier Díez Medrano  
Luis Corominas i Albert  
Belén García del Ordi
- **Proceso de Textos:**  
PALOMA MILLAN MARTINEZ  
Esperanza Celdrán Lucía  
Marta Barahona Zamorano  
Sonia Moya Jiménez

### Dirección:

JUAN DIEZ NICOLAS

**COPYRIGHT ASEP S.A., 1995. PROHIBIDA LA REPRODUCCION  
TOTAL O PARCIAL, INCLUSO CITANDO LA FUENTE.**

## INDICE

Págs .

1. El Sistema de Indicadores Sociales A.S.E.P. ....	3
1.1. ANALISIS GENERAL DEL SISTEMA DE INDICADORES SOCIALES ASEP .....	5
1.2. ANALISIS ESPECIFICO DEL SISTEMA DE INDICADORES SOCIALES ASEP .....	9
2. Estructura Socioeconómica de la Población Española.....	17
2.1. ESTRUCTURA SOCIOECONOMICA DE LOS HOGARES.....	17
2.2. STATUS SOCIOECONOMICO DE LOS INDIVIDUOS .....	25
3. Actitudes y Comportamientos Económicos .....	32
3.1. EVALUACION DE LA COYUNTURA ECONOMICA.....	32
3.2. PAUTAS DE AHORRO Y CONSUMO.....	47
3.3. SATISFACCION CON LA VIDA .....	52
3.4. CLIENTELA DE INSTITUCIONES FINANCIERAS .....	57
4. Actitudes y Comportamientos Políticos .....	62
4.1. DIMENSIONES IDEOLOGICAS BASICAS .....	62
4.2. IMAGEN DE INSTITUCIONES Y GRUPOS SOCIALES.....	78
4.3. IMAGEN DE PERSONAJES PUBLICOS.....	102
4.4. INTENCIONES DE VOTO.....	123
5. Utilización de Medios de Comunicación .....	139
5.1. ANTECEDENTES .....	139
5.2. PRENSA DIARIA .....	142
5.3. REVISTAS .....	146
5.4. RADIO.....	150
5.5. TELEVISION .....	160
5.6. LOS COMUNICADORES .....	173
6. La Actualidad .....	198
6.1. EL ATENTADO FALLIDO DE ETA CONTRA AZNAR.....	198
6.2. EL CRECIMIENTO ELECTORAL DEL PP .....	207
6.3. ELECCIONES AUTONOMICAS Y MUNICIPALES .....	213
6.4. ESPAÑA Y LA UNION EUROPEA .....	230

## 1. El Sistema de Indicadores Sociales A.S.E.P.

La idea de disponer de un sistema de indicadores que reflejen de manera válida y fiable, a la vez que de forma resumida y cuantificable, la realidad de una sociedad en un momento determinado, así como su evolución en el tiempo, ha constituido una firme aspiración de los científicos sociales desde hace ya varias décadas.

A lo largo de los últimos treinta años han sido muchos los intentos, individuales y colectivos, por construir un sistema de indicadores sociales, habiéndose llegado a las conclusiones que se resumen a continuación:

- a. Conviene diferenciar entre indicadores objetivos (tasa de natalidad, proporción de analfabetos, etc.), generalmente obtenidos de fuentes estadísticas, e indicadores subjetivos (número ideal de hijos, intención de voto, etc.), generalmente obtenidos mediante encuestas o sondeos. Los primeros, además, se refieren a hechos sociales fácilmente mensurables, mientras que los segundos se refieren a actitudes, opiniones o comportamientos de los individuos, en base a la información que ellos mismos proporcionan.

En consecuencia, los indicadores subjetivos pueden referirse a hechos objetivos verificables (y la comparación entre ambos puede aportar a veces interesantes interpretaciones), o a hechos subjetivos strictu sensu, es decir, a actitudes, opiniones o intenciones de comportamiento. En este sentido, conviene recordar que las actitudes son predisposiciones evaluativas de un sujeto respecto a diferentes objetos sociales (personas, instituciones, hechos sociales, etc.); las opiniones son actitudes verbalizadas por el sujeto; y las intenciones de comportamiento son sólo eso, predisposiciones de acción verbalizadas por el sujeto.

- b. La segunda conclusión general respecto a los problemas para construir un sistema de indicadores sociales es la de que ciertos indicadores pueden fluctuar en períodos cortos de tiempo, como semanas o meses (p.ej., el consumo de ciertos productos), mientras que otros varían a lo largo de períodos más largos, como años o décadas (p.ej., las actitudes básicas, como las ideológicas o las religiosas). En este caso conviene recordar una vez más que la investigación puede detectar un cambio en las opiniones (actitudes verbalizadas) aún en el supuesto de que no haya existido cambio en las actitudes.
- c. La tercera conclusión general es la de que, al menos por el momento, no existe un sistema único de indicadores sociales que haya sido aceptado por toda la comunidad de científicos e investigadores sociales como más idóneo.

El objetivo principal de esta investigación, que se concibe como de periodicidad mensual, es el de proporcionar una panorámica general de los estados actitudinales y de opinión de la sociedad española, (y de los cambios que se produzcan), sobre aquellos aspectos que suelen tomar en consideración quienes tienen la responsabilidad de adoptar las decisiones sobre directrices en los niveles más altos del sector público y del privado.

En este sentido, mediante un cuestionario mensual de estructura fija (aunque el contenido puede incluir también aspectos variables), se ofrece una visión general de cuales son las actitudes, opiniones, comportamientos e intenciones de comportamiento de los españoles mayores de 18 años en diferentes áreas consideradas como esenciales: el área económica y de consumo, la calidad de vida y los estilos de vida, el área ideológica y política, y el área de los medios de comunicación.

Por consiguiente, se ha optado por construir un sistema de indicadores subjetivos (en el sentido de que son los propios individuos quienes proporcionan la información), aunque a veces existe

posibilidad de contrastación con indicadores objetivos procedentes de fuentes estadísticas. En segundo lugar, se ha optado por construir un sistema de indicadores que incluye algunos susceptibles de variación en cortos períodos de tiempo para que los responsables de tomar decisiones sobre directrices conozcan de manera casi inmediata los cambios que puedan estar produciéndose en las actitudes, opiniones y comportamientos de los españoles, con el fin de adoptar sus decisiones en base a una información más completa y actualizada que la que suelen proporcionar otras fuentes (como las estadísticas). Asimismo, el sistema de indicadores ASEP incluye otros que suelen variar a lo largo de períodos más largos de tiempo, y cuya justificación es precisamente ésta, la de proporcionar cierta seguridad sobre la validez y fiabilidad del instrumento de investigación utilizado (el cuestionario mensual).

Así, si se observa cierta estabilidad en indicadores cuya variación se sabe que se produce a largo plazo (p.ej., el posicionamiento ideológico), se concederá mayor importancia a las variaciones que se observen en indicadores cuya variación se sabe que se puede producir en un plazo corto (p.ej., satisfacción con el Gobierno).

La elección de este sistema de indicadores no implica, por otra parte, que se considere que es el único o el mejor posible. El sistema de indicadores de ASEP es el producto, provisional y revisable en cualquier caso, de una experiencia investigadora de casi treinta años sobre la sociedad española, pero también de una larga experiencia sobre la utilidad que puede darse a los hallazgos de la investigación en el sector público y el privado.

En este sentido, y como demostración de que la afirmación anterior implica algo más que buenas intenciones, ASEP ha revisado anualmente su sistema de indicadores, desde el inicial en el curso 1986-87 hasta el actual para el curso 1.994-95, tratando de mejorarlo sobre la base de la experiencia de su utilización durante esos años.

En el presente curso 1.994-95 no se ha introducido ningún cambio, manteniéndose los siguientes criterios en todo el informe ASEP:

- 1) Incluir sólo indicadores basados en preguntas de estructura y contenido invariable.
- 2) No incluir indicadores que impliquen percepción de cambios, cuando no queda clara la interpretación del cambio.

De los catorce indicadores que componen ahora el Sistema de Indicadores ASEP (dejando aparte la intención de voto), ocho pueden variar en una escala de 0 a 200, con punto de equilibrio en 100 (ISC, IESE, IPA, ISCV, IO, ISD, ISG, IEI). De los demás, tres constituyen medias aritméticas en escalas: de 1 a 5 (ISN e IPR), y de 1 a 7 (IPI). Y los últimos, finalmente, son porcentajes, y por tanto pueden variar entre 0 y 100: IA, IAP e IPM. Además, se ofrecen tres indicadores en forma de índices, como habitualmente, pero también en forma de medias aritméticas, entre paréntesis, con el fin de comprobar cuál de las dos modalidades es mejor: ISCV, ISD e ISG.

Como ya se ha señalado, todos los indicadores son exactamente iguales de un mes a otro, pues se basan en preguntas que son absolutamente idénticas todos los meses.

Debe señalarse también que los catorce indicadores se calculan no sólo para el conjunto de la población española (en base a la muestra), sino para más de un centenar de segmentos diferentes de la población, ya que en el análisis de los datos se utiliza un total de veinte variables independientes (explicativas), cada una de las cuales tiene varias categorías o grupos.

Este curso se ha optado por mantener cinco variables explicativas fijas, tal y como se presentó los cursos pasados. No obstante, siempre que se considere necesario se añadirán las variables precisas para el mejor análisis e interpretación de los datos.

Además de la serie temporal de los catorce indicadores, se presenta el valor de cada indicador según los diferentes segmentos de población definidos en base al propio sistema de indicadores.

Por otra parte, además de la intención directa de voto, se mantiene en el sistema de indicadores la intención estimada de voto según el modelo predictivo ASEP.

## 1.1. ANALISIS GENERAL DEL SISTEMA DE INDICADORES SOCIALES ASEP

Los catorce indicadores utilizados son:

- 1.-ISC: Índice de Sentimiento del Consumidor
- 2.-IESE: Índice de Evaluación de la Situación Económica.
- 3.-IPA: Índice de Propensión al Ahorro.
- 4.-IA: Índice de Ahorro.
- 5.-ISCV: Índice de Satisfacción con la Calidad de Vida.
- 6.-IO: Índice de Optimismo.
- 7.-IPR: Índice de Práctica Religiosa.
- 8.-IPM: Índice de Postmaterialismo.
- 9.-ISD: Índice de Satisfacción con la Democracia.
- 10.-ISG: Índice de Satisfacción con el Gobierno.
- 11.-IAP: Índice de Alienación Política.
- 12.-IPI: Índice de Posicionamiento Ideológico.
- 13.-ISN: Índice de Sentimiento Nacionalista.
- 14.-IEI: Índice de Exposición a la Información.

En el Cuadro 1.1.1. se ofrece el valor de cada uno de los catorce indicadores, además de la intención directa y estimada de voto, de forma que se pueda visualizar fácilmente la evolución de cada uno de ellos durante los últimos doce sondeos mensuales.

El análisis global del Sistema de Indicadores ASEP para el quinto mes de 1995 puede resumirse así:

- La situación de crisis económica que viene reflejándose desde hace algo más de dos años en los dos indicadores que miden la confianza en la situación económica y en el futuro económico (ISC e IESE principalmente), sigue manifestándose en ambos indicadores ya que continúan situándose por debajo del nivel de equilibrio. Sin embargo, el presente mes se caracteriza por una mejoría en ambos indicadores como consecuencia probable de las expectativas generadas ante las inminentes elecciones locales, como también sucediera en el periodo inmediatamente anterior a las elecciones generales de junio de 1993 y las europeas de junio de 1994. Sin embargo, no debemos olvidar la incertidumbre observada en los meses precedentes, fruto de la inestabilidad política, producida por las distintas declaraciones de los partidos de la oposición solicitando la dimisión del Presidente y/o la convocatoria de elecciones generales, y los casos de corrupción, que han afectado considerablemente al mundo financiero.

Junto a esa cierta mejoría experimentada por el ISC y el IESE, se observa también un ligero ascenso en los dos indicadores sobre ahorro (IPA e IA), que se sitúan así en niveles parecidos a los de marzo de este mismo año.

- Como se puede comprobar analizando la serie de datos, los indicadores sociales son menos susceptibles de variación, si bien de un mes a otro pueden producirse ligeras oscilaciones. Así, el ISCV de abril desciende muy ligeramente, aunque continúa mostrando que en la sociedad española predomina la satisfacción con la calidad de vida.

Por su parte, el IO continúa situándose por debajo de su nivel de equilibrio, a pesar de que asciende muy ligeramente respecto al mes pasado, continúa reflejando un relativo predominio del pesimismo y su valor apunta un grado de pesimismo muy similar al de hace un año. El IPM y el IPR también crecen algo, aunque se mantienen, tal y como viene siendo habitual, en unos niveles muy similares a los de todo el curso.

- Los indicadores políticos, más susceptibles de variación, también muestran una tendencia de relativa mejoría, aunque con cierta tónica de estabilidad. Así, el ISD se confirma en un cierto optimismo al ascender en 4 puntos su valor respecto al alcanzado el pasado mes (en que recuperó nuevamente el nivel de equilibrio perdido el mes de marzo). Por otra parte, el grado de satisfacción con el Gobierno (ISG) asciende notablemente por comparación con el valor alcanzado en el último sondeo, y se sitúa en uno de los niveles (junto con diciembre del pasado año) más altos de los últimos doce meses.

Como ya se ha dicho, el aumento este mes de estos dos indicadores políticos debe atribuirse principalmente a las expectativas de cierto optimismo o incertidumbre positiva ante las próximas elecciones locales, pero no debe olvidarse la controvertida y confusa situación política actual reflejada en dichos indicadores los meses anteriores. El índice de satisfacción con el Gobierno refleja, lógicamente, estos avatares más acusadamente, aunque el modo como también varía el índice de satisfacción con la democracia deja ver el gran influjo de la incertidumbre estrictamente política en el propio sistema democrático o, al menos, en la idea que la población tiene de lo que es un sistema basado en la democracia. Asimismo, se observa un muy ligero ascenso en el índice de alienación política (IAP).

Los otros indicadores políticos, de ideología (IPI) y de sentimiento nacionalista (ISN) permanecen en sus niveles habituales, como era lógico esperar.

- El índice de exposición a la información (IEI) sigue reflejando un nivel bastante bajo, al encontrarse muy por debajo del nivel de equilibrio, aunque asciende algo respecto al último sondeo.
- En cuanto a los indicadores de intención de voto, si se compara la estimación de voto con los resultados reales de las pasadas elecciones del 6 de Junio de 1.993 se observan unos cambios significativos. Respecto a éstos cabe destacar:
  - Notable aumento de la abstención.
  - Aumento del voto a IU.
  - Aumento del voto al PP.
  - Estabilidad en el voto a los partidos nacionalistas de izquierda.
  - Cierta descenso en el voto al CDS, a los partidos nacionalistas de derecha y a otros partidos.
  - Fuerte disminución del voto al PSOE.



**Cuadro 1.1.1.**

**Sistema de Indicadores Sociales ASEP**

	V-94	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95
ECONOMICOS Y DE CONSUMO												
1 -ISC	72	86	86	85	86	82	82	78	79	70	75	80
2 -IESE	56	78	80	82	80	74	76	64	63	48	58	68
3 -IPA	110	116	117	113	114	111	114	117	116	114	109	113
4 -IA	23	28	28	24	26	24	26	27	27	26	23	26
SOCIALES												
5 -ISCV	162	168	163	161	161	165	167	164	167	163	164	162
	(3,6)	(3,7)	(3,6)	(3,6)	(3,6)	(3,7)	(3,7)	(3,7)	(3,7)	(3,7)	(3,7)	(3,7)
6 -IO	83	94	93	90	88	89	86	88	88	82	83	84
7 -IPR	2,4	2,4	2,3	2,4	2,3	2,4	2,3	2,3	2,3	2,4	2,3	2,4
8 -IPM	28	29	36	32	28	32	30	32	30	31	31	32
POLITICOS												
9 -ISD	102	117	119	109	114	104	116	111	105	98	101	105
	(3,0)	(3,1)	(3,1)	(3,0)	(3,1)	(3,0)	(3,1)	(3,0)	(3,0)	(2,9)	(2,9)	(3,0)
10 -ISG	58	54	64	63	69	60	71	63	62	53	55	71
	(2,3)	(2,3)	(2,4)	(2,4)	(2,5)	(2,4)	(2,5)	(2,4)	(2,4)	(2,2)	(2,2)	(2,5)
11 -IAP	33	29	30	35	34	35	33	36	32	31	33	34
12 -IPI	3,4	3,5	3,5	3,5	3,5	3,5	3,5	3,4	3,5	3,5	3,4	3,5
13 -ISN	3,2	3,3	3,2	3,3	3,3	3,3	3,2	3,3	3,3	3,2	3,3	3,2
EXPOSICION A INFORMACION												
14 -IEI	74	74	72	74	75	77	71	75	66	72	69	72
	(2,8)	(2,8)	(2,8)	(2,8)	(2,8)	(2,8)	(2,8)	(2,8)	(2,9)	(2,8)	(2,9)	(2,8)
INTENCION DIRECTA DE VOTO												
- PP	19,0	25,6	22,8	22,7	21,2	22,1	20,2	20,2	22,0	23,8	22,8	23,7
- CDS	1,6	1,4	1,0	1,2	0,8	0,8	0,5	1,0	1,5	1,2	1,0	0,8
- PSOE	22,0	20,3	21,0	21,3	20,6	21,0	27,0	20,8	21,1	20,9	22,3	23,7
- IU	13,2	13,0	14,2	12,3	12,1	13,2	10,8	13,2	15,6	14,4	12,2	10,6
- Otros	12,9	12,0	12,0	9,7	12,4	11,1	10,1	10,2	10,5	10,7	14,0	9,4



- No Votará	10,3	7,1	10,3	12,0	11,3	12,8	11,5	12,4	8,8	9,4	10,7	8,4
- NS/NC	21,0	20,6	18,7	20,8	21,6	19,0	19,9	22,2	20,5	19,6	20,0	23,4
INTENCION DE VOTO ESTIMADA												
- PP	27,1	29,9	28,4	26,3	25,6	26,4	25,8	27,6	27,3	28,2	27,0	29,0
- CDS	1,4	0,5	0,5	1,0	0,8	0,4	0,7	0,5	1,5	1,4	0,9	0,9
- PSOE	18,3	20,1	21,5	23,4	21,5	21,2	24,7	19,9	19,4	18,7	20,0	19,4
- IU	10,9	11,2	10,8	8,9	10,4	10,1	10,4	10,7	11,4	11,5	10,5	9,1
- Nacional.Derecha	6,7	6,4	6,6	6,0	6,5	6,3	6,4	5,8	6,0	5,4	6,4	5,7
- Nacional. Izquierda	1,5	1,3	1,2	1,5	1,3	1,8	1,7	2,0	1,3	1,4	1,6	1,8
- Otros	3,1	2,9	2,7	3,0	3,0	3,0	2,8	3,1	3,8	3,9	3,0	2,3
- Abstención	31,0	27,7	28,3	29,9	30,9	30,8	27,5	30,4	29,3	29,5	30,6	3,8

## 1.2. ANALISIS ESPECIFICO DEL SISTEMA DE INDICADORES SOCIALES ASEP

Aunque cada uno de los catorce indicadores (más la intención de voto) que componen el Sistema de Indicadores Sociales es analizado detalladamente en otros lugares del Informe, es conveniente examinar la relación que existe entre todos ellos.

En el Cuadro 1.2.0. se presentan las categorías más extremas de cada una de las trece variables explicativas seleccionadas, las cuales, como es obvio, pretenden poner en evidencia los segmentos de la población que más contrastan entre sí, por lo que parte de los entrevistados quedan excluidos en cada caso, bien por no haber contestado o por haberlo hecho mediante alguna de las categorías intermedias en cada escala.

Finalmente, en el Cuadro 1.2.1. se presentan las relaciones de estos mismos indicadores entre sí. En las columnas se ha resumido cada indicador en una medida resumen (media aritmética, % en una categoría descriptiva, o índice de diferencia entre dos categorías contrapuestas, según los casos), y en las filas se han incluido las mismas categorías de clasificación que en el Cuadro 1.2.0.

La lectura de este cuadro-resumen se puede realizar de dos formas diferentes: se puede ver la variación de un indicador (columna) según los diferentes segmentos (filas) de entrevistados, o se pueden ver los valores en cada uno de los indicadores (columnas) de un solo segmento de la población (fila).

El propósito de estos cuadros, por tanto, es:

- a) En primer lugar, ofrecer de forma eminentemente descriptiva el contraste entre los valores de los indicadores que componen el sistema (más la intención directa de voto) para diferentes segmentos de la población suficientemente diferenciados.
- b) En segundo lugar, y dado que estos datos se presentan mensualmente, hacer resaltar los segmentos de la población en que se pueden estar produciendo cambios importantes respecto a algún indicador en concreto, lo que ayudará a explicar la evolución de esos indicadores en el conjunto de la población.
- c) En tercer lugar, mostrar las relaciones entre los distintos indicadores de forma descriptiva.

Así, desde un punto de vista descriptivo, y muy simplificado, los rasgos más característicos de la sociedad española mostrarían un predominio de:

- los pesimistas sobre los optimistas en la evaluación de la situación económica, (aunque dicha diferencia se ha visto reducida en los últimos sondeos, este mes ha vuelto a aumentar),
- los que ahorran sobre los que se endeudan, - los satisfechos sobre los insatisfechos con su calidad de vida,
- los pesimistas sobre los optimistas en el nivel personal,
- los de práctica religiosa baja sobre los de práctica religiosa alta,
- los materialistas sobre los post-materialistas,
- los satisfechos con el funcionamiento de la Democracia sobre los insatisfechos,
- los insatisfechos con el Gobierno, sobre los satisfechos,
- los autopositionados en la izquierda, sobre los de centro y los de derecha,
- los españoles sobre los nacionalistas respecto al sentimiento nacionalista, aunque predominan, como siempre, y en proporción de alrededor del 50%, los que se consideran tan españoles como nacionalistas,
- los de alta exposición a la información sobre los de ninguna exposición a la información, y

- los de baja posición social sobre los de posición alta.

Y se observa un equilibrio entre:

- los que piensan votar al PP y al PSOE.



Cuadro 1.2.0.

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

INDICADORES:	V-94	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95
Total	(1.223)	(1.221)	(1.208)	(1.212)	(1.212)	(1.210)	(1.210)	(1.215)	(1.211)	(1.219)	(1.213)	(1.213)
Evaluación Situación Económica												
Optimistas	15%	23%	22%	24%	20%	18%	20%	17%	16%	12%	12%	16%
Pesimistas	59	45	42	42	41	44	44	53	54	64	55	48
Propensión al Ahorro												
Ahorran	23%	28%	28%	24%	26%	24%	26%	27%	27%	26%	23%	26%
Se Endeudan	13	12	11	12	12	13	12	11	12	12	14	13
Satisfacción con Calidad de Vida												
Satisfechos	77%	80%	76%	76%	76%	78%	79%	78%	80%	77%	77%	76%
Insatisfechos	15	12	13	15	15	12	12	14	12	14	13	14
Optimismo Personal												
Optimistas	17%	20%	18%	18%	16%	17%	15%	18%	18%	15%	14%	15%
Pesimistas	34	26	24	28	28	28	30	31	30	33	31	30
Práctica Religiosa												
Alta	20%	22%	20%	20%	19%	21%	20%	21%	21%	20%	19%	21%
Baja	55	51	58	53	54	54	58	56	57	55	59	53
Postmaterialismo												
Materialistas	72%	71%	64%	68%	72%	68%	70%	68%	70%	69%	69%	68%
Post-materialistas	28	29	36	32	28	32	30	32	30	31	31	32
Satisfacción con Democracia												
Satisfechos	44%	52%	51%	45%	48%	42%	49%	47%	45%	41%	41%	43%
Insatisfechos	42	35	32	37	34	38	34	37	40	43	40	38
Satisfacción con Gobierno												
Satisfechos	24%	20%	25%	23%	27%	23%	28%	25%	24%	20%	20%	27%
Insatisfechos	66	66	60	61	58	63	57	61	62	68	66	55
Posicionamiento Ideológico												
Izquierda	41%	39%	39%	38%	37%	38%	39%	27%	39%	41%	37%	40%
Centro	13	15	14	16	15	15	17	14	17	15	17	16
Derecha	17	18	18	16	16	19	17	19	19	19	17	18



Sentimiento Nacionalista												
Más nacionalistas	22%	19%	19%	17%	18%	21%	19%	20%	20%	20%	18%	20%
Más españoles	29	33	29	33	30	32	30	30	31	29	29	28
Exposición a Información												
Alta	37%	37%	36%	37%	38%	38%	36%	34%	33%	36%	35%	36%
Ninguna	26	26	24	24	24	19	25	23	26	21	24	23
Posición Social												
Alta	12%	14%	12%	13%	15%	13%	14%	12%	14%	12%	14%	14%
Baja	42	42	42	41	40	42	41	36	41	42	40	41
Intención de Voto Directa												
PP	19%	26%	23%	23%	21%	22%	20%	20%	22%	24%	23%	24%
CDS	2	1	1	1	1	1	*	1	2	1	1	1
PSOE	22	20	21	21	21	21	27	21	21	21	22	24
IU	13	13	14	12	12	13	11	13	16	14	12	11



**Cuadro 1.2.1.**

**Sistema de Indicadores Sociales ASEP**

MAYO 1995	Total	Económicos y de Consumo				Sociales			
		ISC	IESE	IPA	IA	ISCV	IO	IPR	IPM
TOTAL	(1213)	80	68	113	26	3,7	84	2,4	32
Evaluación de la Situación Económica:									
Optimistas	(193)	136	200	130	40	3,8	119	2,4	43
Pesimistas	(581)	49	-	106	23	3,6	66	2,4	31
Propensión al Ahorro:									
Ahorro algo	(320)	95	83	200	100	3,9	103	2,3	41
Prestan dinero	(158)	65	51	-	-	3,3	66	2,3	39
Satisfacción con la Calidad de Vida:									
Satisfecho	(925)	83	72	120	30	4,1	88	2,4	33
Insatisfecho	(173)	68	53	87	13	1,9	71	2,2	29
Optimismo Personal:									
Optimista	(178)	124	102	126	38	3,8	200	2,3	41
Pesimista	(370)	41	39	96	16	3,5	-	2,4	31
Práctica Religiosa:									
Alta	(252)	79	68	112	25	3,8	82	4,4	23
Media	(259)	78	64	115	26	3,6	82	3,0	26
Baja	(641)	80	69	113	26	3,6	85	1,3	37
Postmaterialismo:									
Materialistas	(824)	78	64	111	23	3,6	82	2,5	-
Post-materialistas	(389)	84	76	118	33	3,7	89	2,1	100
Satisfacción con Democracia:									
Satisfechos	(519)	89	84	119	28	3,8	91	2,3	31
Insatisfechos	(463)	71	51	108	25	3,5	79	2,4	36
Satisfacción con Gobierno:									
Satisfechos	(324)	93	90	125	30	3,8	94	2,3	28
Insatisfechos	(671)	72	56	108	25	3,6	79	2,4	34
Posicionamiento Ideológico:									
Izquierda	(483)	87	80	117	28	3,6	89	2,0	38
Centro	(192)	77	68	114	26	3,7	77	2,6	31
Derecha	(219)	69	48	107	24	3,7	78	3,0	26



Sentimiento Nacionalista:									
Más nacionalistas	(246)	78	68	113	28	3,7	85	2,2	36
Igual	(604)	82	71	113	27	3,7	86	2,4	31
Más españoles	(341)	77	62	113	24	3,6	80	2,5	28
Exposición a la Información:									
Alta	(435)	81	69	118	31	3,7	88	2,4	40
Baja	(282)	76	62	106	19	3,6	83	2,5	22
Posición Social:									
Baja	(497)	80	68	106	21	3,6	82	2,7	23
Media	(550)	80	66	112	25	3,6	85	2,2	34
Alta	(167)	84	76	139	46	3,8	88	2,0	50
Intención de Voto:									
PP	(287)	69	51	110	26	3,7	76	2,8	29
CDS	(10)	83	71	100	-	3,6	100	2,3	30
PSOE	(287)	92	87	116	27	3,6	97	2,3	27
IU	(128)	75	63	109	22	3,6	83	1,7	46



**Cuadro 1.2.1. (Continuación)**

**Sistema de Indicadores Sociales ASEP**

MAYO 1995	Total	Políticas						Intención de Voto Directa			
		ISD	ISG	IAP	IPI	ISN	IEI	PP	CDS	PSOE	IU
TOTAL	(1213)	3,0	2,5	34	3,5	3,2	2,8	24%	1	24	11
Evaluación de la Situación Económica:											
Optimistas	(193)	3,3	2,8	30	3,2	3,1	2,7	21%	1	31	10
Pesimistas	(581)	2,7	2,2	33	3,7	3,2	2,8	31%	1	16	12
Propensión al Ahorro:											
Ahorro algo	(320)	3,0	2,6	36	3,4	3,1	2,7	23%	-	24	9
Prestan dinero	(158)	2,6	2,1	29	3,7	3,1	2,8	28%	-	20	11
Satisfacción con la Calidad de Vida:											
Satisfecho	(925)	3,0	2,5	34	3,5	3,2	2,8	24%	1	24	10
Insatisfecho	(173)	2,6	2,4	30	3,4	3,4	2,9	21%	1	26	13
Optimismo Personal:											
Optimista	(178)	3,0	2,6	32	3,2	3,0	2,7	21%	1	29	13
Pesimista	(370)	2,8	2,2	33	3,5	3,2	2,9	29%	*	17	12
Práctica Religiosa:											
Alta	(252)	3,0	2,4	33	4,3	3,2	2,9	36%	*	21	4
Media	(259)	2,9	2,5	35	3,7	3,4	2,8	31%	2	21	5
Baja	(641)	3,0	2,5	33	3,1	3,1	2,8	17%	1	26	14
Postmaterialismo:											
Materialistas	(824)	3,0	2,5	35	3,6	3,2	2,9	25%	1	26	8
Post-materialistas	(389)	2,9	2,4	31	3,2	3,1	2,6	21%	1	20	15
Satisfacción con Democracia:											
Satisfechos	(519)	4,0	3,1	28	3,2	3,2	2,8	18%	2	36	11
Insatisfechos	(463)	1,8	1,8	35	3,8	3,2	2,7	32%	*	12	11
Satisfacción con Gobierno:											
Satisfechos	(324)	3,7	4,1	25	2,9	3,2	2,9	8%	1	53	6
Insatisfechos	(671)	2,6	1,6	33	3,8	3,2	2,7	35%	*	9	14
Posicionamiento Ideológico:											
Izquierda	(483)	3,2	2,8	21	2,3	3,1	2,8	3%	*	44	23
Centro	(192)	3,0	2,3	37	4,0	3,2	2,8	35%	4	12	2
Derecha	(219)	2,6	1,9	18	5,6	3,4	2,7	75%	-	2	*



Sentimiento Nacionalista:											
Más nacionalistas	(246)	2,8	2,3	37	3,3	1,7	2,8	17%	-	19	9
Igual	(604)	3,1	2,6	32	3,4	3,0	2,9	23%	1	28	11
Más españoles	(341)	2,8	2,4	32	3,7	4,7	2,7	31%	2	20	11
Exposición a la Información:											
Alta	(435)	2,9	2,3	27	3,5	3,2	1,9	30%	2	18	13
Baja	(282)	3,0	2,6	37	3,6	3,1	4,0	21%	1	27	8
Posición Social:											
Baja	(497)	3,1	2,7	34	3,4	3,1	3,1	21%	-	32	5
Media	(550)	2,9	2,4	34	3,5	3,3	2,7	25%	2	19	13
Alta	(167)	3,0	2,2	31	3,4	3,2	2,4	27%	1	12	20
Intención de Voto:											
PP	(287)	2,6	1,8	-	5,0	3,4	2,7	100%	-	-	-
CDS	(10)	3,7	3,1	-	3,6	4,2	2,5	-%	100	-	-
PSOE	(287)	3,5	3,4	-	2,5	3,2	2,9	-%	-	100	-
IU	(128)	3,0	2,1	-	2,3	3,3	2,7	-%	-	-	100

## 2. Estructura Socioeconómica de la Población Española

Para valorar adecuadamente la fiabilidad de los datos que se incluyen en este Informe se hace imprescindible justificar el carácter representativo de la muestra en que se basa. No basta con explicar el procedimiento seguido para la elección de la muestra, como se suele hacer en algunos estudios, sino que hay que hacer un esfuerzo por contrastar los datos sobre las principales características de la población, obtenidos sobre la base de la muestra utilizada, con los procedentes de Censos de Población u otras fuentes estadísticas.

Sólo cuando se tiene cierta seguridad respecto a la representatividad de la muestra, o cuando se conoce la magnitud y dirección de las desviaciones, se está en condiciones de aceptar que los datos sobre actitudes y opiniones son asimismo representativos.

Por ello, y aunque no sea frecuente en este tipo de estudios, es absolutamente necesario hacer un análisis riguroso de las principales características socioeconómicas de los hogares a que pertenecen los entrevistados, así como de las correspondientes a los propios entrevistados, con el fin de compararlas con datos estadísticos oficiales, en la medida en que éstos existan. En todo caso, el valor de estos datos sobre características de los hogares y de los entrevistados no es sólo descriptivo (permite comprobar la representatividad de la muestra), sino también explicativo, pues permite examinar las diferencias en las actitudes y comportamientos de los entrevistados según diferentes segmentos de la población.

### 2.1. ESTRUCTURA SOCIOECONOMICA DE LOS HOGARES

Se han tomado en consideración cinco características de los hogares que parecen suficientemente descriptivas: el tamaño, es decir, el número de personas que componen el hogar, el status ocupacional del cabeza de familia y el sector económico en que trabaja el cabeza de familia, el nivel de renta (los ingresos familiares) y el equipamiento de los hogares.

Los datos que se muestran en los Cuadros 2.1.1. a 2.1.3. permiten afirmar, por comparación con los datos oficiales procedentes del INE, que la muestra en que se basa esta investigación se ajusta a las características de la población española de 18 y más años, como se comprueba a continuación:

- Tan sólo un 6-7% de los españoles de 18 y más años residen en hogares unipersonales, mientras que más de dos tercios residen en hogares de dos, tres o cuatro personas, y alrededor de una cuarta parte reside en hogares de cinco o más personas. Por comparación con otros países europeos, el promedio resultante de 3,6- 3,5 personas por hogar es relativamente elevado, y refleja la persistencia de pautas familiares tradicionales (natalidad más elevada y coexistencia de varias generaciones en un mismo hogar).
- La ocupación del cabeza de familia suele ser la variable más explicativa de la situación económica de un hogar, hasta el punto de que el status de los restantes miembros del hogar suele estar basado más en el status ocupacional del cabeza de familia que en el suyo propio. Dada la gran diversidad de criterios que se adoptan habitualmente para clasificar las numerosas ocupaciones, se han resumido en seis las categorías ocupacionales, por una parte, y en cinco diferentes, por otra, atendiendo al sector de actividad más que a la ocupación propiamente dicha.

Como puede comprobarse, alrededor de un tercio de los hogares tienen a un jubilado como cabeza de familia, proporción que comienza a ser importante en la sociedad española, al

igual que en la mayor parte de Europa, y que incluye no sólo a los jubilados por edad, sino a los jubilados anticipadamente por razones de desempleo.

Debe resaltarse, por otra parte, que el 5-7% de los cabezas de familia trabajan en el sector público, mientras que alrededor de 4 de cada 10 cabezas de familia trabajan por cuenta ajena en el sector privado y un 14% de los cabezas de familia trabajan en el sector privado por cuenta propia, mientras que la proporción de parados entre los cabezas de familia fluctúa entre 6-10%.

- En lo que respecta a los ingresos familiares mensuales, todas las investigaciones que se proponen averiguar los ingresos familiares coinciden en señalar las enormes dificultades de establecer éstos con precisión cuantitativa. Las razones son muy diversas: en primer lugar, la gente se resiste a contestar cuáles son sus ingresos (un 24% en el presente estudio); en segundo lugar, con frecuencia se desconoce el volumen total de ingresos que entran en el hogar. Las proporciones en las diferentes categorías no suelen variar en  $\pm 2$  puntos porcentuales de un mes a otro y la distribución resultante este mes es muy similar a la de meses anteriores. En general se puede afirmar que en la mayoría de los hogares españoles, el 57% en el presente mes, los ingresos mensuales no superan las 150.000 pesetas.
- De los nueve bienes o artículos incluidos en este estudio, y que pueden formar el equipamiento del hogar, la TV en color y la lavadora parecen ser los más ubicuos, pues los tienen más del 95% de los hogares (debido a la difusión acelerada que ambos artículos han tenido en los hogares españoles). Alrededor del 80% de los hogares tienen teléfono (aunque una quinta parte de los hogares sigue aún careciendo de este artículo, que hoy puede ser considerado de primera necesidad) y vivienda propia (España sigue siendo uno de los países con mayor proporción de propietarios -frente a arrendatarios- de vivienda). La proporción de hogares que tienen automóvil es de algo más de dos tercios (ya que ha dejado de ser un artículo de lujo y de consumo de minorías, salvo por lo que respecta a ciertas marcas y modelos) y alrededor del 60% en el caso del vídeo. Algo más de 4 de cada 10 hogares tienen un equipo de HIFI; y alrededor de un 15% dispone de lavavajillas y de microordenador, aunque parecería previsible que estos dos últimos bienes experimenten un importante crecimiento en poco tiempo, como ha sucedido con el vídeo en los últimos años.

El promedio de artículos es de 5,5 por hogar, con un coeficiente de variación del 32% (derivado del cociente entre la media aritmética y la desviación standard). Estos valores coinciden en general con los datos de anteriores sondeos, observándose, en conjunto, un estancamiento de la proporción de hogares que poseen los diferentes artículos.

Al analizar los datos sobre equipamiento de los hogares según diversas características socioeconómicas de los mismos se comprueba, como era de esperar, que el promedio de artículos es mayor cuanto más alto es el nivel de status socioeconómico familiar y la posición social, y cuanto menor es la edad.

Debe resaltarse la importancia analítico-interpretativa del coeficiente de variación, que proporciona información sobre las diferencias intra-grupo (mayor o menor homogeneidad entre las personas que componen cada segmento de la población). Así, se suele comprobar que existe una mayor homogeneidad en cuanto a equipamiento entre los entrevistados de status socioeconómico alto y bajo, y entre los de posición social alta.

- Y finalmente, ha parecido conveniente intentar construir un índice-resumen que sintetice de manera clara y simple el nivel socioeconómico de los hogares. Para ello se ha construido un Índice de Status Socioeconómico Familiar, basado en los ingresos familiares, la ocupación del cabeza de familia y el equipamiento del hogar. Combinando estos tres indicadores se han definido cuatro niveles: alto, medio, medio-bajo y bajo. La importancia de este índice

(ISSEF) es clara, no sólo desde el punto de vista descriptivo, sino sobre todo explicativo, como se pone de manifiesto a lo largo de este informe.

Una cuarta parte de los hogares tiene un status socioeconómico familiar bajo o medio-bajo, más de la mitad tienen un status socioeconómico medio y un 18% de los hogares pueden catalogarse de status socioeconómico alto o medio-alto, como suele ser habitual .



**Cuadro 2.1.1.**

**Distribución de los Hogares según el Número de  
Personas que lo Componen**

	V-94	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95
1	6%	6%	7%	7%	7%	6%	7%	6%	7%	6%	7%	7%
2	22	23	24	20	21	22	22	23	21	24	20	19
3	21	22	21	21	21	20	20	22	21	22	22	22
4	27	26	24	25	26	29	25	26	28	24	27	28
5	14	14	14	15	14	13	13	12	14	15	14	13
6	7	6	5	7	7	6	7	7	6	6	6	7
7	2	2	2	3	3	2	3	2	2	2	3	2
8 y más	2	1	3	1	2	1	2	2	1	1	1	1
NS/NC	-	*	*	1	*	*	1	*	*	*	*	*
Total	(1.223)	(1.221)	(1.208)	(1.212)	(1.212)	(1.210)	(1.210)	(1.215)	(1.211)	(1.219)	(1.213)	(1.213)
Tamaño Medio del Hogar	3,5	3,5	3,5	3,6	3,6	3,5	3,6	3,5	3,5	3,5	3,6	3,6

**Cuadro 2.1.2.**

**Status Ocupacional del Cabeza de Familia**

	V-94	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95
Alto	5%	4%	5%	8%	6%	8%	5%	6%	6%	5%	5%	5%
Medio	47	49	45	48	50	44	47	49	46	46	50	48
Bajo	5	6	6	4	6	6	7	6	6	6	6	6
En Paro	8	7	9	7	6	8	8	7	7	9	8	8
Ama de Casa	1	2	*	*	1	*	*	*	*	*	*	*
Jubilado	33	31	34	32	32	34	32	31	33	34	31	33
NS/NC	*	1	1	*	*	*	*	1	*	*	-	-
Total	(1.223)	(1.221)	(1.208)	(1.212)	(1.212)	(1.210)	(1.210)	(1.215)	(1.211)	(1.219)	(1.213)	(1.213)



**Cuadro 2.1.3.**

**Sector Económico del Cabeza de Familia**

	V-94	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95
No Activos	34%	33%	34%	33%	32%	34%	32%	32%	34%	35%	31%	33%
En Paro	8	7	9	7	6	8	8	7	7	9	8	8
Sector Público	5	6	6	6	7	7	5	6	6	5	5	6
Privados C. Ajena	37	40	37	41	40	34	40	40	41	39	43	39
Privados C. Propia	15	14	14	12	14	16	15	14	12	12	13	14
NS/NC	*	1	1	*	*	*	*	1	*	*	-	-
Total	(1.223)	(1.221)	(1.208)	(1.212)	(1.212)	(1.210)	(1.210)	(1.215)	(1.211)	(1.219)	(1.213)	(1.213)

**Cuadro 2.1.4.**

**Distribución de los Hogares por Niveles de Renta Familiar**

	V-94	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-93	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95
Menos de 45.000 pts.	5%	3%	5%	4%	4%	6%	5%	4%	3%	5%	3%	4%
De 45 a 75.000 pts.	16	15	16	16	16	15	16	17	14	16	15	15
De 75 a 100.000 pts.	20	18	15	16	15	19	18	18	18	17	15	17
De 100 a 150.000 pts.	20	21	20	21	19	19	20	21	25	22	22	21
De 150 a 200.000 pts.	9	10	8	9	10	9	10	11	9	9	11	9
De 200 a 275.000 pts.	5	5	4	3	6	5	3	4	5	4	5	5
De 275 a 350.000 pts.	2	2	3	3	2	3	2	2	2	2	2	2
De 350 a 450.000 pts.	1	1	1	1	2	1	1	1	2	1	1	1
Más de 450.000 pts.	1	*	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Sin Respuesta	23	25	27	25	26	23	24	22	20	24	25	24
Total	(1.223)	(1.221)	(1.208)	(1.212)	(1.212)	(1.210)	(1.210)	(1.215)	(1.211)	(1.219)	(1.213)	(1.213)



**Cuadro 2.1.5.**

**Equipamiento de los Hogares**

Porcentaje de Hogares con:	V-94	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95
Lavadora	95	96	95	94	96	95	94	96	95	96	96	97
T.V. color	97	98	98	97	98	97	97	97	98	98	97	97
Vivienda Propia	74	75	78	82	78	78	80	79	75	79	77	80
Teléfono	80	79	80	80	81	79	80	81	82	82	82	81
Automóvil	65	66	64	65	69	68	65	68	67	67	68	68
Equipo HIFI	42	42	41	41	44	44	41	39	41	44	43	42
Vídeo	58	57	57	60	59	60	60	62	60	61	62	61
Lavavajillas	15	14	17	14	18	17	16	14	15	14	16	14
Microordenador	14	14	13	14	15	13	14	14	15	12	16	14
Total	(1.223)	(1.221)	(1.208)	(1.212)	(1.212)	(1.210)	(1.210)	(1.215)	(1.211)	(1.219)	(1.213)	(1.213)
Media ( $\bar{x}$ ) artículos por Hogar	5,4	5,4	5,4	5,4	5,6	5,5	5,5	5,5	5,5	5,5	5,6	5,5
Coefficiente de Variación (%)	34	33	33	34	33	32	34	32	32	32	32	32



Cuadro 2.1.6.

**Equipamiento de los Hogares según Características Socioeconómicas de los Hogares.**

MAYO 1995	Total Muestra	Equipamiento:										CV%
		Vivienda Propia	Auto-móvil	TV Color	Vídeo	Telé-fono	Lava-dora	Lavava-jillas	HIFI	Microor-denador	X Art.	
TOTAL	(1213)	80	68	97	61	81	97	14	42	14	5,5	32
Edad:												
18 a 29 años	(316)	76	80	97	71	80	98	18	63	21	6,0	30
30 a 49 años	(413)	77	82	98	76	78	98	17	50	19	5,9	29
50 a 64 años	(262)	86	69	97	55	85	97	13	27	8	5,3	31
65 y más años	(222)	85	26	95	29	86	96	7	13	3	4,4	33
Posición Social:												
Baja	(497)	82	56	96	46	77	96	7	26	6	4,9	33
Media	(550)	79	73	98	68	83	98	16	45	15	5,7	30
Alta	(167)	80	90	96	88	89	98	31	75	37	6,8	25
Ideología:												
Izquierda	(483)	83	66	96	62	80	97	13	41	13	5,5	32
Centro	(192)	78	68	99	63	82	97	18	44	17	5,6	33
Derecha	(219)	84	76	98	69	90	98	17	48	19	6,0	28
Status Socioeconómico:												
Alto, Medio alto	(223)	86	94	99	86	94	99	38	78	38	7,1	20
Medio	(676)	80	74	98	65	82	98	11	40	11	5,6	28
Medio Bajo	(287)	80	40	98	39	77	98	6	21	4	4,6	32
Bajo	(26)	31	8	58	-	7	69	-	4	-	1,8	25
Clientes de:												
Bancos	(402)	78	77	98	67	86	98	19	49	19	5,9	30
Cajas	(945)	82	68	97	61	81	97	14	40	14	5,5	32



Cuadro 2.1.7.

Índice de Status Socioeconómico Familiar

	V-94	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95
Alto, Medio Alto	17%	18%	17%	18%	21%	20%	18%	19%	19%	17%	20%	18%
Medio	56	58	54	55	53	53	55	55	58	57	54	56
Medio Bajo	25	22	27	23	23	25	24	24	21	24	24	24
Bajo	2	3	3	3	2	2	3	2	2	2	2	2
Total	(1.223)	(1.221)	(1.208)	(1.212)	(1.212)	(1.210)	(1.210)	(1.215)	(1.211)	(1.219)	(1.213)	(1.213)

## 2.2. STATUS SOCIOECONOMICO DE LOS INDIVIDUOS

Siendo los propios entrevistados las unidades de análisis básicas de esta investigación, se ha tomado en consideración un conjunto de propiedades del individuo, y no de otras unidades agregadas, como lo son los hogares. Un análisis científico riguroso debe cuidar de diferenciar entre propiedades del individuo y propiedades de agregados.

Las variables/propiedades de los individuos entrevistados que aquí se han considerado son: el sexo, la edad, el estado civil, el nivel educativo alcanzado, la ocupación (en su doble acepción de status ocupacional y sector económico), el lugar de residencia (comunidad autónoma, tamaño del municipio y hábitat rural/urbano), la posición social, la clase social subjetiva, y el status laboral.

Todos los datos de esta investigación coinciden plenamente con los oficiales del INE, cuando éstos existen, o con los de investigaciones similares como se comenta a continuación:

- En efecto, las distribuciones de los entrevistados por sexo, edad y estado civil corresponden a las del censo de 1.991 para la población española de 18 y más años. Debe advertirse, sin embargo, que el propio INE encuentra dificultad para que los entrevistados admitan estar viviendo en pareja sin estar casados, por lo que es probable que este dato esté asimismo algo sub-estimado en esta investigación.
- En cuanto a las características socioeconómicas se comprueba que la proporción de entrevistados que pueden ser considerados analfabetos es del 3-4% . Esta cifra parece congruente con la que proporcionan las estadísticas oficiales, ya que la muestra se refiere sólo a personas de 18 y más años. En conjunto, algo más de 5 de cada 10 personas de 18 y más años han logrado finalizar, como mucho, los estudios primarios, y entre el 4-7% habría logrado terminar los estudios universitarios o técnicos superiores.
- Respecto a la ocupación, la proporción de parados (el 11% sobre la población total de 18 y más años, y el 25% sobre la población activa total) es algo inferior a la de las cifras oficiales, confirmando así la opinión de que las cifras oficiales pueden estar algo "infladas". La proporción de amas de casa es muy semejante a la procedente de fuentes estadísticas oficiales, alrededor de una cuarta parte de la población de 18 y más años. Y la proporción de activos (incluyendo a los parados) suele ser similar también a la procedente de fuentes estadísticas oficiales (48% respecto a la población de 18 y más años), si bien ha de tenerse en cuenta que la muestra no incluye a la población de 16 y 17 años, grupos en que la tasa de actividad es muy baja.
- Entre los entrevistados, la proporción que trabaja en el sector público es del 2-5%, y los que trabajan por cuenta ajena en el sector privado más que triplican el número de los que trabajan por cuenta propia .
- Por lo que respecta a la distribución de los entrevistados por Comunidad Autónoma y tamaño del municipio en que residen (número de habitantes), la distribución no hace sino reflejar la distribución de entrevistados según el diseño muestral utilizado en esta investigación, y por consiguiente refleja fielmente la distribución real de la población española de 18 y más años según estos dos criterios y según el último Censo de Población.

Cabe señalar que el cambio observado en relación con los datos del curso anterior, obedece, a que para este curso 1994-95, se han actualizado los mismos en base a los últimos datos aparecidos.

- De igual manera que el Índice de Status Socioeconómico Familiar (ISSEF) se ha utilizado para resumir en un solo indicador de fácil manejo e interpretación diversas características socioeconómicas de los hogares, el Índice de Posición Social (IPS) se utiliza para resumir un conjunto de variables que constituyen propiedades del individuo, y que son además las generalmente utilizadas para intentar explicar las variaciones que se observan en las actitudes y comportamientos de los individuos. El IPS, construido originariamente por el sociólogo noruego Johan Galtung, y replicado en diversas investigaciones en España por Juan Díez Nicolás desde los años '60, va muy estrechamente ligado a la teoría "centro-periferia" sobre la creación y el cambio de las actitudes sociales.

Sin entrar aquí en detalles sobre el valor explicativo-predictivo de esta teoría, sí conviene señalar que las posiciones bajas en este índice corresponden a la "periferia" social, es decir, a los que se encuentran en la sociedad en posiciones más alejadas de los procesos de toma de decisión, y que por consiguiente son personas generalmente menos informadas, con menos opiniones, con menos participación social, y por tanto, con menos "poder" en la sociedad. Los valores más altos del IPS constituyen el "centro" social, y están integrados por personas más próximas a los núcleos donde se "toman decisiones"; se caracterizan por ser personas más informadas, con más opiniones, con mayor participación social, y por consiguiente con más "poder" social.

El IPS combina en un solo indicador de nueve categorías la posición del individuo respecto a ocho dimensiones dicotomizadas: sexo, edad, status ocupacional, sector económico, nivel de ingresos, nivel educativo, hábitat y centralidad.

Teniendo en cuenta el tamaño de la muestra las nueve categorías se han reducido a cinco, y en el análisis, para hacer más operativo el indicador como explicador- predictor, se han reducido a sólo tres. La distribución de los entrevistados en cinco categorías de posición social suele parecerse a la "distribución normal", algo sesgada hacia las posiciones más bajas, lo cual se deriva de la dicotomización de cada una de las variables componentes del índice, y es observable en la mayor parte de los países en que se ha validado el IPS. El valor de este índice se ha manifestado en gran número de investigaciones como una variable explicativo-predictiva de muy alto poder, por lo que se utiliza en el Informe ampliamente como variable independiente.

- La distribución según la clase social subjetiva, demuestra una vez más la enorme tendencia de las personas en las sociedades desarrolladas avanzadas a considerarse de clase media, evitando identificarse con la clase alta o con la baja.
- Al poner en relación entre sí las cinco variables explicativas fijas utilizadas a lo largo de este informe, conviene resaltar los siguientes aspectos:
  - Se observa una relación inversa entre la edad y el status socioeconómico familiar.
  - Los que tienen menos de 50 tienden a posicionarse a la izquierda en mayor proporción que los demás grupos de edad.
  - El "centro social" (líderes de opinión) está compuesto básicamente por personas de 30 a 49 años, de status socioeconómico familiar alto y posicionados ideológicamente algo más a la izquierda.
  - La clientela de bancos, por comparación con la de cajas, tiene una posición social y un status socioeconómico familiar más alto.



**Cuadro 2.2.1.**

**Distribución de los Entrevistados por  
Características Demográficas**

	V-94	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95
<b>Sexo</b>												
Hombre	48%	48%	48%	48%	48%	48%	48%	48%	48%	48%	48%	48%
Mujer	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52
<b>Edad</b>												
18 a 19	5%	6%	5%	5%	5%	5%	6%	4%	5%	5%	4%	5%
20 a 29	21	20	21	21	21	21	21	22	21	21	22	21
30 a 39	19	18	19	19	19	18	18	18	19	18	18	19
40 a 49	15	16	15	15	15	16	16	16	15	16	16	15
50 a 59	13	13	14	13	14	13	13	12	12	13	12	13
60 a 64	9	9	8	9	8	9	9	10	9	8	9	9
65 y más	18	18	18	18	18	18	18	18	18	18	18	18
<b>Estado Civil</b>												
Soltero/a	28%	29%	26%	26%	26%	26%	26%	25%	26%	26%	25%	28%
Casado/a	62	61	62	63	63	63	63	65	63	64	63	60
En Pareja	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Viudo/a	7	7	8	7	8	8	8	7	8	7	8	8
Divorciado/a	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Separado/a	1	1	2	2	2	2	1	2	2	2	1	1
NS/NC	-	-	*	*	-	*	*	*	*	*	-	*
<b>Total</b>	(1.223)	(1.221)	(1.208)	(1.212)	(1.212)	(1.210)	(1.210)	(1.215)	(1.211)	(1.219)	(1.213)	(1.213)



**Cuadro 2.2.2.**

**Distribución de los Entrevistados por  
Características Socioeconómicas**

	V-94	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95
<b>Educación Entrevistado:</b>												
No Sabe Leer	4%	3%	3%	4%	3%	3%	4%	4%	3%	3%	4%	4%
Sabe Leer	24	24	25	25	20	24	23	22	21	22	21	21
Primarios	35	32	33	34	34	32	34	33	32	35	33	35
F.P. 1er. Grado	4	5	5	5	6	6	4	5	5	4	4	3
F.P. 2do. Grado	4	5	5	5	5	5	5	6	6	5	6	5
Bach. Elemental	8	7	7	5	7	8	8	9	12	9	9	9
Bach. Superior	9	12	11	9	13	11	11	11	11	10	11	12
Tit. Grado Medio	5	4	5	6	6	4	6	5	5	6	6	5
Universitarios	6	7	4	6	5	6	6	5	6	5	6	6
NC	*	*	1	*	1	*	*	1	*	1	*	*
<b>Status Ocupa. Entrevistado:</b>												
Alto	3%	3%	4%	4%	4%	4%	4%	3%	4%	3%	3%	4%
Medio	27	27	27	28	28	25	27	29	26	25	28	27
Bajo	4	4	5	4	5	4	6	4	4	5	5	5
En Paro	13	9	11	11	10	13	11	11	11	11	12	11
Ama de Casa	28	28	25	25	26	26	26	27	26	26	26	25
Jubilado	18	18	19	19	19	19	19	19	20	20	20	21
Estudiantes	7	10	9	8	9	8	8	7	9	8	6	8
NS/NC	*	-	*	*	-	*	*	*	*	*	*	*
<b>Sector Econ. Entrevistado:</b>												
No Activos	53%	56%	53%	53%	54%	53%	52%	53%	55%	55%	52%	54%
En Paro	13	9	11	11	10	13	11	11	11	11	12	11
Sector Público	3	4	5	4	4	5	4	4	4	4	3	4
Privado. C. Ajena	23	24	23	25	25	20	24	25	24	23	26	25
Privado. C. Propia	8	7	8	7	7	9	8	7	6	6	7	7
NS/NC	*	-	*	*	-	*	*	*	*	*	*	*
<b>Total</b>	<b>(1.223)</b>	<b>(1.221)</b>	<b>(1.208)</b>	<b>(1.212)</b>	<b>(1.212)</b>	<b>(1.210)</b>	<b>(1.210)</b>	<b>(1.215)</b>	<b>(1.211)</b>	<b>(1.219)</b>	<b>(1.213)</b>	<b>(1.213)</b>



Cuadro 2.2.3.

**Distribución de los Entrevistados por  
Características Ecológicas**

	V-94	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95
Comunidad Autónoma												
Andalucía	17%	17%	17%	18%	18%	18%	18%	18%	18%	18%	18%	18%
Aragón	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Asturias	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Baleares	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
Canarias	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Cantabria	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Castilla y León	7	7	7	6	6	7	7	6	6	6	6	7
Castilla-Mancha	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Cataluña	16	16	16	16	16	16	16	16	16	16	16	16
Extremadura	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Galicia	8	8	8	7	7	7	7	7	7	7	7	7
La Rioja	1	1	1	*	1	1	1	1	1	1	1	1
Madrid	12	12	12	13	13	13	13	13	13	13	12	13
Murcia	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Navarra	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
P. Vasco	6	6	6	5	5	5	5	5	5	5	5	5
C. Valenciana	10	10	10	11	10	10	10	10	10	10	10	10
Hábitat												
Rural	27%	27%	27%	24%	24%	24%	25%	25%	25%	24%	26%	24%
Urbano	45	45	45	48	48	48	48	48	48	50	48	48
Metropolitano	27	27	28	28	28	27	28	27	28	26	27	28
Total	(1.223)	(1.221)	(1.208)	(1.212)	(1.212)	(1.210)	(1.210)	(1.215)	(1.211)	(1.219)	(1.213)	(1.213)



**Cuadro 2.2.4.**

**Índice de Posición Social**

	V-94	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95
Muy Baja	5%	4%	3%	4%	4%	4%	3%	4%	4%	4%	4%	4%
Baja	37	38	38	37	36	38	38	36	37	38	35	37
Media	46	43	46	46	45	45	45	47	46	46	47	45
Alta	11	13	11	12	13	12	12	12	12	11	12	12
Muy Alta	1	1	1	1	2	1	2	1	2	1	2	2
Total	(1.223)	(1.221)	(1.208)	(1.212)	(1.212)	(1.210)	(1.210)	(1.215)	(1.211)	(1.219)	(1.213)	(1.213)

**Cuadro 2.2.5.**

**Distribución de los Entrevistados según la Clase Social con la que se identifican**

	V-94	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95
Alta	*%	*%	*%	*%	*%	*%	*%	-%	*%	*%	*%	*%
Media Alta	3	3	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3
Media Media	49	50	58	49	52	51	52	50	53	51	51	51
Media Baja	29	32	27	29	30	32	30	32	30	29	31	30
Baja	14	11	8	12	13	11	13	12	11	14	11	14
NS/NC	6	4	3	6	2	2	2	3	2	3	3	2
Total	(1.223)	(1.221)	(1.208)	(1.212)	(1.212)	(1.210)	(1.210)	(1.215)	(1.211)	(1.219)	(1.213)	(1.213)



Cuadro 2.2.6.

Relación entre las Variables Explicativas ASEP.

MAYO 1995	Total Muestra	Edad				Posición Social			Ideología			Status Socioeconómico				
		Menos de 30 años	30 a 49	50 a 64	Más de 65	Baja	Media	Alta	Izquier- da	Dere- cha	Centro	Alto	Medio	Bajo	Bajo	
TOTAL	(1213)	26%	34	22	18	41	45	14	40	16	18	18	56	24	2	
Edad:																
18 a 29 años	(316)	100%	-	-	-	41	51	8	40	12	20	24	58	17	1	
30 a 49 años	(413)	-%	100	-	-	23	51	26	44	17	15	26	61	12	1	
50 a 64 años	(262)	-%	-	100	-	35	52	13	36	18	17	13	56	28	3	
65 y más años	(222)	-%	-	-	100	81	19	*	36	16	20	3	43	48	5	
Posición Social:																
Baja	(497)	26%	19	18	36	100	-	-	39	14	16	3	58	35	4	
Media	(550)	29%	38	25	8	-	100	-	38	17	19	20	59	21	1	
Alta	(167)	15%	64	20	1	-	-	100	48	16	20	59	40	1	-	
Ideología:																
Izquierda	(483)	26%	37	20	17	40	44	17	100	-	-	20	55	22	2	
Centro	(192)	20%	37	24	19	37	49	14	-	100	-	24	54	21	1	
Derecha	(219)	30%	29	21	21	37	48	15	-	-	100	26	54	19	1	
Status Socioeconómico:																
Alto, Medio alto	(223)	33%	48	15	3	8	49	44	44	21	25	100	-	-	-	
Medio	(676)	27%	37	22	14	42	48	10	39	15	17	-	100	-	-	
Medio Bajo	(287)	19%	18	26	38	60	39	1	38	14	14	-	-	100	-	
Bajo	(26)	16%	15	27	41	80	20	-	43	4	11	-	-	-	100	
Clientes de:																
Bancos	(402)	25%	40	23	13	30	50	20	37	17	22	27	54	18	1	
Cajas	(945)	24%	35	21	20	42	44	14	42	16	17	18	56	24	2	

### **3. Actitudes y Comportamientos Económicos**

La percepción que tienen los españoles de su situación económica personal y de la de España explica una buena parte de su comportamiento y sus actitudes de consumo.

En mayo de 1995, las noticias difundidas a través del conjunto de medios de comunicación durante los días en que tuvo lugar el trabajo de campo informaron intensamente de los buenos resultados de algunos de los indicadores que sirven para medir el pulso de la economía. Así, por ejemplo, se destacaron la notable mejoría de la cotización de la peseta, la importante recuperación del índice bursátil, que se situó en su máximo anual, pero sobre todo, el descenso de parados reflejado en los datos del INEM y de la EPA.

En contrapartida, los resultados no reflejan ni el índice de inflación, que fue anunciado posteriormente, ni los conflictos de los pesqueros gallegos, ya "olvidados".

En el plano político, también hay que apuntar la constante referencia de las encuestas a una eventual victoria aplastante del Partido Popular en las elecciones autonómicas y municipales del domingo 28 de mayo, lo que sin duda ha podido influir en los entrevistados en el momento de verbalizar sus sentimientos sobre la situación de la economía presente y futura del país, tanto a nivel individual como de España.

En todo caso, debe recordarse que, al igual que en los últimos dos años, todos los indicadores económicos manejados por ASEP han confirmado el predominio de un sentimiento de moderado pesimismo entre la población española, interrumpido únicamente por la breve ola de optimismo que tuvo lugar durante los meses de mayo y junio de 1993, tras la convocatoria de elecciones realizada por Felipe González, por lo que, si bien es cierto que los datos de este mes han apuntado hacia una mejoría en todos los índices analizados, no debe olvidarse que, en la actualidad, los resultados siguen manifestando el pesimismo imperante en la sociedad, puesto que todos ellos se sitúan claramente por debajo del índice de equilibrio (100) como ya se verá más adelante.

#### **3.1. EVALUACION DE LA COYUNTURA ECONOMICA**

##### **Recordatorio Previo**

Como ya es habitual desde hace varios años, ASEP ha seguido este mes la evolución que los entrevistados hacen de su propia situación económica y de la de España, por comparación con hace seis meses, así como las perspectivas dentro de seis meses.

El Índice del Sentimiento del Consumidor (ISC) mide cada uno de estos cuatro aspectos de forma individual, gracias a los Índices del Sentimiento del Consumidor (ISC-1, ISC-2, ISC-3 e ISC-4), y establece una síntesis de todos ellos mediante un quinto Índice-resumen (ISC-5).

En todos los casos, se pide a los entrevistados que puntúen cada situación en una escala de 1 a 5 puntos (1=Mucho peor; 2=Algo peor; 3=Igual; 4=Algo mejor; 5=Mucho mejor).

Los cuadros de apoyo que ilustran el presente análisis muestran los cinco Índices, cuyo significado no es otro que la diferencia entre quienes valoran la situación "algo mejor" y entre aquellos que la consideran "algo peor". Los valores pueden variar entre 0 (el más pesimista) y 200 (el más optimista), siendo 100 el punto de equilibrio.

Los Índices del Sentimiento del Consumidor son por lo tanto un instrumento de gran ayuda para determinar la orientación de los españoles hacia el consumo y, en cierta manera, para prever la evolución futura de su propia economía y la del país en general.

Como complemento a estos Índices, ASEP maneja habitualmente otros dos parámetros:

- El Índice de Optimismo (IO) , que es similar al Índice del Sentimiento del Consumidor, pero referido exclusivamente a la situación actual y futura del entrevistado (excluida por lo tanto la situación actual y futura de España).
- El Índice de Evaluación de la Situación Económica (IESE), equivalente al Índice de Optimismo, pero referido a la situación de España (excluida por lo tanto la situación actual y futura del entrevistado).

### **Pautas Estables en la Evaluación de la Coyuntura Económica.**

Al analizar los resultados de cada mes, conviene recordar que los datos acumulados en sondeos anteriores muestran la existencia de cuatro pautas que se repiten de forma estable:

- Los entrevistados creen que la situación económica futura, tanto de uno mismo como de España en general, será menos mala que la actual.
- En segundo lugar, tienden a valorar menos negativamente la situación económica personal que la de España.
- Sus perspectivas económicas personales suelen ser valoradas menos negativamente que las tres situaciones restantes.
- Los que gozan de una mejor situación económica (status socioeconómico alto y que ahorran una parte de lo que ingresan), los que tienen menos responsabilidades en la economía doméstica (menores de 30 años) y los más afines al Gobierno (con ideología de izquierda) son los grupos que cuentan con los índices de sentimiento más altos, es decir los que muestran un pesimismo menos pronunciado.

### **La Evaluación de la Coyuntura Económica en Mayo '95**

Una vez definido el contexto económico, político y social en el que se ha producido el trabajo de campo (ver introducción del punto 3), debe subrayarse que la mejora en los índices del sentimiento del consumidor se refiere tanto a la situación económica presente (ISC-3) y futura (ISC-4) del país como a la situación particular del entrevistado, tal como refleja el cuadro siguiente:

	Abril 95	Mayo 95
(ISC-1) Situación Personal respecto a hace seis meses	79	79
(ISC-3) Situación del País respecto a hace seis meses	54	64
(ISC-2) Situación Personal dentro de seis meses	91	94
(ISC-4) Situación del País dentro de seis meses	75	83
(ISC-5) Sentimiento del Consumidor	75	80

A diferencia de lo que sucede en otras ocasiones, se ha observado que el pesimismo se ha reducido más en el entrevistado en lo que respecta a su visión sobre la situación del país, mientras que sigue manteniendo sus reservas sobre su propia situación, confiando en que será menos mala en el futuro, pero sintiendo el mismo pesimismo sobre su situación con respecto a hace seis meses.

Por otra parte, el índice de optimismo continúa apuntando más hacia la indiferencia, que representa un 55% de la muestra, una proporción idéntica a la registrada en abril. En cualquier caso, los pesimistas (30%) siguen doblando a los optimistas (15%).

El índice de evaluación de la situación económica del país también apunta hacia un aumento de la indiferencia (que ahora alcanza un 37%) y, aunque la proporción de pesimistas es, en este caso, siete puntos inferior a la del mes pasado, este grupo sigue representando a la mayor parte de la muestra (con un 48%), lo que no resta importancia a que la proporción de pesimistas haya disminuido en 16 puntos porcentuales durante los dos últimos meses.

	Abril 95	Mayo 95
- Índice de Optimismo	83	84
- Índice de Evaluación de la Situación Económica	58	68

En consecuencia, debe subrayarse que, con respecto a la situación de uno mismo, la actitud de indiferencia supera en veinticinco puntos porcentuales al grupo de los pesimistas mientras que, al analizar la situación económica del país, los pesimistas superan en 11 puntos a los indiferentes.



**Cuadro 3.1.1.**

**Índices del Sentimiento del Consumidor**

	V-94	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95
ISC-1												
Econ. Person. Presente	75	86	87	83	84	83	79	79	84	79	79	79
ISC-2												
Econ. Person. Futura	92	101	97	96	95	95	93	96	96	89	91	94
ISC-3												
Econ. País Presente	44	65	71	74	75	69	70	57	56	42	54	64
ISC-4												
Econ. País Futura	74	92	91	89	89	84	87	80	79	69	75	83
ISC-5	72	86	86	85	86	82	82	78	79	70	75	80

**Cuadro 3.1.2.**

**Índice Global del Sentimiento del Consumidor (ISC-5),  
por Características Socioeconómicas.**

	V-94	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95
Total ISC-5	72	86	86	85	86	82	82	78	79	70	75	80
Edad:												
Menos de 30 años	81	92	99	97	97	97	90	85	85	78	80	83
30 a 49 años	68	85	83	86	84	78	80	76	75	68	74	81
50 a 64 años	63	80	80	74	80	74	78	74	73	61	71	73
65 y más años	75	85	84	80	83	79	80	76	83	74	74	82
Posición Social:												
Baja	71	86	83	80	81	84	79	75	80	71	71	80
Media	70	84	88	87	88	82	83	77	77	68	76	80
Alta	79	91	91	99	91	79	90	87	80	73	84	84



Ideología:												
Izquierda	76	91	90	96	96	90	93	84	83	76	82	87
Centro	68	90	92	82	87	79	86	79	78	70	75	77
Derecha	62	80	82	79	72	73	68	68	76	58	66	69
Propensión al ahorro:												
Endeudados	60	71	77	75	75	69	70	67	75	52	65	65
Vive al día	68	84	82	81	82	81	79	74	76	68	74	77
Ahorran	86	95	100	101	99	94	96	90	87	82	84	95
Status Socioeconómico familiar:												
Alto, Medio Alto	73	88	96	98	99	92	97	85	84	76	82	86
Medio	72	86	87	85	85	83	78	77	78	69	75	79
Medio bajo	71	83	80	78	78	74	79	73	78	68	70	78
Bajo	62	92	70	70	72	82	83	85	68	71	61	78
Clientes de												
Bancos	71	86	90	90	88	83	88	77	79	71	76	80
Cajas	71	86	86	86	88	83	83	80	79	69	77	81



**Cuadro 3.1.3.**

**Situación Económica Actual**

Situación Personal Respecto a hace seis meses:

	V-94	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95
Mejor	8%	10%	11%	10%	9%	10%	8%	9%	11%	9%	8%	8%
Igual	58	66	66	63	65	63	63	61	62	61	63	63
Peor	33	24	24	27	25	27	29	30	27	30	29	29
NS/NC	1	1	*	-	*	1	*	*	*	*	*	1
Total	(1.223)	(1.221)	(1.208)	(1212)	(1.212)	(1.210)	(1.210)	(1.215)	(1.211)	(1.219)	(1.213)	(1.213)
ISC-1 (Econ. Personal Presente)	75	86	87	83	84	83	79	79	84	79	79	79

Situación del País respecto a hace seis meses:

	V-94	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95
Mejor	5%	11%	14%	16%	14%	11%	13%	10%	10%	6%	7%	11%
Igual	32	39	40	40	43	43	41	35	34	28	38	39
Peor	61	46	43	42	39	42	43	52	54	64	53	47
NS/NC	2	3	3	3	3	4	3	3	3	2	3	3
Total	(1.223)	(1.221)	(1.208)	(1212)	(1.212)	(1.210)	(1.210)	(1.215)	(1.211)	(1.219)	(1.213)	(1.213)
ISC-3 (Econ. del País Presente)	44	65	71	74	75	69	70	57	56	42	54	64



**Cuadro 3.1.4.**

**Índice del Sentimiento del Consumidor (ISC-1) sobre la  
Situación Económica Presente del Entrevistado, por  
Características Socioeconómicas del Entrevistado**

	V-94	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95
Total ISC-1	75	86	87	83	84	83	79	79	84	79	79	79
Edad:												
Menos de 30 años	87	94	96	95	101	97	84	88	93	93	87	87
30 a 49 años	69	85	83	82	79	78	76	76	80	74	78	79
50 a 64 años	65	76	82	71	73	72	77	72	78	62	70	67
65 y más años	84	86	88	81	85	82	80	78	85	88	79	83
Posición Social:												
Baja	75	85	83	76	81	82	78	76	86	82	74	78
Media	74	84	89	85	86	83	78	77	80	75	80	80
Alta	81	94	96	94	90	83	84	93	89	81	89	83
Ideología:												
Izquierda	82	89	86	89	90	87	89	85	85	85	82	81
Centro	69	93	95	83	85	82	87	81	83	79	81	76
Derecha	71	82	88	84	79	82	66	78	86	74	79	76
Propensión al ahorro:												
Endeudados	61	62	68	65	68	66	54	57	76	56	70	62
Viven al día	70	85	83	77	80	80	76	74	79	77	75	75
Ahorran	97	96	103	105	102	100	97	98	98	92	95	97
Status Socioeconómico familiar:												
Alto, Medio Alto	86	95	98	92	102	96	90	93	91	92	91	90
Medio	74	84	88	85	83	84	78	79	84	76	80	78
Medio bajo	70	81	80	74	73	71	74	67	78	76	68	74
Bajo	64	85	69	60	65	74	74	80	77	79	60	85
Clientes:												
Bancos	78	85	92	90	87	86	82	78	83	78	83	81
Cajas	75	86	88	82	88	84	80	81	84	79	81	80



**Cuadro 3.1.5.**

**Índice del Sentimiento del Consumidor (ISC- 3), respecto a la  
Situación Económica Presente del País, por Características  
Socioeconómicas del Entrevistado**

	V-94	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95
Total ISC-3	44	65	71	74	75	69	70	57	56	42	54	64
Edad:												
Menos de 30 años	48	71	82	85	83	83	74	58	55	42	52	64
30 a 49 años	38	63	66	76	73	61	67	55	54	44	51	63
50 a 64 años	39	62	65	60	71	63	70	60	52	34	59	57
65 y más años	57	64	71	74	74	71	70	57	67	49	57	73
Posición Social:												
Baja	46	64	71	70	71	72	67	56	59	46	50	65
Media	42	64	71	73	77	66	71	56	53	38	56	62
Alta	49	71	71	93	83	66	76	64	58	46	59	67
Ideología:												
Izquierda	49	74	79	88	92	77	86	65	64	47	64	74
Centro	45	71	75	68	80	66	75	60	58	41	56	65
Derecha	36	48	59	62	52	56	48	39	47	30	36	46
Propensión al ahorro:												
Endeudados	38	55	58	64	66	52	64	49	48	28	43	49
Viven al día	42	62	68	70	72	67	66	54	54	41	54	62
Ahorran	54	74	82	90	86	81	82	65	64	50	60	76
Status Socioeconómico familiar:												
Alto, Medio Alto	41	62	79	89	86	77	90	57	59	39	55	68
Medio	43	65	71	72	74	68	62	57	54	42	55	62
Medio bajo	50	65	67	69	70	62	72	58	60	44	52	65
Bajo	37	82	61	66	64	83	74	65	46	58	43	69
Cientes de:												
Bancos	44	63	70	76	77	70	79	60	54	42	50	61
Cajas	45	66	69	76	79	70	72	59	56	40	57	66



**Cuadro 3.1.6.**

**Perspectivas Económicas**

Situación Personal dentro de seis meses:

	V-94	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95
Mejor	14%	16%	13%	14%	13%	13%	11%	14%	14%	11%	10%	12%
Igual	56	59	64	58	60	60	59	54	57	56	60	60
Peor	22	15	16	18	18	18	18	18	18	21	19	17
NS/NC	8	10	7	10	10	9	11	13	12	12	10	12
Total	(1.223)	(1.221)	(1.208)	(1.212)	(1.212)	(1.210)	(1.210)	(1.215)	(1.211)	(1.219)	(1.213)	(1.213)
ISC-2 (Economía Personal Futura)	92	101	97	96	95	95	93	96	96	89	91	94

Situación de España dentro de seis meses:

	V-94	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95
Mejor	13%	20%	18%	18%	16%	14%	16%	14%	13%	10%	10%	12%
Igual	38	40	45	43	44	43	42	39	38	34	40	43
Peor	39	28	28	29	28	31	29	34	34	41	35	29
NS/NC	10	12	9	10	12	12	13	13	14	16	15	16
Total	(1.223)	(1.221)	(1.208)	(1.212)	(1.212)	(1.210)	(1.210)	(1.215)	(1.211)	(1.219)	(1.213)	(1.213)
ISC-4 (Economía del País Futura)	74	92	91	89	89	84	87	80	79	69	75	83



**Cuadro 3.1.7.**

**Índice del Sentimiento del Consumidor (ISC-2) sobre  
la Situación Económica Futura del Entrevistado, por  
Características Socioeconómicas del Entrevistado**

	V-94	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95
Total ISC-2	92	101	97	96	95	95	93	96	96	89	91	94
Edad:												
Menos de 30 años	106	111	110	110	106	114	107	113	110	107	101	100
30 a 49 años	95	99	96	99	94	94	93	93	92	86	92	100
50 a 64 años	80	96	91	83	88	80	81	94	86	78	82	86
65 y más años	84	95	89	83	90	86	87	90	95	84	85	85
Posición Social:												
Baja	88	100	91	90	93	96	88	93	98	90	86	92
Media	94	101	101	98	96	95	94	96	93	89	92	95
Alta	102	101	104	105	99	90	102	102	97	88	102	99
Ideología:												
Izquierda	96	104	97	104	103	104	98	101	97	94	96	100
Centro	90	106	102	91	92	90	95	98	95	91	88	86
Derecha	81	101	98	89	85	90	88	87	102	83	87	89
Propensión al Ahorro:												
Endeudado	79	90	97	93	84	91	82	88	98	70	81	84
Vive al día	90	99	91	90	90	92	90	91	93	86	89	91
Ahorran	105	108	110	110	110	103	104	108	102	106	102	108
Status Socioeconómico Familiar:												
Alto, Medio alto	96	105	110	110	108	106	103	103	105	101	102	99
Medio	94	102	98	96	94	96	92	96	94	89	90	94
Medio bajo	87	94	90	86	88	86	88	90	93	82	85	91
Bajo	76	104	80	77	82	79	94	105	82	79	84	92
Clientes de:												
Bancos	90	99	103	101	96	97	98	93	97	94	94	95
Cajas	93	101	98	96	95	95	93	98	96	88	92	93



**Cuadro 3.1.8.**

**Índice del Sentimiento del Consumidor (ISC-4) sobre  
la Situación Económica Futura del País, por  
Características Socioeconómicas del Entrevistado**

	V-94	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95
Total ISC-4	74	92	91	89	89	84	87	80	79	69	75	83
Edad:												
Menos de 30 años	83	94	108	100	96	93	95	81	81	70	78	81
30 a 49 años	70	93	85	90	89	80	86	80	76	66	75	84
50 a 64 años	68	86	84	80	86	82	84	79	76	69	74	82
65 y más años	76	95	87	82	81	79	80	81	87	74	74	85
Posición Social:												
Baja	75	94	88	83	81	86	81	77	79	68	73	84
Media	71	89	93	91	95	83	88	80	81	69	75	82
Alta	82	98	92	102	92	76	99	88	75	77	84	86
Ideología:												
Izquierda	79	96	97	101	100	94	99	85	88	80	82	93
Centro	68	92	96	84	93	79	87	77	75	68	75	81
Derecha	62	88	82	80	71	64	70	69	71	48	66	64
Propensión al ahorro												
Endeudados	61	76	84	78	81	67	79	75	78	54	66	66
Vive al día	71	91	84	86	87	81	83	77	77	68	76	79
Ahorran	88	101	107	100	97	94	101	87	82	79	80	99
Status Socioeconómico familiar												
Alto, Medio alto	68	91	99	102	100	89	107	89	82	72	82	84
Medio	75	92	92	88	88	84	82	78	78	69	75	83
Medio Bajo	76	93	85	82	82	76	83	78	79	68	70	83
Bajo	72	95	68	77	78	91	91	90	68	66	61	65
Clientes de												
Bancos	71	95	95	92	90	80	94	76	81	69	76	81
Cajas	73	92	89	91	90	82	87	83	80	68	77	85



**Cuadro 3.1.9.**

**Distribución de los Entrevistados según su grado de Optimismo Personal y respecto al País**

Índice de Optimismo

	V-94	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95
Optimista	17%	20%	18%	18%	16%	17%	15%	18%	18%	15%	14%	15%
Indiferente	48	54	58	54	56	55	55	51	52	52	55	55
Pesimista	35	26	24	28	28	28	30	31	30	33	31	30
Total	(1.223)	(1.221)	(1.208)	(1.212)	(1.212)	(1.210)	(1.210)	(1.215)	(1.211)	(1.219)	(1.213)	(1.213)
IO	83	94	93	90	88	89	86	88	88	82	83	84

Índice de Evaluación de la Situación Económica

	V-94	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95
Optimistas	15%	23%	22%	24%	20%	18%	20%	17%	16%	12%	12%	16%
Indiferentes	26	32	35	35	39	38	37	30	30	24	33	37
Pesimistas	59	45	42	42	41	44	44	53	54	64	55	48



Total	(1.223)	(1.221)	(1.208)	(1.212)	(1.212)	(1.210)	(1.210)	(1.215)	(1.211)	(1.219)	(1.213)	(1.213)
-----												
IESE	56	78	80	82	80	74	76	64	63	48	58	68



**Cuadro 3.1.10.**

**Índice de Optimismo (IO), por  
Características del Entrevistado**

	V-94	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95
Total IO	83	94	93	90	88	89	86	88	88	82	83	84
Edad:												
Menos de 30 años	99	110	110	109	104	113	100	111	108	104	97	94
30 a 49 años	82	91	90	91	85	88	84	84	81	76	85	87
50 a 64 años	68	84	83	72	76	70	74	72	77	63	70	71
65 y más años	79	89	88	81	84	80	82	81	86	81	75	80
Posición Social:												
Baja	78	94	88	83	83	89	81	85	92	85	76	82
Media	82	94	96	93	90	90	86	86	83	79	85	85
Alta	99	95	102	101	94	88	98	102	91	80	98	88
Ideología:												
Izquierda	88	98	93	98	97	100	95	97	91	88	90	89
Centro	78	103	101	87	87	84	96	92	89	83	84	77
Derecha	76	91	95	85	76	86	73	79	92	73	80	78
Propensión Ahorro:												
Endeudado	63	77	87	77	73	79	63	75	85	60	68	66
Vive al Día	79	91	86	82	82	85	81	80	82	78	80	80
Ahorra	104	105	111	113	108	106	106	108	103	99	100	102
Status Socioeconómico Familiar:												
Alto, Medio alto	92	100	108	104	106	104	101	98	98	94	100	93
Medio	84	93	93	91	87	88	84	89	87	81	83	84
Medio bajo	74	91	85	78	76	80	79	77	83	75	71	76
Bajo	68	94	81	63	65	74	78	85	73	76	70	89
Clientes de:												
Bancos	82	93	100	100	91	93	92	87	88	85	88	86
Cajas	82	94	93	89	89	90	87	90	88	81	86	82



**Cuadro 3.1.11.**

**Índice de Evaluación de la Situación Económica del País (IESE),  
por Características de los Entrevistados**

	V-94	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95
Total IESE	56	78	80	82	80	74	76	64	63	48	58	68
Edad:												
Menos de 30 años	65	83	96	94	90	88	85	68	66	49	60	68
30 a 49 años	50	77	74	83	77	68	74	61	59	48	55	68
50 a 64 años	46	73	72	70	77	70	74	67	59	42	60	62
65 y más años	63	78	79	78	73	71	71	61	71	52	57	74
Posición Social:												
Baja	57	76	80	76	72	74	70	61	63	48	53	68
Media	51	77	81	83	84	74	79	63	63	46	58	66
Alta	70	87	81	98	86	74	86	75	62	56	70	76
Ideología:												
Izquierda	61	85	90	95	96	87	94	72	76	58	71	80
Centro	51	84	86	77	83	67	78	61	59	49	59	68
Derecha	45	68	67	74	61	56	53	47	51	28	39	48
Actitud ante el ahorro:												
Endeudado	44	63	67	64	70	56	67	58	58	30	45	52
Vive al día	52	75	74	78	77	73	70	61	60	46	58	65
Ahorran	71	90	98	101	90	86	94	72	71	59	65	83
Status Socioeconómico Familiar:												
Alto, Medio alto	54	78	94	100	96	88	100	75	68	53	65	75
Medio	54	77	80	81	75	72	69	61	62	47	57	66
Medio bajo	60	78	74	73	74	68	75	62	64	47	55	67
Bajo	45	86	64	66	71	87	71	75	36	52	43	65
Clientes de:												
Bancos	55	81	84	89	81	76	87	65	66	47	53	67
Cajas	53	78	78	84	82	72	77	67	64	46	61	70

## **3.2. PAUTAS DE AHORRO Y CONSUMO**

### **Recordatorio Previo**

Para conocer las pautas de ahorro y consumo, se pregunta a los entrevistados acerca de la situación financiera de su hogar y más concretamente, se sondea si piden dinero prestado, si gastan sus ahorros, gastan lo que ganan y finalmente, si ahorran dinero al final de mes.

La diferencia entre quienes gastan menos de lo que ingresan y quienes gastan más proporciona el IPA (Índice de Propensión al Ahorro), un indicador que puede variar entre 0 (endeudamiento máximo) y 200 (ahorro máximo), siendo 100 el punto neutro.

Para conocer el comportamiento de los españoles ante el consumo, se pide a los entrevistados que se sitúen en una escala de 1 a 7, donde 1 expresa "máxima cautela ante el consumo" y 7 "máxima predisposición al consumo".

### **Pautas Estables de Ahorro y Consumo.**

Los resultados de cada mes permiten comprobar que existen unas pautas que se repiten de forma estable, independientemente de las leves oscilaciones que puedan producirse en los resultados obtenidos cada mes. Son las siguientes:

- Dos tercios de los españoles suelen vivir al día, es decir, gastando lo que ganan. Algo más de un diez por ciento vive por encima de sus posibilidades y algo más de la cuarta parte ahorra parte de lo que gana.
- Los individuos de status socioeconómico familiar y posición social más altos tienen una mayor propensión al ahorro, mientras que la situación opuesta se da entre quienes tienen un menor poder adquisitivo, es decir las capas más bajas de la sociedad y los de mayor edad, que dependen de sus pensiones de jubilación.
- Los españoles son generalmente cautos respecto a sus gastos (la media oscila normalmente en torno a 2,2 puntos en la escala de 1 a 7 ya definida en líneas anteriores). Los más jóvenes y los de mayor status gastan más alegremente, es decir quienes tienen una menor responsabilidad familiar y quienes disfrutan de una mejor situación económica.

### **Pautas de Ahorro y Consumo en Mayo 1995.**

Los resultados registrados en mayo de 1995 confirman la estabilidad de los índices de propensión al ahorro y de propensión al consumo, por lo que apenas varían, tanto respecto al mes pasado como a hace un año. Sin embargo, aunque se sigue constatando que las capas más desfavorecidas no sobrepasan el índice 100, es decir que no alcanzan a ahorrar algo a fin de mes (tan sólo los que tienen un status socioeconómico bajo -77- y medio bajo -97-), sí se puede decir que la propensión al ahorro vuelve a aumentar (IPA de mayo 95 = 113) en el conjunto de los segmentos que conforman la población, situándose en niveles claramente superiores a los de hace un año.

Por otra parte, parece razonable establecer nuevamente una relación entre la propensión al ahorro y las vacaciones, lo que explica que este mes se produzca el efecto contrario experimentado en abril, es decir que, ante la falta de vacaciones (las próximas son las de verano), los españoles vuelven a ahorrar.



**Cuadro 3.2.1.**

**Situación Financiera del Hogar**

	V-94	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95
Me prestan dinero	4%	4%	4%	4%	5%	5%	6%	4%	5%	3%	6%	5%
Gasto mis ahorros	8	8	7	8	7	8	6	7	7	9	8	8
Gasto lo que gano	63	59	60	62	60	61	61	61	59	61	62	59
Ahorro algo	22	27	27	24	25	23	24	26	26	24	22	25
Ahorro bastante	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1
NS/NC	1	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1
<b>Total</b>	<b>(1.223)</b>	<b>(1.221)</b>	<b>(1.208)</b>	<b>(1212)</b>	<b>(1.212)</b>	<b>(1.210)</b>	<b>(1.210)</b>	<b>(1.215)</b>	<b>(1.211)</b>	<b>(1.219)</b>	<b>(1.213)</b>	<b>(1.213)</b>
<b>IPA</b>	<b>110</b>	<b>116</b>	<b>117</b>	<b>113</b>	<b>114</b>	<b>111</b>	<b>114</b>	<b>117</b>	<b>116</b>	<b>114</b>	<b>109</b>	<b>113</b>



Cuadro 3.2.2.

**Índice de Propensión al Ahorro (IPA), por Características Socioeconómicas de los Hogares**

	V-94	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95
Total IPA	110	116	117	113	114	111	114	117	116	114	109	113
Edad:												
18-29 años	111	116	120	114	115	116	112	116	110	121	112	112
30-49 años	113	115	112	117	120	111	116	117	123	113	110	121
50-64 años	105	120	112	109	106	104	111	113	112	108	103	105
65 y más años	109	107	114	108	112	111	115	122	114	111	109	110
Status Socioeconómico Familiar:												
Alto, Medio Alto	127	136	134	133	132	132	137	140	133	138	131	140
Medio	111	115	119	114	113	110	112	114	116	113	108	113
Medio Bajo	96	107	106	98	104	98	102	107	101	100	94	97
Bajo	84	88	86	89	90	87	88	95	82	90	86	77
Posición Social:												
Baja	105	114	110	103	109	105	107	114	111	110	102	106
Media	107	112	119	114	113	112	113	113	111	111	108	112
Alta	134	138	134	140	132	123	136	139	143	135	130	139
Cientes de:												
Bancos	111	123	129	127	121	115	126	126	118	120	120	120
Cajas	113	116	117	113	116	112	115	116	118	114	110	116



Cuadro 3.2.3.

Actitud ante el Consumo

	V-94	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95
Total	(1.223)	(1.221)	(1.208)	(1.212)	(1.212)	(1.210)	(1.210)	(1.215)	(1.211)	(1.219)	(1.213)	(1.213)
1. Pienso muy bien todos los gastos que hago e incluso reduzco todos los gastos que puedo.....	44%	41%	42%	39%	40%	42%	45%	42%	40%	42%	41%	43%
2. ....	27	24	25	28	27	26	27	29	29	30	29	25
3. ....	12	14	14	15	13	11	12	12	14	12	14	12
4. ....	10	11	10	9	10	10	8	9	9	8	9	11
5. ....	4	8	5	5	6	6	4	5	4	5	3	5
6. ....	1	1	1	2	2	3	2	2	2	1	2	2
7. Gasto con cierta alegría, o al menos sin preocupaciones.....	1	2	3	2	2	2	2	1	2	2	2	2
NS/NC .....	1	1	*	*	1	*	*	1	*	*	*	*
% Cali f ican Gasto	99	99	100	100	99	100	100	99	100	100	100	100
Media X	2,1	2,3	2,2	2,2	2,2	2,3	2,1	2,1	2,2	2,1	2,1	2,2
% Discrepancia	65	64	67	64	66	68	68	64	65	64	64	66



**Cuadro 3.2.4.**

**Frase que refleja mejor el Comportamiento ante el Gasto,  
por Características Socioeconómicas de los Entrevistados.**

MAYO 1995	Total	Pienso y reduzco los gastos	2	3	4	5	6	Gastos sin preocupaciones	NS/ NC	Cali- fican	Valoración Media	Discre- pancia
TOTAL	(1213)	43%	25	12	11	5	2	2	*	100	2,2	66
Edad:												
18 a 29 años	(316)	36%	23	12	12	9	4	4	*	100	2,6	66
30 a 49 años	(413)	40%	28	13	11	5	1	1	*	100	2,2	62
50 a 64 años	(262)	50%	24	12	7	5	*	1	*	100	1,9	65
65 y más años	(222)	49%	25	12	10	2	*	1	-	100	2,0	64
Posición Social:												
Baja	(497)	48%	24	14	8	3	1	2	*	100	2,0	67
Media	(550)	41%	27	11	10	7	2	2	*	100	2,3	66
Alta	(167)	32%	23	15	19	7	2	1	1	99	2,5	57
Ideología:												
Izquierda	(483)	40%	29	12	9	6	2	2	*	100	2,2	65
Centro	(192)	48%	18	12	13	5	2	2	-	100	2,2	69
Derecha	(219)	37%	25	14	12	7	3	2	-	100	2,4	64
Status Socioeconómico:												
Alto, Medio alto	(223)	31%	22	16	17	10	2	2	*	100	2,6	59
Medio	(676)	42%	27	13	10	5	2	2	*	100	2,2	65
Medio Bajo	(287)	54%	23	8	8	3	1	1	*	100	1,9	69
Bajo	(26)	46%	23	20	-	4	-	8	-	100	2,2	76
Clientes de:												
Bancos	(402)	38%	24	14	12	9	2	1	*	100	2,4	62
Cajas	(945)	44%	24	13	11	5	1	2	*	100	2,2	66

### 3.3. SATISFACCION CON LA VIDA

Además de los indicadores económicos, se ha querido evaluar de forma global la calidad de vida de los españoles con una pregunta que determina el grado de satisfacción de los españoles con su vida en general. Son muy numerosas las investigaciones que se han realizado sobre esta cuestión, y los datos encontrados para España apuntan en general las mismas tendencias y correlaciones que las observadas en otros países.

De acuerdo con la evidencia empírica de estos últimos años, algo más del 75% de los españoles de 18 y más años se sienten satisfechos e incluso muy satisfechos con su calidad de vida, y en torno a un 12% se sienten insatisfechos o muy insatisfechos. En mayo, estos porcentajes han sido del 76% y del 14%, respectivamente.

Resulta curioso que, aunque los individuos se quejen de muchas cosas, rechazan admitir que les va mal ante terceros, porque ello implica, en cierto modo, un fracaso personal del que parecen sentirse culpables. Por ello, es frecuente en todos los estudios que la mayor parte de los entrevistados afirma que se siente satisfecho con su vida, que es feliz, que sus relaciones laborales o familiares son buenas, etc., ya que todos esos aspectos de la vida, en cuanto que se relacionan muy directamente con su propia persona, parecen ser indicadores de su éxito/fracaso personal.

Por ello, desde enero de 1988, fecha en que se incluyó por primera vez esta pregunta en los sondeos ASEP, siempre se ha detectado que más de tres cuartas partes de los españoles están muy satisfechos o satisfechos con su calidad de vida, dato que es comparable con los obtenidos en otros países occidentales, y que demuestra la verbalización de una amplia satisfacción entre la mayoría de la población.

Con las respuestas obtenidas para esta pregunta se ha construido el Índice de Satisfacción con la Calidad de Vida (ISCV), que no es sino la diferencia entre el porcentaje de satisfechos e insatisfechos, sumando 100 para estandarizar el resultado. Así, los valores superiores a 100 demuestran satisfacción, y cuanto más se aproxima el índice a 200 puntos mayor es el grado de satisfacción. Por el contrario, los valores inferiores a 100 demuestran insatisfacción, y ésta es mayor cuanto más se aproxima a 0 el valor del índice correspondiente.

En general, los valores de este índice han oscilado alrededor de 160 puntos en todos los sondeos. Este mes, este índice de satisfacción registra una puntuación algo inferior a la del mes pasado e idéntica a la de hace un año (162). El punto medio en la escala de satisfacción de 5 puntos resulta ser este mes de 3,7, es decir el mismo de los siete últimos meses, lo que determina una vez más un nivel muy alto y consensuado de satisfacción que se ha mantenido prácticamente invariable a lo largo de estos últimos doce meses.

Al evaluar la evolución del ISCV diferenciando a la población según sus características socioeconómicas, puede afirmarse que todos los segmentos de la población muestran un alto grado de satisfacción con su calidad de vida, pues tan sólo entre los entrevistados de status socioeconómico familiar bajo y medio-bajo el valor es inferior al de los otros grupos, situándose en un nivel de 140 y 158, respectivamente. (En mayo de 1995 el índice general se sitúa en el 162).

Posiblemente debido a este alto grado de satisfacción en todos los segmentos resulte difícil descubrir una pauta de relación con algunas de las diferentes variables que se han tomado en consideración, ya que dichas pautas varían bastante de un mes a otro. Sin embargo, el grado de satisfacción suele ser consistentemente mayor cuanto más alto es el status socioeconómico familiar del entrevistado al igual que suele ser mayor entre los encuestados más jóvenes, si bien

los diferentes valores medios que se exponen demuestran que existe poca variación entre segmentos en el grado de satisfacción con la calidad de vida.

Conviene resaltar, aún así, que, independientemente de la percepción que se tenga respecto a la situación económica, el ISCV se suele mantener en unos niveles similares, y como ya hemos comentado, por comparación con el mes anterior este índice disminuye algo su valor, no variando con respecto al índice de hace un año.



**Cuadro 3.3.1.**

**Nivel de Satisfacción con la Calidad de Vida**

	V-94	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95
Muy Satisfechos	4%	6%	4%	4%	6%	6%	7%	5%	6%	5%	5%	6%
Satisfechos	73	75	72	72	70	71	72	73	74	72	72	70
Indiferentes	7	6	10	8	8	9	8	7	7	9	9	8
Insatisfechos	14	10	12	14	13	11	11	13	11	13	12	13
Muy Insatisfechos	2	2	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1
NS/NC	1	1	1	2	2	1	1	1	1	*	1	1
-----												
Total	(1.223)	(1.221)	(1.208)	(1.212)	(1.212)	(1.210)	(1.210)	(1.215)	(1.211)	(1.219)	(1.213)	(1.213)
-----												
ISCV	162	168	163	161	161	165	167	164	167	163	164	162
Valoración Media	3,6	3,7	3,6	3,6	3,6	3,7	3,7	3,7	3,7	3,7	3,7	3,7
% Discrepancia	24	23	23	24	24	22	22	23	22	23	23	24



**Cuadro 3.3.2.**

**Índice de Satisfacción con la Calidad de Vida, por Características Socioeconómicas de los Entrevistados  
(Valor medio de 1 a 5 puntos indicado entre paréntesis)**

	V-94	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95
Total ISCV	162 (3,6)	168 (3,7)	163 (3,6)	161 (3,6)	161 (3,6)	165 (3,7)	167 (3,7)	164 (3,7)	167 (3,7)	163 (3,7)	164 (3,7)	162 (3,7)
Edad:												
Menos de 30 años	165 (3,7)	177 (3,8)	169 (3,7)	169 (3,7)	173 (3,8)	170 (3,7)	173 (3,8)	172 (3,8)	175 (3,8)	165 (3,6)	169 (3,7)	167 (3,7)
30 a 49 años	158 (3,6)	163 (3,7)	161 (3,6)	164 (3,7)	152 (3,6)	164 (3,7)	165 (3,7)	160 (3,6)	165 (3,7)	167 (3,7)	163 (3,7)	160 (3,6)
50 a 64 años	161 (3,6)	162 (3,6)	153 (3,5)	159 (3,6)	158 (3,6)	159 (3,6)	161 (3,6)	160 (3,6)	165 (3,7)	150 (3,7)	156 (3,6)	155 (3,6)
65 y más años	166 (3,7)	172 (3,7)	167 (3,7)	148 (3,5)	164 (3,7)	169 (3,7)	170 (3,7)	166 (3,7)	164 (3,7)	169 (3,5)	170 (3,7)	165 (3,7)
Posición social:												
Baja	163 (3,6)	167 (3,7)	165 (3,7)	157 (3,6)	160 (3,6)	171 (3,8)	166 (3,7)	160 (3,6)	166 (3,7)	158 (3,6)	164 (3,7)	159 (3,6)
Media	158 (3,6)	166 (3,7)	161 (3,6)	162 (3,7)	160 (3,6)	161 (3,7)	167 (3,7)	164 (3,7)	165 (3,7)	161 (3,6)	163 (3,7)	160 (3,6)
Alta	173 (3,8)	176 (3,8)	162 (3,6)	173 (3,8)	166 (3,7)	163 (3,7)	172 (3,8)	177 (3,8)	179 (3,9)	186 (3,9)	168 (3,7)	176 (3,8)
Status Socioeconómico Familiar:												
Alto, Medio Alto	173 (3,6)	185 (3,9)	174 (3,6)	172 (3,8)	177 (3,8)	172 (3,8)	177 (3,8)	174 (3,8)	180 (3,9)	180 (3,9)	175 (3,8)	185 (3,9)
Medio	164 (3,8)	173 (3,8)	163 (3,7)	166 (3,7)	162 (3,7)	167 (3,7)	168 (3,7)	168 (3,7)	169 (3,7)	165 (3,7)	166 (3,7)	164 (3,7)
Medio bajo	152 (3,7)	147 (3,5)	158 (3,6)	145 (3,4)	150 (3,5)	156 (3,6)	159 (3,6)	152 (3,5)	158 (3,6)	151 (3,5)	155 (3,6)	140 (3,4)
Bajo	135 (3,5)	112 (3,0)	133 (3,6)	137 (3,3)	99 (2,9)	162 (3,6)	156 (3,6)	115 (3,1)	109 (3,0)	117 (3,2)	133 (3,2)	158 (3,6)



Ideología:												
Izquierda	158	167	159	166	166	166	172	167	165	165	161	160
	(3,6)	(3,7)	(3,6)	(3,7)	(3,7)	(3,7)	(3,8)	(3,7)	(3,7)	(3,7)	(3,6)	(3,6)
Centro	166	167	173	159	166	171	169	168	173	168	178	165
	(3,7)	(3,7)	(3,7)	(3,6)	(3,7)	(3,8)	(3,8)	(3,7)	(3,8)	(3,7)	(3,8)	(3,6)
Derecha	172	168	167	168	156	167	156	168	171	166	169	162
	(3,7)	(3,7)	(3,7)	(3,7)	(3,6)	(3,7)	(3,6)	(3,7)	(3,7)	(3,7)	(3,7)	(3,7)
Clientes de:												
Bancos	164	172	166	162	167	168	171	174	173	168	166	169
	(3,6)	(3,7)	(3,7)	(3,7)	(3,7)	(3,8)	(3,8)	(3,8)	(3,8)	(3,7)	(3,7)	(3,7)
Cajas	164	170	164	160	162	167	170	165	167	164	168	162
	(3,7)	(3,7)	(3,6)	(3,6)	(3,7)	(3,7)	(3,8)	(3,7)	(3,7)	(3,7)	(3,7)	(3,7)

### 3.4. CLIENTELA DE INSTITUCIONES FINANCIERAS

Dada la constante actualidad de los temas financieros, ha parecido interesante identificar la clientela de los diferentes bancos y cajas de ahorros, puesto que ello ayuda en gran medida a conocer su implantación lo que sin duda influye sobre la imagen de los mismos.

De acuerdo con los datos disponibles desde hace años, y especialmente durante los últimos meses, un 88 por ciento de los españoles de 18 y más años dicen tener cuenta corriente o libreta de ahorros en algún Banco o Caja de Ahorros, lo que significa una cobertura bastante completa de la población, especialmente cuando se tiene en cuenta que buena parte de la población entre 18 y 30 años no son todavía económicamente (y en muchas ocasiones familiarmente) independientes. La clientela total de Bancos o Cajas ha sido del 92% en mayo. Este elevado dato no debe sorprender, en la medida en que, por primera vez, se ha desglosado más el número de entidades financieras de la lista que se presenta a los entrevistados. Al sugerir más entidades, éstos recuerdan mejor su nombre, con lo que la proporción de respuestas también aumenta.

Tomando en consideración los datos que se presentan a continuación, se constata que la proporción de clientes de instituciones financieras es superior al 80% en todos los segmentos de la población, a excepción de los de status socioeconómico bajo (77%).

Casi un tercio de los españoles de 18 y más años tienen cuenta corriente o libreta en algún banco y un 22% de los entrevistados clientes de bancos, lo son también de alguna Caja de Ahorros. En este caso, los segmentos que en mayor proporción son clientes de bancos son los de 30 a 49 años (35%), y los de mayor status socioeconómico familiar (46%) y más alta posición social (47%).

Pero al analizar la clientela específica de las Cajas de Ahorros (más del doble de la clientela de Bancos), se aprecia que en algunos de los segmentos la proporción de clientes de las Cajas de Ahorro se aproxima al 90%. Además, entre los clientes de Cajas de Ahorro un 55% son también clientes de algún Banco.

Estos datos indican que los porcentajes de clientes con cuenta en cajas de ahorros y que además tienen cuenta en bancos es elevado en comparación con los que tuvieron lugar hace un año. Lo mismo sucede entre los clientes específicos de Bancos que lo son también de alguna Caja.

Finalmente, se presenta a título indicativo la distribución de entrevistados que son clientes de los principales Bancos y Cajas según las instituciones en las que tienen su cuenta o libreta. Como es lógico, la suma de estos porcentajes es superior a la proporción de clientes de Bancos o Cajas, ya que cada entrevistado puede ser cliente de más de una institución financiera. Por otra parte, al tratarse de submuestras muy pequeñas, es lógico que se observen fluctuaciones de un mes a otro, aunque el "ranking" de clientela suele mantenerse con escasas variaciones.

Entre los bancos, el BBV (8,2%) vuelve a superar al Central-Hispano (7,3%). El Santander, con un 3,5%, pierde 1 punto y permanece por debajo de Banesto (5,7%).

Argentaria, por su parte no supera el 1,6%. Por lo que respecta a las Cajas de Ahorro, se han desglosado de forma nominal, debido a la política expansionista que la mayoría de ellas están realizando fuera de su territorio de origen (más de un 52% cita otras cajas de ahorros). Así, se puede comprobar que la Caixa y la Caja de Madrid (10,2% y 8,7%, respectivamente) tienen una proporción de clientes superior incluso a la de los grandes bancos nacionales.

En general, la clientela de Bancos y de Cajas parece ser bastante estable, pues los datos, salvo algunas fluctuaciones, son similares a los observados hace un año.



Cuadro 3.4.1.

**Clientela de Instituciones Financieras  
(En Porcentajes)**

( Tiene c/c o libreta en Banco o Caja )

	V-94	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95
Total Clientes	86	86	86	85	83	85	87	88	88	87	84	92
Edad :												
Menos de 30 años	83	82	80	79	77	74	81	82	83	81	78	85
30 a 49 años	88	88	87	86	88	89	89	88	90	90	85	93
50 a 64 años	85	87	88	88	83	83	87	81	90	86	88	94
65 y más años	89	86	87	88	81	91	91	89	90	88	86	96
Posición Social :												
Baja	85	84	85	81	78	84	86	85	87	85	84	90
Media	87	87	87	88	84	84	86	89	88	86	82	92
Alta	87	88	83	90	92	90	90	90	93	92	89	96
Status Socioeconómico Familiar:												
Alto, Medio alto	90	91	89	91	91	90	92	95	93	93	90	95
Medio	86	88	86	85	85	86	86	88	89	88	86	92
Medio bajo	86	81	84	82	75	81	86	82	84	81	77	90
Bajo	52	69	81	86	51	62	73	60	73	69	73	77



**Cuadro 3.4.2.**

**Clientela de Instituciones Bancarias  
(En Porcentajes)**

	V-94	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95
Total I.B.	28	33	30	30	30	30	31	30	31	29	31	31
Edad :												
Menos de 30 años	29	29	29	32	30	27	31	28	28	28	32	29
30 a 49 años	30	41	31	33	32	33	32	32	35	31	35	35
50 a 64 años	29	29	30	24	30	36	32	32	34	28	30	33
65 y más años	24	26	29	28	24	20	27	29	24	26	21	23
Posición Social :												
Baja	23	26	28	25	25	24	26	27	23	24	24	22
Media	32	34	31	31	30	32	33	30	35	30	34	34
Alta	33	46	33	40	41	40	40	39	40	39	39	47
Status Socioeconómico Familiar:												
Alto, Medio alto	40	48	43	43	40	42	41	37	42	37	44	46
Medio	27	30	29	30	31	28	31	30	30	29	30	30
Medio bajo	23	28	24	18	19	24	22	27	23	24	20	23
Bajo	16	13	22	27	-	20	36	17	6	10	23	15
Clientes de:												
Bancos	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Cajas	14	14	12	13	14	15	14	13	13	13	14	22



Cuadro 3.4.3.

**Clientela de Cajas de Ahorro  
(En Porcentajes)**

	V-94	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95
Total C.A.	83	79	79	80	81	82	81	80	80	82	80	78
Edad :												
Menos de 30 años	81	78	82	79	79	84	81	82	81	83	81	71
30 a 49 años	84	74	78	79	81	82	22	78	80	81	78	80
50 a 64 años	83	78	78	84	82	77	77	81	76	82	80	76
65 y más años	85	87	79	80	85	87	81	80	83	83	84	86
Posición Social :												
Baja	86	81	82	83	85	84	82	82	84	83	82	80
Media	81	78	77	81	81	83	80	80	77	82	78	76
Alta	82	69	78	74	74	77	78	74	76	79	79	77
Status Socioeconómico Familiar:												
Alto, Medio alto	78	70	72	74	76	83	79	78	76	80	80	76
Medio	84	80	81	80	82	81	80	80	79	82	78	78
Medio bajo	85	80	81	88	85	84	85	82	85	83	85	80
Bajo	84	87	78	76	100	93	68	83	94	90	82	69
Clientes de:												
Bancos	41	33	30	34	38	41	38	34	35	37	35	55
Cajas	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100



**Cuadro 3.4.4.**

**Clientela de Instituciones Financieras por Institución (\*)**

INSTITUCION FINANCIERA	% que Tienen c/c o Libreta en Bancos y Cajas de Ahorro											
	V-94	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95
Base: Tiene C/C o Libreta	(1.051)	(1.052)	(1.034)	(1.031)	(1.006)	(1.032)	(1.052)	(1.064)	(1.068)	(1.055)	(1.018)	(1.112)
Santander	4,0%	4,4%	2,8%	4,1%	5,6%	4,6%	4,5%	4,0%	2,9%	3,6%	4,5%	3,5%
Popular	2,1	1,2	2,2	2,2	1,3	2,2	1,4	1,0	1,3	1,4	1,1	1,7
Banesto	4,3	7,4	5,5	3,8	4,1	4,5	4,8	4,1	5,5	4,5	5,0	5,7
Bilbao-Vizcaya	7,5	8,6	7,2	7,0	8,3	7,0	7,2	7,2	8,3	7,1	8,5	8,2
Central/Hispano	5,0	7,4	6,8	6,4	6,4	6,6	7,2	8,5	6,7	7,6	6,2	7,3
Exterior/Argentaria	0,8	1,0	1,1	2,2	2,3	1,6	2,3	2,2	1,7	1,0	2,1	1,6
Otros Bancos	6,5	6,8	7,8	7,1	5,1	5,9	6,9	6,4	7,0	6,4	6,6	7,6
Caja de Madrid	9,9	8,9	8,6	11,5	10,3	9,6	11,2	10,6	9,3	12,3	9,8	8,7
Caixa	13,5	12,9	13,1	12,1	12,2	12,7	12,1	11,7	11,9	11,3	11,6	10,2
Caja de Cataluña	1,9	2,0	1,5	2,4	2,5	1,5	2,3	1,1	2,3	2,1	2,9	3,3
Caja de Galicia	3,9	2,6	2,9	2,0	3,5	2,8	3,0	3,0	2,9	2,6	2,9	3,5
Ibercaja	4,4	3,4	3,6	2,6	4,1	4,3	3,6	3,9	3,1	3,5	3,0	3,0
Cajas de Ahorros (Otras)	52,3	51,5	51,0	52,5	50,5	54,3	51,9	51,9	52,5	53,5	51,6	52,9

(\*) Los porcentajes de clientes de instituciones financieras suman más de cien porque, lógicamente, cada entrevistado podía citar ser cliente de más de un banco o caja.

## 4. Actitudes y Comportamientos Políticos

### 4.1. DIMENSIONES IDEOLÓGICAS BÁSICAS

La experiencia derivada de diversas investigaciones pasadas ha aconsejado referirse a algunas actitudes básicas que puedan ayudar a comprender mejor las actitudes y comportamientos políticos específicos de los españoles. Así, como dimensiones ideológicas básicas se consideran la ideología, la religiosidad, el sentimiento nacionalista, el recuerdo de voto y el postmaterialismo.

Los datos que a continuación se analizan ponen de relieve que la mayoría de los españoles dicen ser de izquierdas, tienen un nivel de práctica religiosa baja, se sienten tan nacionalistas como españoles, dicen haber votado al PSOE en las últimas elecciones generales y son materialistas.

Se ha comprobado que el autoposicionamiento ideológico de los propios entrevistados constituye una de las variables explicativas más útiles para describir e interpretar las diferencias de actitudes y comportamientos políticos. Su relación con la intención de voto es tan grande que utilizar las dos como variables explicativo-predictivas sería incluso redundante.

Se ha utilizado una escala de auto-posicionamiento ideológico de siete puntos, en la que el 1 corresponde a la extrema izquierda y el 7 a la extrema derecha, con posiciones intermedias de izquierda (2), centro- izquierda (3), centro (4), centro-derecha (5) y derecha (6). La distribución que se muestra en el Cuadro 4.1.1. es semejante a la obtenida por diferentes investigaciones en estos últimos años, que evidencian un claro auto-posicionamiento de los españoles en la izquierda.

La distribución global entre izquierda, centro y derecha, habitualmente ha mostrado que la izquierda tiene un peso generalmente doble que la derecha, y algo superior también a la suma del centro y de la derecha. Respecto al último sondeo, se observan unos resultados similares, lo que pone de manifiesto una vez más la gran estabilidad de este indicador.

Los datos sobre autoposicionamiento ideológico (sumando en una las tres posiciones de izquierda y en otra las tres de derecha) según diversas características del electorado pueden resumirse así:

1. La proporción de entrevistados que se autoposicionan en la izquierda es mayoritaria (en términos relativos) en casi todos los segmentos de la población, excepto entre los de alta práctica religiosa y los votantes del PP (que se posicionan sobre todo en la derecha), y entre los votantes del CDS (posicionados en mayor medida en el centro).
2. La proporción de los que se sitúan en la izquierda es incluso superior a la suma de quienes lo hacen conjuntamente en el centro y la derecha en todos los segmentos de la población, excepto entre los mismos segmentos ya mencionados y los compuestos por personas de alto status socioeconómico, práctica religiosa media, más españolistas que nacionalistas, votantes a partidos nacionalistas de centro y derecha y los que dicen que no votarán, así como los clientes de bancos.
3. El "izquierdismo" parece estar negativamente relacionado con la práctica religiosa, pero está positivamente relacionado con la posición social. En otras palabras, las minorías sociales que constituyen el "centro social" prefieren considerarse preferentemente "de izquierdas", o lo que es igual, ser de "izquierdas" sigue estando de moda, y difícilmente se podrá cambiar esta tendencia mientras perdure esta relación.

4. Además, los votantes del PP se posicionan fundamentalmente en la derecha; los del CDS en el centro; los del PSOE, IU y los nacionalistas de izquierda, y de centro y derecha, así como los votantes a otros partidos en la izquierda; y los que dicen que no-votarán, no saben o no contestan, muestran pautas menos definidas, entre otras cosas porque una proporción importante tampoco contesta su ubicación ideológica.

Otra segunda variable que se ha probado como de gran utilidad discriminatoria es la práctica religiosa, tal y como se autodefine el propio entrevistado. Diferentes investigaciones han demostrado que la autocalificación que el propio individuo hace de su práctica religiosa es más útil como variable explicativo-predictiva que cualquier otro indicador objetivo, especialmente respecto a todos los indicadores de actitudes y comportamientos políticos.

Es evidente que la inmensa mayoría de los españoles siguen considerándose católicos, aunque muchos de ellos se consideren no practicantes. Puesto que alrededor de un 90% de los entrevistados se define habitualmente como católico, ha sido necesario buscar otro indicador, de práctica religiosa, que sirva para diferenciar a los entrevistados en este rasgo, sean o no católicos. Se observa así que, aunque alrededor de una quinta parte afirma tener una alta práctica religiosa, algo más de la mitad afirman que la suya es baja.

Se observa que el grupo de baja práctica religiosa es especialmente importante entre los de 18 a 49 años, los de posición social media y alta, y los que se autoubican en la izquierda. A juzgar por la clara relación negativa entre posición social y religiosidad, se podría concluir que la religión ha dejado de interesar a los que ocupan el "centro social".

Una tercera dimensión que, en el caso español, tiene especial importancia, es la que se refiere al sentimiento nacionalista/español, que constituye una dimensión diferente de la ideología izquierda/derecha antes mencionada. Las dimensiones nacionalista/español y derechas/izquierdas pueden estar relacionadas, pero es evidente que no son redundantes, como la evidencia empírica parece demostrar.

La identificación con alguna subcultura regional ha tenido siempre importancia en España, especialmente en el País Vasco, Cataluña, y en menor medida en Galicia, Andalucía, Canarias, etc.; en algunas otras regiones (Castilla-León, Castilla-La Mancha, Extremadura) el sentimiento nacionalista ha sido prácticamente inexistente. El proceso autonómico que ha acompañado a la transición democrática, sin embargo, ha hecho que todos los españoles tomen conciencia, en mayor o menor medida, de su identidad regional/nacionalista.

En el Cuadro 4.1.5. se comprueba que, mientras sólo entre un 5-9% de los entrevistados se sienten sólo identificados con su Comunidad Autónoma (se sienten sólo vascos, o andaluces, o gallegos, etc.), alrededor de un 20-25% se sienten sólo españoles. Tomando, sin embargo, en consideración a quienes se sienten más "nacionalistas" o más "españoles", se observa habitualmente que el españolismo supera claramente al nacionalismo.

Sin embargo, alrededor de la mitad de los españoles mayores de 18 años afirman generalmente considerarse tan vascos, gallegos, etc. como españoles.

Los datos demuestran que existen diferencias socio- económicas y políticas importantes entre quienes se consideran más "nacionalistas" o más "españoles", lo que demuestra que este indicador también tiene gran poder discriminador y, por consiguiente, debería tener asimismo gran poder explicativo-predictivo.

La relación entre posición social y status socioeconómico con "nacionalismo" sugiere que estas son cuestiones independientes entre sí, pero los "españolistas" predominan en las diferentes

categorías . Por otra parte, resulta cuando menos sorprendente que los de derecha se consideren en mayor proporción más españoles que nacionalistas, siendo así que es en la derecha donde hay más partidos y votantes " nacionalistas ". Sin embargo, en ningún segmento predomina claramente el nacionalismo sobre el españolismo, excepto entre los propios votantes a partidos nacionalistas y los que dicen que no votarán.

Se ha considerado oportuno incluir, como cuarto indicador ideológico, el comportamiento electoral en las últimas elecciones legislativas de junio de 1993 , tal y como los entrevistados lo recuerdan o dicen recordar. Diversas investigaciones han puesto de manifiesto que los individuos parecen "olvidar" haber votado a partidos que obtuvieron un mal resultado en las últimas elecciones y/o tienen mala imagen pública, y por el contrario parecen "apuntarse" a partidos que han obtenido buenos resultados electorales y/o tienen buena imagen.

Este mes se observa un recuerdo "deficiente", es decir, inferior a los resultados obtenidos en junio de 1993, entre los que dicen haber votado a todos los partidos, salvo en el caso de los que mencionan el recuerdo de voto al PSOE (que obtienen un recuerdo superior al real).

La importancia de este indicador de "recuerdo de voto" radica en que puede estar señalando las actuales orientaciones hacia los diferentes partidos políticos. Debe resaltarse, en este sentido, la gran semejanza de resultados de un estudio a otro, lo que parece demostrar que este indicador es muy estable, y que las diferencias respecto a los resultados reales no son en general producto de error muestral, sino de "errores" intencionados por parte de los entrevistados al contestar. La experiencia ha demostrado, además, que cuando un partido pierde imagen social, su recuerdo de voto suele ser inferior al real, y viceversa.

En el Cuadro 4.1.8. se ofrece, para cada partido, la diferencia (en puntos porcentuales y en porcentajes) entre los resultados reales de 1993 y el voto ahora recordado. Este mes se observa una fuerte infraestimación del recuerdo de voto hacia los partidos nacionalistas (-50% y -35%), hacia el PP (-35%), y hacia otros partidos (-28%), lo que puede deberse en parte a la pérdida de imagen de estos partidos después de varias elecciones con resultados negativos. Sin embargo, en el caso del CDS y del PSOE tiene un valor positivo (7% y 9%, respectivamente). El recuerdo de la abstención en las últimas elecciones está como siempre infraestimado (-18%), lo que es lógico, ya que está "mal visto" no votar, y por tanto se oculta esa falta de participación cívica, sobre todo en un período pre-electoral, como en el que nos encontramos.

Finalmente, debe señalarse el hecho de que el 16% de los entrevistados no contestaron lo que votaron en las últimas elecciones, lo que hace suponer que entre ellos están los que faltan como votantes de los diferentes partidos y de los no votantes.

En resumen, se observa que el índice de discrepancia entre el recuerdo de voto y el resultado real de 1993 ha sido del 18,9%, algo superior al de los últimos tres meses. Puesto que el sistema de muestreo es siempre el mismo, esta variación ha de atribuirse a posibles modificaciones en las intenciones de voto para las próximas elecciones autonómicas y locales.

Desde hace años, ASEP ha venido utilizando diferentes versiones de una escala para medir una dimensión actitudinal "latente", el post-materialismo , siguiendo la definición acuñada por el profesor Ronald Inglehart. Según su teoría, los individuos se preocupan sobre todo por satisfacer sus necesidades de seguridad personal y económicas, y sólo cuando esas necesidades están suficientemente garantizadas, se ocupan de otras necesidades más estéticas, de relación con los demás, de humanitarismo, etc. Así, según Inglehart, las diferentes sociedades se caracterizan por un predominio de actitudes más materialistas o más post-materialistas, según su grado de desarrollo.

Una vez validada la escala de materialismo/post-materialismo, se ha dividido en dos listas de items, que se presentan en los Cuadros 4.1.9. y 4.1.10., en donde los items postmaterialistas han sido señalados con \*. Se pidió a los entrevistados que seleccionasen el objetivo más importante (primero de cuatro, luego de ocho), que España debería esforzarse por alcanzar en los próximos diez años.

Como puede comprobarse, de la primera lista, los dos objetivos más mencionados en primer lugar, son los de mantener el orden en la nación y luchar contra la subida de precios, y al tomar en cuenta conjuntamente las dos primeras menciones del entrevistado dicho orden se altera. Ambos items, por comparación con los otros dos, pueden ser considerados como indicadores de materialismo.

Pero, en la segunda lista, los items más mencionados como deseables (en las tres menciones) son los de mantener una economía estable, luchar contra la delincuencia, proteger el medio ambiente y mantener un alto nivel de crecimiento económico. A causa del deterioro de la situación económica actual, la proporción que menciona la protección del medio ambiente entre los temas más prioritarios es muy inferior a la proporción que menciona el mantenimiento de una economía estable.

Así pues, de los cuatro objetivos más deseables tres forman parte este mes de los cuatro que serían indicadores de materialismo y sólo uno de los cuatro indica postmaterialismo. Sin embargo, si sólo se tiene en cuenta la primera mención, nuevamente los cuatro objetivos prioritarios son este mes el crecimiento económico, la estabilidad económica, dar a la gente mayores facilidades de participación y la lucha contra la delincuencia, lo que evidencia una recuperación de importancia de los indicadores económicos que posiblemente obedece a la prolongada crisis económica actual. El avanzar hacia una sociedad en la que las ideas sean más importantes que el dinero no parece ser deseable como objetivo prioritario.

Partiendo de estas respuestas se ha clasificado a los entrevistados en materialistas o post-materialistas, lo que ha permitido encontrar que alrededor de una tercera parte de los españoles pueden ser considerados como post-materialistas, mientras que el resto, posiblemente a causa de no tener suficientemente garantizadas todavía su seguridad personal y económica, pueden ser considerados como de orientación predominantemente materialista. El dato de este mes es casi idéntico al de meses precedentes y algo superior al de hace un año.

Se puede comprobar que esta variable está muy relacionada con la estructura social en el sentido esperado, de acuerdo con la teoría elaborada por Inglehart. Así, la proporción de post-materialistas es mayor entre los jóvenes (más abiertos a las nuevas ideas), y disminuye significativamente cuanto más alta es la edad. Además, la proporción de post-materialistas es mayor cuanto más alta es la posición social y el status socioeconómico, pero es menor entre los de derecha que entre los de centro e izquierda.



**Cuadro 4.1.1.**

**Autoposicionamiento Ideológico**

	V-94	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95
Extrema Izquierda	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%
Izquierda	26	25	25	20	21	25	23	27	28	27	25	27
Centro Izquierda	14	13	14	17	16	12	15	12	11	13	12	12
Centro	13	15	14	16	15	15	17	14	17	15	17	16
Centro Derecha	7	8	7	9	9	8	8	6	9	8	10	7
Derecha	9	10	10	7	7	11	8	9	9	11	7	11
Extrema Derecha	1	*	1	*	*	*	*	*	1	*	*	*
NS/NC	30	28	30	30	31	28	28	31	25	25	29	26
<b>Total</b>	<b>(1.223)</b>	<b>(1.221)</b>	<b>(1.208)</b>	<b>(1.212)</b>	<b>(1.212)</b>	<b>(1.210)</b>	<b>(1.210)</b>	<b>(1.215)</b>	<b>(1.211)</b>	<b>(1.219)</b>	<b>(1.213)</b>	<b>(1.213)</b>



**Cuadro 4.1.2.**

**Autoposicionamiento Ideológico, por Características Socioeconómicas.**

MAYO 1995	TOTAL	Izquierda	Centro	Derecha
TOTAL	(1213)	40%	16	18
Edad:				
18 a 29 años	(316)	40%	12	20
30 a 49 años	(413)	44%	17	15
50 a 64 años	(262)	36%	18	17
65 y más años	(222)	36%	16	20
Posición Social:				
Baja	(497)	39%	14	16
Media	(550)	38%	17	19
Alta	(167)	48%	16	20
Status Socioeconómico:				
Alto, Medio alto	(223)	44%	21	25
Medio	(676)	39%	15	17
Medio Bajo	(287)	38%	14	14
Bajo	(26)	43%	4	11
Nacionalismo:				
Más nacionalista	(246)	41%	15	15
Tan nac.como esp.	(604)	41%	17	17
Más españolista	(341)	36%	15	23
Práctica Religiosa:				
Alta	(252)	22%	18	35
Media	(259)	30%	22	19
Baja	(641)	49%	14	12
Intención de Voto:				
PP	(287)	5%	23	57
CDS	(10)	20%	80	-
PSOE	(287)	74%	8	1
IU	(128)	86%	3	1
Nacion. derecha	(46)	35%	22	17
Nacion. izquierda	(21)	72%	9	-
Otros, En blanco	(47)	41%	30	4
No votará	(102)	20%	19	7



No sabe	(201)	29%	13	10
No contesta	(84)	20%	20	14
Clientes de:				
Bancos	(402)	37%	17	22
Cajas	(945)	42%	16	17



**Cuadro 4.1.3.**

**Práctica Religiosa**

	V-94	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95
Alta	20%	22%	20%	20%	19%	21%	20%	21%	21%	20%	19%	21%
Media	22	24	19	24	24	22	18	20	20	22	19	21
Baja	55	51	58	53	54	54	58	56	57	55	59	53
NS/NC	3	2	3	2	3	3	4	3	2	2	4	5
Total	(1.223)	(1.221)	(1.208)	(1.212)	(1.212)	(1.210)	(1.210)	(1.215)	(1.211)	(1.219)	(1.213)	(1.213)



**Cuadro 4.1.4.**

**Práctica Religiosa, por Características Socioeconómicas.**

MAYO 1995	TOTAL	Alta	Media	Baja
TOTAL	(1213)	21%	21	53
Edad:				
18 a 29 años	(316)	10%	16	66
30 a 49 años	(413)	17%	22	55
50 a 64 años	(262)	25%	25	47
65 y más años	(222)	37%	25	35
Posición Social:				
Baja	(497)	28%	25	44
Media	(550)	16%	20	59
Alta	(167)	13%	16	61
Ideología:				
Izquierda	(483)	11%	16	65
Centro	(192)	23%	30	46
Derecha	(219)	40%	23	35
Status Socioeconómico:				
Alto, Medio alto	(223)	17%	21	56
Medio	(676)	22%	21	53
Medio Bajo	(287)	22%	21	50
Bajo	(26)	19%	31	39
Clientes de:				
Bancos	(402)	21%	23	51
Cajas	(945)	21%	21	53



**Cuadro 4.1.5.**

**Sentimiento Nacionalista-Español**

	V-94	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95
Sólo Nacionalista	9%	6%	6%	7%	5%	7%	6%	5%	6%	6%	5%	7%
Más Nacio. que español	13	13	13	10	13	14	12	15	14	14	12	14
Tan Nacio. como español	47	46	49	47	50	45	50	49	47	48	52	50
Más espa. que Nacion.	8	10	9	9	7	8	10	7	8	8	8	8
Sólo se siente español	21	23	20	24	23	24	20	23	23	22	21	20
NS/NC	2	2	3	3	2	2	1	2	2	2	1	2
<b>Total</b>	<b>(1.223)</b>	<b>(1.221)</b>	<b>(1.208)</b>	<b>(1.212)</b>	<b>(1.212)</b>	<b>(1.210)</b>	<b>(1.210)</b>	<b>(1.215)</b>	<b>(1.211)</b>	<b>(1.219)</b>	<b>(1.213)</b>	<b>(1.213)</b>



**Cuadro 4.1.6.**

**Sentimiento Nacionalista-Español, por Características Socioeconómicas.**

MAYO 1995	TOTAL	Más Nacionalista	Igual	Más Español
TOTAL	(1213)	20%	50	28
Edad:				
18 a 29 años	(316)	26%	46	26
30 a 49 años	(413)	19%	49	29
50 a 64 años	(262)	13%	57	28
65 y más años	(222)	23%	48	29
Posición Social:				
Baja	(497)	21%	53	25
Media	(550)	19%	50	30
Alta	(167)	22%	41	32
Ideología:				
Izquierda	(483)	21%	52	25
Centro	(192)	20%	52	27
Derecha	(219)	16%	46	36
Status Socioeconómico:				
Alto, Medio alto	(223)	27%	41	30
Medio	(676)	19%	51	29
Medio Bajo	(287)	19%	54	25
Bajo	(26)	12%	62	27
Intención de Voto:				
PP	(287)	14%	48	37
CDS	(10)	-%	40	60
PSOE	(287)	16%	60	24
IU	(128)	17%	52	28
Nacion. derecha	(46)	59%	30	11
Nacion. izquierda	(21)	62%	29	5
Otros, En blanco	(47)	26%	38	30
No votara	(102)	25%	48	19
No sabe	(201)	21%	50	28
No contesta	(84)	21%	44	32
Clientes de:				
Bancos	(402)	19%	49	29
Cajas	(945)	20%	49	29



Cuadro 4.1.7.

Partido Votado en las Elecciones Generales de 1993  
(Recuerdo de Voto)

	Resultados Reales de 1993	V-94	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95
PP	26,7%	15,0%	20,4%	18,2%	19,6%	19,5%	19,4%	18,0%	16,1%	18,3%	19,6%	18,1%	17,3%
CDS	1,4	1,7	1,4	1,0	0,7	1,0	0,5	0,9	1,3	1,0	1,2	1,6	1,3
PSOE	29,7	34,8	28,5	26,4	24,3	25,1	27,2	30,8	28,7	28,7	31,3	29,6	32,4
IU	7,4	8,3	7,8	9,7	10,4	8,1	9,3	7,5	9,5	10,4	9,8	8,0	7,2
Nacionalistas Dcha.	6,8	5,6	6,1	5,6	4,8	5,4	4,4	4,5	5,1	5,4	4,7	4,8	3,4
Nacionalistas Izq.	1,7	1,5	2,0	1,2	1,2	2,0	0,7	1,7	1,8	1,2	1,5	1,1	1,1
Otros	3,6	1,7	1,2	1,2	1,2	1,5	1,4	1,2	1,0	1,0	1,0	2,0	2,6
No Votó	22,7	15,5	14,4	18,4	19,8	21,0	19,6	19,8	18,7	18,4	18,2	20,0	18,5
NS/NC	-	15,9	18,2	18,3	18,0	16,4	17,5	15,6	17,8	15,6	12,7	14,8	16,2
	(28.975.743)	(1.223)	(1.221)	(1.208)	(1.212)	(1.212)	(1.210)	(1.210)	(1.215)	(1.211)	(1.219)	(1.213)	(1.213)



**Cuadro 4.1.8.**

**Diferencias entre el Recuerdo de Voto y  
los Resultados Electorales de 1993**

	V-94	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95
Diferencias en puntos												
Porcentuales:												
PP	- 11,7	- 6,3	- 8,5	- 7,1	- 7,2	- 7,3	- 8,7	-10,6	- 8,4	- 7,1	- 8,6	- 9,4
CDS	+ 0,3	0,0	- 0,4	- 0,7	- 0,4	- 0,9	- 0,5	- 0,1	- 0,4	- 0,2	+ 0,2	- 0,1
PSOE	+ 5,1	- 1,2	- 3,3	- 5,4	- 4,6	- 2,5	+ 1,1	- 1,0	- 1,0	+ 1,6	- 0,1	+ 2,7
IU	+ 0,9	+ 0,4	+ 2,3	+ 3,0	+ 0,7	+ 1,9	+ 0,1	+ 2,1	+ 3,0	+ 2,4	+ 0,6	- 0,2
Nacionalistas Dcha.	- 1,2	- 0,7	- 1,2	- 2,0	- 1,4	- 2,4	- 2,3	- 1,7	- 1,4	- 2,1	- 2,0	- 3,4
Nacionalistas Izq.	- 0,2	+ 0,3	- 0,5	- 0,5	+ 0,3	- 1,0	0,0	+ 0,1	- 0,5	- 0,2	- 0,6	- 0,6
Otros	- 1,9	- 2,4	- 2,4	- 2,4	- 2,1	- 2,2	- 2,4	- 2,6	- 2,6	- 2,6	- 1,6	- 1,0
No Votó	- 7,2	- 8,3	- 4,3	- 2,9	- 1,7	- 3,1	- 2,9	- 4,0	- 4,3	- 4,5	- 2,7	- 4,2
NS/NC	+ 15,9	+18,2	+18,3	+18,0	+16,4	+17,5	+15,6	+17,8	+15,6	+12,7	+14,8	+16,2
Índice de Discrepancia	22,2	18,9	20,6	21,0	17,4	19,4	16,8	20,0	18,6	16,7	15,6	18,9
Diferencias en porcentajes respecto a 1993:												
PP	- 44	-24	-32	-27	-27	-27	-32	-40	-31	-27	-32	-35
CDS	+ 21	0	-28	-50	-29	-64	-36	- 7	-29	-14	+14	+ 7
PSOE	+ 17	- 4	-11	-18	-15	- 8	+ 4	- 3	- 3	+ 5	- 0,3	+ 9
IU	+ 12	+18	+31	+40	+ 9	+25	+ 1	+28	+40	+32	+ 8	- 3
Nacionalistas Dcha.	- 18	-10	-18	-29	-20	-35	-34	-25	-20	-31	-29	-50
Nacionalistas Izq.	- 12	+18	-29	-29	+18	-59	0	+ 6	-29	-12	-35	-35
Otros	- 53	-67	-67	-67	-58	-61	-67	-72	-72	-72	-44	-28
No Votó	- 32	-37	-19	-13	- 7	-14	-13	-18	-19	-20	-12	-18



**Cuadro 4.1.9.**

**Objetivo más Importante que España debería Esforzarse  
por Conseguir en los Próximos Diez Años**

MAYO 1995 1ª Lista de Objetivos	1ª Mención	1ª y 2ª Mención	Ultima Mención
- Mantener el orden en la nación.....	42%	61%	12%
* - Dar a la gente más posi- bilidades para que parti- cipe en las decisiones importantes gubernamenta- les o políticas.....	18	40	21
- Luchar contra la subida de los precios.....	25	60	13
* - Proteger la libertad de expresión.....	12	33	19
- Ninguno.....	1	1	19
- NS/NC.....	2	2	15
Total	(1.213)	(1.213)	(1.213)



Cuadro 4.1.10.

**Objetivo más Importante que España debería Esforzarse  
por Conseguir en los Próximos Diez Años**

MAYO 1995 2ª Lista de Objetivos	1ª Mención	1ª, 2ª y 3ª Mención	Penúltima o Última Mención
- Mantener un alto nivel de crecimiento económico.....	28%	46%	16%
- Tener unas Fuerzas Armadas capaces de garantizar la defensa de España.....	6	18	34
*- Dar a la gente mayores facilidades para que participe en las decisiones importantes que tengan que ver con su trabajo o la comunidad en la que viven.....	15	42	15
*- Proteger el medio ambiente..	9	46	11
- Mantener una economía estable.....	18	54	9
- Luchar contra la delincuencia.....	13	48	14
*- Avanzar hacia una sociedad menos impersonal y más humana.....	6	22	20
*- Avanzar hacia una sociedad en la que las ideas sean más importantes que el dinero...	3	13	22
- Ninguno.....	*	1	16
- NS/NC.....	2	2	12
Total	(1.213)	(1.213)	(1.213)



**Cuadro 4.1.11.**

**Porcentaje de Post-Materialistas,  
según Características Socioeconómicas**

	V-94	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95
Total PM	28	29	36	32	28	32	30	32	30	31	31	32
Edad												
18 a 29 años	43	39	47	42	42	42	40	45	40	43	44	46
30 a 49 años	30	36	43	35	31	28	33	35	34	34	33	36
50 a 64 años	17	21	25	27	20	26	24	22	22	28	21	23
65 y más años	16	12	20	18	12	16	20	20	18	13	18	16
Posición Social												
Baja	20	19	29	22	21	21	24	24	24	25	26	23
Media	32	35	39	36	33	40	32	35	31	33	32	34
Alta	41	43	50	50	33	41	45	45	47	46	37	50
Ideología												
Izquierda	36	38	42	44	36	37	34	37	38	38	36	38
Centro	27	27	33	33	26	32	34	36	32	25	36	31
Derecha	18	21	35	24	23	27	20	23	24	24	29	26
Status Socioeconómico												
Familiar												
Alto, Medio alto	35	44	49	43	39	40	43	51	40	39	34	48
Medio	30	30	38	33	29	33	30	31	32	32	34	31
Medio bajo	21	16	24	21	18	25	23	21	18	23	21	24
Bajo	12	19	32	26	14	21	30	20	23	21	30	15
Clientes de												
Bancos	31	28	39	33	31	37	30	32	34	30	30	35
Cajas	28	30	36	33	28	33	31	33	30	32	31	32

## 4.2. IMAGEN DE INSTITUCIONES Y GRUPOS SOCIALES

En este capítulo se analiza la imagen social de diferentes instituciones mediante tres indicadores básicos, se determina la satisfacción con dos instituciones clave (la democracia y el Gobierno), y se evalúa la acción del Gobierno en seis áreas concretas.

De los datos de este mes cabe resaltar que La Corona es la institución mejor valorada por los españoles. Por otra parte, hay que resaltar que la satisfacción con el funcionamiento de la democracia ha ascendido muy ligeramente, situándose cinco puntos por encima del nivel de equilibrio. Asimismo, la satisfacción con el Gobierno sigue siendo negativa, y aunque su valor se encuentra algo por encima del nivel del mes pasado, continúa mostrando una profunda insatisfacción. El área de actuación del Gobierno mejor valorada es, como viene siendo habitual, la política de obras públicas, aunque han descendido algo las valoraciones en algunas de las políticas gubernamentales, principalmente de la política internacional (conflictos pesqueros con Canadá y Marruecos), y política de lucha contra el terrorismo, pero mejora muy ligeramente la valoración de la política económica. Por lo tanto, continúan observándose unas opiniones muy críticas hacia el Gobierno, indudablemente atribuibles al confuso clima político y a la difícil recuperación económica habituales en estos últimos meses.

La imagen pública es un concepto que se utiliza aquí para referirse a la actitud, positiva o negativa, que la opinión pública tiene en un momento determinado respecto a diferentes "objetos" sociales (individuos, grupos, instituciones, etc.), y que está, o puede estar, basada en un conjunto de elementos objetivos y subjetivos de los que los propios individuos pueden no ser conscientes.

Todas las teorías sobre la formación y el cambio de actitudes sociales han puesto de relieve que, para que pueda haber evaluación de un "objeto" social, es condición indispensable que previamente exista información (conocimiento), sobre la existencia de dicho "objeto". En el Cuadro 4.2.1. se aprecia que el conocimiento de las instituciones incluidas este mes es unánimemente alto.

A partir de la existencia de ese conocimiento, el proceso puede ser doble: o bien el sujeto reflexiona sobre ese conocimiento del "objeto" y forma su juicio (evaluación) sobre el objeto; o bien acepta sin reflexionar la evaluación que, junto con el conocimiento mismo, haya recibido de la fuente emisora (informadora). En cualquiera de los dos casos, sin embargo, el grado de conocimiento y la valoración que la opinión pública tenga sobre un "objeto" social concreto son dimensiones diferentes que no pueden ni deben confundirse.

Pero además, las valoraciones (evaluaciones) de diferentes sujetos sobre un mismo "objeto" pueden ser muy diferentes o muy similares entre sí, independientemente de que la valoración promedio, para ese conjunto de sujetos, sea alta o baja. Por ello, una tercera dimensión de la imagen es el grado de dispersión opinática que exista en su evaluación por la opinión pública, y que es relativamente independiente de las otras dos.

La imagen que diferentes instituciones y grupos sociales tienen ante la opinión pública se ha medido, por tanto, en función de tres indicadores: el grado de conocimiento, la valoración promedio y la dispersión opinática.

El grado de conocimiento de la institución o grupo se mide aquí por el porcentaje de entrevistados que opinan sobre ellos (sobreentendiendo que quienes no les valoran es que, o no les conocen en absoluto, o no les conocen lo suficiente como para opinar). La valoración se mide mediante la media aritmética ( $\bar{x}$ ) de puntuaciones, entre 0 y 10 (siendo 0 la peor

calificación y 10 la mejor), asignadas por los entrevistados a cada institución o grupo social. Y la dispersión opinática (o grado de controversia respecto a su imagen) se mide por la desviación standard (s) como porcentaje respecto a la media aritmética.

En este sondeo se ha preguntado por la imagen de siete instituciones o grupos sociales: El Congreso de los Diputados, la Guardia Civil, ETA, las Fuerzas Armadas, los Bancos, el Gobierno de la Nación y la Corona.

En los Cuadros 4.2.2. a 4.2.4. se ofrecen los datos para estas siete instituciones en los tres indicadores de imagen, junto con los datos de éstas y otras instituciones en los once meses anteriores, para poder comprobar su estabilidad (y por tanto su fiabilidad), ya que se pueden comparar los datos de varias instituciones en diferentes meses. En función de estos resultados pueden hacerse las siguientes consideraciones:

1. El porcentaje de españoles que opinan sobre las diferentes instituciones es en general bastante alto, superior al 85% en la mayoría de los casos, lo cual es un buen indicador de integración política e identificación con el sistema, ya que significa que más de tres cuartas partes de los españoles se sienten suficientemente capacitados e interesados como para opinar sobre las instituciones y grupos políticos y sociales fundamentales. Concretamente, y respecto a las siete instituciones incluidas este mes, opinan el 83% y más de los entrevistados sobre todas ellas.

En el caso de las cuatro instituciones fijas se comprueba que la proporción de los que opinan es habitualmente superior al 85%.

2. La valoración de las instituciones citadas es también, en general, bastante aceptable, puesto que, si se utiliza 6,0 puntos como límite diferenciador entre una valoración alta o media, y 4,5 como límite entre una valoración media y baja, se comprueba que sólo los Sindicatos, las Organizaciones Empresariales, los Tribunales de Justicia, la OTAN, el Congreso de los Diputados, el Senado, el Gobierno de la Nación, los Partidos Políticos, los Políticos y ETA tienen una valoración realmente baja, inferior a 4,5 puntos, según los datos de los últimos meses.

Debe resaltarse que este mes el Gobierno obtiene una valoración de 4,0 puntos, lo que supone un cierto incremento respecto a la última valoración. En la valoración de las otras instituciones fijas se observa también cierta mejora respecto a su valoración del pasado mes, siendo las Fuerzas Armadas la institución cuya valoración aumenta más. Además, la Corona sigue recibiendo una valoración promedio muy por encima de todas las demás instituciones fijas (7,5 puntos); y nuevamente este mes las FAS están mejor valoradas que el Gobierno y que los Bancos (6,2 puntos).

Por lo que respecta a las instituciones no fijas, debe resaltarse la notable estabilidad experimentada por dos de las tres incluidas este mes respecto a hace un año (el Congreso de los Diputados y ETA) y el incremento de valoración de la Guardia Civil.

El orden de valoraciones este mes ha sido: La Corona (7,5), la Guardia Civil (6,6), las Fuerzas Armadas (6,2), los Bancos (4,8), el Congreso de los Diputados (4,3), el Gobierno de la Nación (4,0) y ETA (0,2).

3. En cuanto a la diversidad opinática, y tomando el 65% de desviación respecto a la valoración media como límite entre un grado de controversia alto o medio, y 50% como límite entre un grado de controversia medio y bajo, resulta que pocas instituciones tienen una imagen realmente controvertida. El Gobierno de la Nación, los Partidos Políticos, los

Políticos, y sobre todo ETA, obtienen un grado de controversia del 75% o superior, según los datos de los últimos meses.

Dejando aparte el extraordinario alto nivel de dispersión opinática de ETA (492%), el Gobierno de la Nación es la institución o grupo que tiene una imagen más controvertida este mes (72%). Le siguen con grados inferiores de controversia el Congreso de los Diputados (62%), los Bancos (48%), las Fuerzas Armadas (45%), la Guardia Civil (43%) y la Corona (37%), que como es habitual tiene una imagen muy poco controvertida.

Los datos relativos a los tres indicadores de imagen demuestran que, aun estando relacionados entre sí, constituyen tres dimensiones de la imagen diferentes.

Así, en los Cuadros 4.2.5. a 4.2.7. se han clasificado las instituciones tomando las dimensiones de dos en dos, lo que permite interrelacionar los tres indicadores de imagen de forma muy gráfica.

En cuanto a las diferencias de valoración asignadas a las instituciones y grupos sociales incluidas en este sondeo por los diferentes segmentos de la población, cabe subrayar varios aspectos:

- En primer lugar, ya se ha señalado la alta valoración de la Corona, lo que supone una aceptación y respaldo social fuera de toda duda. Este mes, la Corona es la institución mejor valorada y recibe la valoración más elevada en todos los segmentos sociales.
- Por otra parte, la edad tiene cierta relación con la valoración de instituciones y grupos, aunque esa relación no es siempre igual. En efecto, se observa que, en líneas generales, cuanto más alta es la edad, mayor es la valoración promedio asignada a casi todas las instituciones, aunque en algunos casos puedan observarse fluctuaciones, como sucede con los Bancos, que no guardan una relación clara este mes.
- La posición social también parece constituir un buen instrumento explicativo predictivo. En efecto, se observa una pauta bastante regular en el sentido de que la valoración suele ser más baja cuanto más alta es la posición social. En general, por tanto, el "centro social" es más crítico que la "periferia" respecto a la valoración de instituciones y grupos sociales. Del mismo modo, las personas de inferior status socioeconómico (bajo o medio bajo) son quienes mejor valoran a casi todas las instituciones (con excepción del Congreso de los Diputados).
- La ideología ofrece pautas muy dispares para las diferentes instituciones, lo que significa que esta variable, al ser más ideológica, lleva a los entrevistados a discriminar más minuciosamente entre institución e institución. Así, se observa que la valoración del Gobierno y del Congreso de los Diputados es mayor entre los de izquierda, mientras que la Guardia Civil, las Fuerzas Armadas y la Corona son mejor valoradas entre los de derecha.

En los Cuadros 4.2.9. a 4.2.11. se han ordenado las treinta y una instituciones y grupos sociales por los que se ha preguntado desde mayo de 1.994, en cada una de las tres dimensiones de la imagen, de mayor a menor grado de notoriedad, de mayor a menor valoración, y de menor a mayor grado de desviación opinática (imagen controvertida).

Todos los meses se incluyen las diferentes instituciones por las que se pregunta, de forma que siempre se obtienen tres rankings acumulados de doce sondeos, lo que permite tener una visión más amplia de la imagen que los españoles tienen de las diferentes instituciones y grupos sociales a lo largo de un año. Los rankings no parecen requerir mayor explicación, pero cabe señalar que la Cruz Roja, Cáritas, la ONCE y la Corona son las Instituciones más valoradas de

todas las aquí incluidas , (habiéndose ratificado una vez más este mes) y que ETA ocupa el último lugar. El Gobierno de la Nación ocupa el lugar 28, de 31, en el ranking de valoración.

Puesto que habitualmente se ha utilizado un índice para medir el grado de satisfacción con el Gobierno, y teniendo en cuenta que es frecuente oír que la insatisfacción con el Gobierno representa insatisfacción con la democracia, o que la crítica al Gobierno es una crítica a la democracia, se inició en octubre de 1.988 la elaboración de un índice de satisfacción con el funcionamiento de la Democracia , para comprobar hasta qué punto estas suposiciones eran o no ciertas.

Se observa que algo más de cuatro de cada diez entrevistados se sienten satisfechos o muy satisfechos con el funcionamiento de la democracia en España, pero un 38% se consideran este mes insatisfechos o muy insatisfechos, mientras que el resto es indiferente o no opina sobre esta cuestión. En resumen, el índice que calcula la diferencia entre las dos posturas extremas se encuentra prácticamente en el límite entre la satisfacción y la insatisfacción, siendo este mes muy ligeramente positivo, aunque algo más que el mes pasado. Además, la satisfacción con la democracia parece ser una cuestión poco controvertida.

Puesto que ya se examinó la relación entre este Índice y los otros indicadores del Sistema, sólo se presentan algunas otras especificaciones interesantes. Así, se comprueba que este mes los menores de 30 años, los de posición social media, y los de ideología de derecha son los segmentos que se muestran más insatisfechos con el funcionamiento de la democracia. En general, se puede observar que el grado de satisfacción es mayor entre los mayores de 65 años y los de izquierda.

Siendo conscientes de que los entrevistados pueden estar más o menos de acuerdo o en desacuerdo con medidas gubernamentales concretas , y sin embargo tener una actitud general de satisfacción o insatisfacción con el Gobierno , se preguntó específicamente a los entrevistados su grado de satisfacción general con éste.

El ISG asciende otra vez este mes en relación con los registrados en meses anteriores, pero continúa en un nivel bajo, lo que evidencia una muy intensa insatisfacción.

Este mes el 27% de los españoles están satisfechos (en mayor o menor medida) con la labor que realiza el Gobierno, pero el 56% están insatisfechos. Así, el índice obtenido este mes (71), es muy negativo, e indica la insatisfacción con la labor del Gobierno entre los españoles.

Al analizar el Sistema de Indicadores ya se comentó la relación entre este Índice y otros, especialmente los de post-materialismo, satisfacción con la democracia, etc.

Aparte de esas relaciones, cabe resaltar que casi todos los segmentos se muestran de nuevo insatisfechos con el Gobierno este mes, incluso (otra vez) las personas de izquierda, excepto los de status socioeconómico bajo y los mayores de 65 años.

En general, la insatisfacción con el Gobierno suele ser mayor cuanto menor es la edad, cuanto más alta es la posición social y el status socioeconómico, y cuanto más a la derecha se autoposiciona ideológicamente el entrevistado.

Además de la satisfacción general con el Gobierno, se ha evaluado la percepción que tienen los españoles sobre la actuación del Gobierno en seis áreas concretas (política económica, lucha contra el terrorismo, política internacional, lucha contra la droga y la delincuencia, política de obras públicas y transportes, y política de servicios sociales), indicador que se incluyó por vez primera en septiembre de 1992.

Se pidió a los entrevistados que valorasen cada una de estas políticas en una escala de 0 a 10 puntos en la que el 0 significa que el Gobierno lo está haciendo muy mal y el 10 muy bien. El primer dato que conviene resaltar es que la gran mayoría de los encuestados dieron una valoración a cada área concreta de actuación, lo que demuestra una notable implicación política, y sólo sobre la política internacional se detecta cierto menor conocimiento (83%), aunque también es elevado.

Este mes de mayo se observa, en general, una valoración ligeramente superior en la política de obras públicas y transporte, pero todas las políticas por las que se ha preguntado tienen igual valoración o descienden respecto al mes pasado, excepto la política económica, que siendo la peor valorada, aumenta algo. Destaca una vez más la política de obras públicas y transportes como el área que recibe una mejor valoración media, ya que registra una valoración de 5,1 puntos, seguida a muy corta distancia por la política de servicios sociales (4,5 puntos). Las demás áreas reciben valoraciones medias inferiores y por lo tanto son peor valoradas: lucha contra la droga y la delincuencia (4,0), lucha contra el terrorismo (3,9), la política internacional (3,8), y en último lugar, como ya viene siendo habitual, y a mucha mayor distancia, la política económica (3,2).

Las áreas peor valoradas son las que suscitan mayor controversia de opiniones, y la controversia es bastante menor para las áreas mejor valoradas.

En casi todos los segmentos sociales las mejores valoraciones las recibe la política de obras públicas, y las peores corresponden a la política económica. Sólo los de status socioeconómico bajo valoran mejor la política de servicios sociales que la de obras públicas.

En general, las seis áreas son mejor valoradas por los encuestados de más edad, los de más baja posición social y los de izquierda. Lógicamente, quienes se muestran satisfechos con la labor del Gobierno valoran mejor la actuación de éste en las distintas áreas. En general, parece mantenerse la insatisfacción generalizada que se comenzó a detectar en enero de 1.992 en relación con la situación sociopolítica y económica del país, atenuada en los períodos electorales de 1993 y 1994 y antes de las vacaciones, y que volvió a resurgir tras ambas elecciones y tras los períodos vacacionales.



**Cuadro 4.2.1.**

**Conocimiento de Instituciones y Grupos Sociales  
(% que conocen)**

	V-94	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95
- Fuerzas Armadas	99	99	99	99	99	99	98	100	98	99	99	100
- Bancos	99	99	99	99	99	99	98	99	98	98	99	100
- Gobierno de la Nación	100	99	99	99	100	100	99	100	99	100	100	100
- La Corona	100	100	100	99	100	100	99	100	99	99	100	100
- La Policía Nacional	-	-	-	-	100	-	-	100	-	-	-	-
- La Unión Europea	-	-	-	-	-	-	-	-	-	92	-	-
- Congreso de los Diputados	97	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	98
- Partidos Políticos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	98	-
- Los Sindicatos	-	-	98	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- OTAN	-	-	-	-	-	-	-	-	-	92	-	-
- Las Organizaciones Empresariales	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	92	-
- Guardia Civil	100	-	-	-	100	-	-	-	-	-	-	100
- ETA	100	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	100
- El Senado	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	94	-
- Los Tribunales de Justicia	-	-	-	-	98	-	-	-	-	-	-	-
- Los Funcionarios	-	-	-	-	-	98	-	-	-	-	-	-
- Los Políticos	-	-	-	-	-	99	-	-	-	-	-	-
- Los Jueces	-	-	-	-	-	-	-	99	97	-	-	-
- La Cruz Roja	-	100	-	-	-	99	-	-	-	-	-	-
- ONCE	-	100	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- La CEOE	-	-	-	-	-	-	78	-	-	-	-	-
- El Banco de España	-	-	-	-	-	-	-	98	-	-	-	-
- El Consejo General del Poder Judicial	-	-	-	85	-	-	-	-	86	-	-	-
- Comisiones Obreras	-	-	-	-	-	-	94	-	-	-	-	-
- UGT	-	-	-	-	-	-	95	-	-	-	-	-
- La ONU	-	-	-	-	-	-	-	-	-	92	-	-
- Cáritas	-	98	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- La Universidad	-	-	96	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- La Iglesia	-	-	99	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Los Medios de Comunicación	-	-	-	99	-	-	-	-	-	-	-	-
- El Tribunal Constitucional	-	-	-	90	-	-	-	-	92	-	-	-



**Cuadro 4.2.2.**

**Imagen de Instituciones y Grupos Sociales  
(% que opinan y valoran)**

	V-94	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95
Fuerzas Armadas	93	90	88	88	90	91	81	88	88	86	86	89
Bancos	91	89	89	88	90	91	82	86	86	85	86	90
Gobierno de la Nación	95	93	92	92	93	93	87	92	93	93	92	94
La Corona	93	92	90	90	91	93	85	91	93	91	91	93
La Policía Nacional	-	-	-	-	93	-	-	91	-	-	-	-
La Unión Europea	-	-	-	-	-	-	-	-	-	78	-	-
Congreso de Diputados	86	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	83
Partidos Políticos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	84	-
Los Sindicatos	-	-	83	-	-	-	-	-	-	-	-	-
OTAN	-	-	-	-	-	-	-	-	-	74	-	-
Organizaciones Empresariales	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	73	-
Guardia Civil	94	-	-	-	93	-	-	-	-	-	-	92
ETA	95	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	95
El Senado	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	75	-
Los Tribunales de Justicia	-	-	-	-	87	-	-	-	-	-	-	-
Los Funcionarios	-	-	-	-	-	89	-	-	-	-	-	-
Los Políticos	-	-	-	-	-	91	-	-	-	-	-	-
Los Jueces	-	-	-	-	-	-	-	86	86	-	-	-
La Cruz Roja	-	97	-	-	-	96	-	-	-	-	-	-
ONCE	-	96	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
La CEOE	-	-	-	-	-	-	54	-	-	-	-	-
El Banco de España	-	-	-	-	-	-	-	74	-	-	-	-
El Consejo General del Poder Judicial	-	-	-	64	-	-	-	-	68	-	-	-
Comisiones Obreras	-	-	-	-	-	-	73	-	-	-	-	-
UGT	-	-	-	-	-	-	73	-	-	-	-	-
La ONU	-	-	-	-	-	-	-	-	-	74	-	-
Cáritas	-	92	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
La Universidad	-	-	84	-	-	-	-	-	-	-	-	-
La Iglesia	-	-	91	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Los Medios de Comunicación	-	-	-	93	-	-	-	-	-	-	-	-
El Tribunal Constitucional	-	-	-	69	-	-	-	-	72	-	-	-



Cuadro 4.2.3.

Imagen de Instituciones y Grupos Sociales  
(Valoración media)

	V-94	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95
Fuerzas Armadas	5,8	6,0	5,5	5,7	5,8	5,9	5,4	5,8	5,7	5,0	5,3	6,2
Bancos	4,6	5,0	4,9	4,7	4,7	4,7	4,8	4,5	4,8	4,6	4,4	4,8
Gobierno de la Nación	3,8	3,9	3,8	4,0	4,2	3,4	4,2	3,7	3,9	3,6	3,6	4,0
La Corona	7,3	7,3	7,2	7,3	7,4	7,1	7,4	7,4	7,4	7,1	7,2	7,5
La Policía Nacional	-	-	-	-	6,2	-	-	6,0	-	-	-	-
La Unión Europea	-	-	-	-	-	-	-	-	-	5,6	-	-
Congreso de los Diputados	4,0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4,3
Partidos Políticos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3,3	-
Los Sindicatos	-	-	4,4	-	-	-	-	-	-	-	-	-
OTAN	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4,1	-	-
Organizaciones Empresariales	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4,4	-
Guardia Civil	5,9	-	-	-	6,1	-	-	-	-	-	-	6,6
ETA	0,2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,2
El Senado	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4,0	-
Los Tribunales de Justicia	-	-	-	-	4,4	-	-	-	-	-	-	-
Los Funcionarios	-	-	-	-	-	5,2	-	-	-	-	-	-
Los Políticos	-	-	-	-	-	2,8	-	-	-	-	-	-
Los Jueces	-	-	-	-	-	-	-	5,4	5,5	-	-	-
La Cruz Roja	-	7,9	-	-	-	7,6	-	-	-	-	-	-
ONCE	-	7,6	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
La CEOE	-	-	-	-	-	-	4,5	-	-	-	-	-
El Banco de España	-	-	-	-	-	-	-	5,4	-	-	-	-
El Consejo General del Poder Judicial	-	-	-	4,9	-	-	-	-	5,3	-	-	-
Comisiones Obreras	-	-	-	-	-	-	4,8	-	-	-	-	-
UGT	-	-	-	-	-	-	4,3	-	-	-	-	-
La ONU	-	-	-	-	-	-	-	-	-	5,5	-	-
Cáritas	-	7,7	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
La Universidad	-	-	6,5	-	-	-	-	-	-	-	-	-
La Iglesia	-	-	5,3	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Los Medios de Comunicación	-	-	-	6,1	-	-	-	-	-	-	-	-
El Tribunal Constitucional	-	-	-	5,2	-	-	-	-	5,5	-	-	-



**Cuadro 4.2.4.**

**Imagen de Instituciones y Grupos Sociales  
(Desviación Opinática, (s/x)100)**

	V-94	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95
Fuerzas Armadas	51	51	52	49	47	50	53	47	47	59	53	45
Bancos	50	48	46	48	50	47	48	50	47	51	54	48
Gobierno de la Nación	78	73	73	67	70	82	71	82	76	83	84	72
La Corona	40	40	38	38	38	41	38	37	37	43	40	37
La Policía Nacional	-	-	-	-	42	-	-	42	-	-	-	-
La Unión Europea	-	-	-	-	-	-	-	-	-	45	-	-
Congreso de los Diputados	67	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	62
Partidos Políticos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	76	-
Los Sindicatos	-	-	62	-	-	-	-	-	-	-	-	-
OTAN	-	-	-	-	-	-	-	-	-	67	-	-
Organizac. Empresariales	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	54	-
Guardia Civil	49	-	-	-	45	-	-	-	-	-	-	43
ETA	513	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	492
El Senado	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	65	-
Los Tribunales de Justicia	-	-	-	-	59	-	-	-	-	-	-	-
Los Funcionarios	-	-	-	-	-	46	-	-	-	-	-	-
Los Políticos	-	-	-	-	-	85	-	-	-	-	-	-
Los Jueces	-	-	-	-	-	-	-	50	48	-	-	-
La Cruz Roja	-	29	-	-	-	30	-	-	-	-	-	-
ONCE	-	30	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
La CEOE	-	-	-	-	-	-	54	-	-	-	-	-
El Banco de España	-	-	-	-	-	-	-	46	-	-	-	-
El Consejo General del Poder Judicial	-	-	-	50	-	-	-	-	47	-	-	-
Comisiones Obreras	-	-	-	-	-	-	56	-	-	-	-	-
UGT	-	-	-	-	-	-	61	-	-	-	-	-
La ONU	-	-	-	-	-	-	-	-	-	50	-	-
Cáritas	-	30	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
La Universidad	-	-	37	-	-	-	-	-	-	-	-	-
La Iglesia	-	-	54	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Los Medios de Comunicación	-	-	-	38	-	-	-	-	-	-	-	-
El Tribunal Constitucional	-	-	-	46	-	-	-	-	44	-	-	-



Cuadro 4.2.5.

Conocimiento y Valoración de Instituciones y Grupos Sociales

MAYO 1994 - MAYO 1995

		VALORACION		
		Alta (+6,0)	Media (4,5-6,0)	Baja (-4,5)
CONOCIMIENTO	Alto (+85%)	Corona Guardia Civil La Cruz Roja La ONCE Policía Nacional Cáritas Medios de Comunicación	Los Funcionarios Los Jueces Bancos Fuerzas Armadas La Iglesia	ETA Los Políticos Los Tribunales de Justicia Gobierno de la Nación Partidos Políticos
	Medio (70-85%)	Universidad	Comisiones Obreras UGT Unión Europea Los Sindicatos Banco de España Tribunal Constitucional ONU	El Senado Organizaciones Empresariales OTAN Congreso de los Diputados
	Bajo (-70%)		Consejo General del Poder Judicial CEOE	



Cuadro 4.2.6.

Conocimiento e Imagen Controvertida de  
Instituciones y Grupos Sociales

MAYO 1994 - MAYO 1995

		IMAGEN CONTROVERTIDA		
		Alta (+65%)	Media (50-65%)	Baja (-50%)
CONOCIMIENTO	Alto (+85%)	ETA Los Políticos Gobierno de la Nación	Los Tribunales de Justicia Partidos Políticos Iglesia Fuerzas Armadas Congreso de los Diputados	Medios de Comunicación Corona Policía Nacional Guardia Civil Los Funcionarios La Cruz Roja La ONCE Cáritas Bancos Los Jueces
	Medio (70-85%)		Organizaciones Empresariales El Senado Los Sindicatos Comisiones Obreras UGT OTAN	La Unión Europea Banco de España ONU Universidad
	Bajo (-70%)		CEOE	Tribunal Constitucional Consejo General del Poder Judicial



Cuadro 4.2.7.

**Valoración e Imagen Controvertida de  
Instituciones y Grupos Sociales**

MAYO 1994 - MAYO 1995

VALORACION	IMAGEN CONTROVERTIDA		
	Alta (+65%)	Media (50-65%)	Baja (-50%)
Alto (+6,0)			Corona La Cruz Roja La ONCE Policía Nacional Cáritas Universidad Medios de Comunicación Guardia Civil
Medio (4,5-6,0)		Consejo General del Poder Judicial Comisiones Obreras UGT CEOE Fuerzas Armadas	Unión Europea Los Funcionarios Bancos Los Jueces Banco de España Iglesia Tribunal Constitucional ONU
Bajo (-4,5)	ETA Los Políticos Los Partidos Políticos Gobierno de la Nación	Tribunales de Justicia El Senado Organizaciones Empresariales Los Sindicatos OTAN Congreso de los Diputados	



Cuadro 4.2.8.

Valoración Media  $\bar{X}$  de Instituciones y Grupos Sociales,  
por Características Socioeconómicas.

MAYO 1995	TOTAL	Guardia Civil	Congreso Diputados	FAS	Los Bancos	ETA	Gobierno Nación	La Corona
TOTAL	(1213)	6,6	4,3	6,2	4,8	*	4,0	7,5
Edad:								
18 a 29 años	(316)	5,5	3,8	5,4	4,8	*	3,3	6,8
30 a 49 años	(413)	6,4	4,2	6,1	4,6	*	3,6	7,3
50 a 64 años	(262)	7,3	4,6	6,8	5,0	*	4,4	8,1
65 y más años	(222)	7,4	4,9	6,9	5,2	*	5,5	8,3
Posición Social:								
Baja	(497)	6,6	4,6	6,5	5,2	*	4,7	7,9
Media	(550)	6,5	4,1	6,0	4,6	*	3,6	7,4
Alta	(167)	6,4	3,9	5,8	4,4	*	3,5	6,8
Ideología:								
Izquierda	(483)	6,0	4,6	5,8	4,7	*	4,8	7,2
Centro	(192)	6,7	4,1	5,8	5,0	*	3,6	7,5
Derecha	(219)	7,3	3,9	7,0	4,9	*	2,9	8,0
Status Socioeconómico:								
Alto, Medio alto	(223)	6,1	4,1	5,6	4,9	*	3,4	6,9
Medio	(676)	6,6	4,2	6,2	4,8	*	4,0	7,6
Medio Bajo	(287)	6,7	4,5	6,6	4,9	*	4,7	7,8
Bajo	(26)	6,7	4,4	6,9	5,1	-	5,0	7,8
Clientes de:								
Bancos	(402)	6,8	4,4	6,5	5,0	*	3,8	7,6
Cajas	(945)	6,5	4,3	6,1	4,8	*	4,2	7,5



### Cuadro 4.2.9.

#### Ranking de Notoriedad

MAYO 94 - MAYO 95	% Opinan
1. La Cruz Roja	97
2. La ONCE	96
3. ETA	95
4. Guardia Civil	93
5. Medios de Comunicación	93
6. Gobierno de la Nación	92
7. Policía Nacional	92
8. Cáritas	92
9. Los Políticos	91
10. La Corona	91
11. Iglesia	91
12. Los Funcionarios	89
13. Partidos Políticos	88
14. Fuerzas Armadas	88
15. Bancos	88
16. Tribunales de Justicia	88
17. Jueces	86
18. Congreso de Diputados	84
19. Universidad	84
20. Los Sindicatos	83
21. Unión Europea	81
22. El Senado	78
23. UGT	78
24. OTAN	78
25. ONU	77
26. Organizac. Empresariales	76
27. Comisiones Obreras	76
28. El Banco de España	76
29. Tribunal Constitucional	70
30. El Consejo General del Poder Judicial	66
31. La CEOE	54



#### Cuadro 4.2.10.

#### Ranking de Valoración

MAYO 94 - MAYO 95

	Valoración media (x)
1. La Cruz Roja	7,8
2. Cáritas	7,7
3. La ONCE	7,3
4. La Corona	7,3
5. Universidad	6,5
6. Guardia Civil	6,2
7. Policía Nacional	6,1
8. Medios de Comunicación	6,1
9. ONU	5,9
10. Banco de España	5,8
11. Unión Europea	5,7
12. Las Fuerzas Armadas	5,7
13. Tribunal Constitucional	5,4
14. Jueces	5,4
15. Iglesia	5,3
16. Los Funcionarios	5,2
17. Consejo General del Poder Judicial	5,1
18. Comisiones Obreras	4,8
19. Bancos	4,7
20. UGT	4,5
21. CEOE	4,5
22. Los Sindicatos	4,4
23. Organizac. Empresariales	4,4
24. Los Tribunales de Justicia	4,4
25. OTAN	4,3
26. Congreso de los Diputados	4,2
27. El Senado	4,0
28. Gobierno de la Nación	3,8
29. Partidos Políticos	3,3
30. Los Políticos	2,8
31. ETA	0,2



#### Cuadro 4.2.11.

#### Ranking de Dispersión Opinática

MAYO 94 - MAYO 95

	% Dispersión Opinática (s/x)100
1. La Cruz Roja	28
2. Cáritas	30
3. La ONCE	30
4. Universidad	37
5. Medios de Comunicación	38
6. La Corona	39
7. Unión Europea	41
8. Banco de España	41
9. Policía Nacional	42
10. ONU	43
11. Tribunal Constitucional	45
12. Los Funcionarios	46
13. Guardia Civil	46
14. Consejo General del Poder Judicial	48
15. Bancos	49
16. Los Jueces	49
17. Fuerzas Armadas	50
18. Organizac. Empresariales	53
19. CEOE	54
20. Comisiones Obreras	54
21. La Iglesia	54
22. UGT	58
23. Los Tribunales de Justicia	60
24. OTAN	62
25. Los Sindicatos	62
26. Congreso de los Diputados	64
27. El Senado	65
28. Los Partidos Políticos	75
29. El Gobierno de la Nación	76
30. Los Políticos	85
31. ETA	502



**Cuadro 4.2.12.**

**Grado de Satisfacción con el Funcionamiento de la  
Democracia en España**

	V-94	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95
Total	(1.223)	(1.221)	(1.208)	(1.212)	(1.212)	(1.210)	(1.210)	(1.215)	(1.211)	(1.219)	(1.213)	(1.213)
Muy Satisfecho	3%	6%	3%	2%	4%	2%	3%	2%	3%	2%	2%	2%
Satisfecho	41	47	48	43	45	40	46	45	42	38	39	41
Indiferente	13	11	16	17	16	17	17	15	14	14	17	18
Insatisfecho	34	30	26	30	27	31	29	27	33	33	31	30
Muy Insatisfecho	8	5	6	7	7	8	4	10	6	10	9	8
NS/NC	1	1	2	1	1	2	1	1	1	2	2	1
ISD	102	117	119	109	114	104	116	111	105	98	101	105
% Califican	99	99	98	99	99	98	99	99	99	98	98	99
Valoración Media	3,0	3,1	3,1	3,0	3,1	3,0	3,1	3,0	3,0	2,9	2,9	3,0
% Discrepancia	38	35	34	36	35	36	33	37	36	39	37	36



**Cuadro 4.2.13.**

**Índice de Satisfacción con el Funcionamiento de la  
Democracia en España, por Características Socioeconómicas  
(Media en la escala de satisfacción de 1 a 5 puntos entre paréntesis)**

	V-94	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95
Total ISD	102 (3,0)	117 (3,1)	119 (3,1)	109 (3,0)	114 (3,1)	104 (3,0)	116 (3,1)	111 (3,0)	105 (3,0)	98 (2,9)	101 (2,9)	105 (3,0)
Edad												
18 a 29 años	93 (2,9)	112 (3,1)	115 (3,1)	107 (3,0)	109 (3,0)	94 (2,9)	108 (3,0)	97 (2,9)	94 (2,9)	90 (2,8)	94 (2,8)	95 (2,8)
30 a 49 años	99 (2,9)	112 (3,1)	119 (3,1)	107 (3,0)	109 (3,0)	102 (2,9)	113 (3,1)	111 (3,0)	105 (3,0)	97 (2,9)	103 (2,9)	100 (2,9)
50 a 64 años	101 (2,9)	116 (3,1)	119 (3,1)	111 (3,0)	115 (3,1)	108 (3,0)	117 (3,1)	114 (3,1)	104 (3,0)	94 (2,8)	95 (2,8)	109 (3,0)
65 y más años	120 (3,2)	132 (3,3)	122 (3,2)	112 (3,1)	129 (3,3)	117 (3,1)	130 (3,3)	127 (3,2)	124 (3,2)	116 (3,1)	115 (3,1)	122 (3,2)
Posición Social												
Baja	106 (3,0)	121 (3,2)	120 (3,2)	115 (3,1)	116 (3,1)	110 (3,1)	116 (3,1)	116 (3,1)	110 (3,1)	104 (3,0)	108 (3,0)	113 (3,1)
Media	97 (2,9)	112 (3,1)	119 (3,1)	107 (3,0)	115 (3,1)	99 (2,9)	114 (3,1)	105 (2,9)	104 (3,0)	92 (2,8)	94 (2,8)	98 (2,9)
Alta	104 (3,0)	116 (3,2)	112 (3,0)	96 (2,9)	102 (2,9)	103 (2,9)	118 (3,2)	118 (3,1)	95 (2,9)	97 (2,8)	107 (3,0)	101 (3,0)
Ideología												
Izquierda	111 (3,1)	130 (3,3)	130 (3,3)	124 (3,2)	129 (3,3)	126 (3,2)	132 (3,3)	123 (3,2)	121 (3,2)	114 (3,1)	120 (3,2)	122 (3,2)
Centro	107 (3,0)	118 (3,1)	131 (3,3)	109 (3,0)	132 (3,3)	110 (3,1)	126 (3,2)	110 (3,0)	108 (3,0)	105 (3,0)	112 (3,0)	106 (3,0)
Derecha	86 (2,8)	96 (2,4)	106 (3,0)	99 (2,9)	86 (2,7)	80 (2,6)	97 (2,9)	94 (2,8)	84 (2,7)	74 (2,6)	78 (2,7)	80 (2,6)
Status Socioeconómico Familiar:												
Alto	81 (2,7)	107 (3,1)	108 (3,0)	106 (3,0)	106 (3,0)	99 (2,9)	127 (3,3)	106 (3,0)	96 (2,9)	93 (2,8)	98 (2,9)	109 (3,0)
Medio	106 (3,0)	115 (3,1)	119 (3,2)	108 (3,0)	115 (3,1)	103 (3,0)	109 (3,1)	109 (3,0)	106 (3,0)	97 (2,9)	100 (2,9)	103 (3,0)



Medio bajo	106	129	121	112	120	107	118	118	109	101	108	100
	(3,0)	(3,3)	(3,2)	(3,0)	(3,2)	(3,0)	(3,2)	(3,1)	(3,0)	(2,9)	(3,0)	(2,9)
Bajo	97	101	140	103	96	141	138	130	136	117	97	158
	(2,9)	(2,9)	(3,4)	(2,9)	(2,7)	(3,4)	(3,3)	(3,2)	(3,3)	(3,1)	(2,9)	(3,6)
Clientes de:												
Bancos	92	110	112	110	106	103	120	108	98	103	100	106
	(2,8)	(3,1)	(3,1)	(3,0)	(3,0)	(3,0)	(3,2)	(3,0)	(2,9)	(3,0)	(2,9)	(3,0)
Cajas	101	118	123	109	117	109	120	112	108	99	105	105
	(3,0)	(3,2)	(3,2)	(3,0)	(3,1)	(3,0)	(3,2)	(3,0)	(3,0)	(2,9)	(3,0)	(3,0)



**Cuadro 4.2.14.**

**Índice de Satisfacción con la Labor del Gobierno (ISG)**

	V-94	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95
Total	(1.223)	(1.221)	(1.208)	(1.212)	(1.212)	(1.210)	(1.210)	(1.215)	(1.211)	(1.219)	(1.213)	(1.213)
Muy Satisfecho	2%	2%	2%	2%	3%	2%	3%	2%	2%	2%	2%	3%
Algo Satisfecho	22	18	22	22	25	21	26	22	22	18	19	24
Indiferente	9	13	14	14	14	13	13	14	12	11	12	17
Algo Insatisfecho	38	38	37	39	35	39	36	33	36	35	33	32
Muy Insatisfecho	28	27	23	22	23	24	22	28	26	33	33	24
NS/NC	1	2	1	1	1	1	1	1	1	*	1	1
ISG	58	54	64	63	69	60	71	63	62	53	55	71
% Califican	99	98	99	99	99	99	99	99	99	100	99	99
Valoración Media	2,3	2,3	2,4	2,4	2,5	2,4	2,5	2,4	2,4	2,2	2,2	2,5
% Discrepancia	51	50	48	47	48	48	47	51	50	53	53	48



**Cuadro 4.2.15.**

**Índice de Satisfacción con la Labor del Gobierno (ISG),  
por Características de los Entrevistados  
(Media en la escala de satisfacción de 1 a 5 puntos entre paréntesis)**

	V-94	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95
Total ISG	58 (2,3)	54 (2,3)	64 (2,4)	63 (2,4)	69 (2,5)	60 (2,4)	71 (2,5)	63 (2,4)	62 (2,4)	53 (2,2)	55 (2,2)	71 (2,5)
Edad:												
- 30 años	48 (2,2)	38 (2,1)	54 (2,3)	46 (2,2)	55 (2,3)	48 (2,2)	51 (2,3)	38 (2,0)	46 (2,2)	38 (2,0)	44 (2,1)	52 (2,2)
30-49 años	50 (2,2)	43 (2,1)	61 (2,4)	56 (2,3)	60 (2,3)	50 (2,2)	66 (2,4)	54 (2,2)	51 (2,2)	44 (2,1)	46 (2,1)	63 (2,4)
50-64 años	59 (2,3)	71 (2,5)	64 (2,4)	70 (2,5)	74 (2,6)	62 (2,4)	81 (2,6)	80 (2,6)	70 (2,5)	60 (2,3)	55 (2,1)	82 (2,6)
65 y más años	86 (2,7)	79 (2,6)	86 (2,7)	89 (2,7)	100 (2,9)	93 (2,8)	97 (2,9)	97 (2,9)	95 (2,8)	81 (2,6)	86 (2,2)	103 (2,9)
Posición Social												
Baja	69 (2,5)	60 (2,4)	71 (2,5)	76 (2,6)	82 (2,7)	75 (2,6)	85 (2,7)	76 (2,5)	76 (2,6)	65 (2,4)	71 (2,4)	86 (2,7)
Media	49 (2,2)	51 (2,2)	66 (2,4)	54 (2,3)	65 (2,4)	52 (2,2)	65 (2,4)	56 (2,2)	56 (2,3)	47 (2,1)	44 (2,1)	62 (2,4)
Alta	51 (2,1)	46 (2,1)	35 (2,0)	52 (2,3)	47 (2,1)	40 (2,1)	48 (2,2)	52 (2,2)	38 (3,0)	35 (1,9)	46 (2,1)	57 (2,2)
Ideología:												
Izquierda	71 (2,5)	70 (2,5)	84 (2,7)	80 (2,6)	89 (2,8)	78 (2,6)	97 (2,9)	80 (2,6)	81 (2,6)	74 (2,5)	77 (2,6)	94 (2,8)
Centro	39 (2,1)	52 (2,2)	55 (2,3)	55 (2,3)	63 (2,5)	46 (2,2)	60 (2,4)	53 (2,3)	47 (2,2)	41 (2,1)	48 (2,2)	54 (2,3)
Derecha	36 (2,0)	23 (1,8)	34 (2,0)	29 (1,9)	39 (2,0)	29 (1,9)	36 (2,0)	36 (1,9)	34 (1,9)	26 (1,8)	19 (1,6)	34 (1,9)
Status Socioeconómico Familiar:												
Alto	42 (2,0)	37 (2,0)	52 (2,2)	44 (2,2)	52 (2,2)	46 (2,1)	60 (2,4)	43 (2,0)	41 (2,1)	40 (2,0)	42 (2,0)	51 (2,2)
Medio alto	58 (2,3)	49 (2,2)	60 (2,4)	64 (2,4)	67 (2,5)	56 (2,3)	63 (2,4)	62 (2,4)	59 (2,3)	48 (2,2)	53 (2,2)	70 (2,5)



Medio Bajo	67	80	78	72	88	74	91	79	82	68	66	86
	(2,5)	(2,6)	(2,6)	(2,5)	(2,7)	(2,5)	(2,8)	(2,6)	(2,6)	(2,4)	(2,4)	(2,7)
Bajo	62	66	96	88	85	121	117	120	123	104	83	131
	(2,2)	(2,4)	(2,9)	(2,7)	(2,6)	(3,2)	(3,0)	(3,2)	(3,1)	(2,9)	(2,5)	(3,3)
Clientes de:												
Bancos	52	47	50	62	68	49	69	65	61	52	40	66
	(2,2)	(2,1)	(2,4)	(2,4)	(2,5)	(2,2)	(2,5)	(2,4)	(2,4)	(2,2)	(2,0)	(2,4)
Cajas	57	55	48	65	72	60	74	64	60	51	57	73
	(2,3)	(2,3)	(2,4)	(2,4)	(2,5)	(2,4)	(2,6)	(2,4)	(2,4)	(2,2)	(2,2)	(2,5)



**Cuadro 4.2.16.**

**Valoración de la Actuación del Gobierno en las siguientes áreas**

	% que Opinan											
	V-94	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95
- Política Económica	94	90	92	92	93	92	90	92	93	93	92	94
- Lucha contra el Terrorismo	94	90	92	92	94	92	90	91	92	91	92	94
- Política Internacional	80	75	79	77	80	79	77	77	80	78	79	83
- Lucha contra la Droga y la Delincuencia	95	90	93	93	94	93	91	93	94	92	93	93
- Política de Obras Públicas y Transportes	91	85	87	86	86	89	98	88	90	88	88	90
- Política de Servicios Sociales	93	89	91	91	92	92	90	91	93	92	92	94

  

	Valoración Media											
	V-94	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-
-	2,7	3,0	3,1	3,2	3,2	3,1	3,1	3,1	3,2	3,0	2,9	3,2
- Política Económica	2,7	3,0	3,1	3,2	3,2	3,1	3,1	3,1	3,2	3,0	2,9	3,2
- Lucha contra el Terrorismo	4,2	4,1	4,4	3,9	4,2	4,2	4,5	4,3	4,2	4,3	4,1	3,9
- Política Internacional	4,8	4,8	4,9	4,7	4,8	4,6	4,8	4,7	4,8	4,7	4,0	3,8
- Lucha contra la Droga y la Delincuencia	3,9	4,1	4,2	3,7	3,8	3,9	4,2	4,0	4,0	4,1	4,0	4,0
- Política de Obras Públicas y Transportes	5,1	5,1	5,1	5,1	5,0	4,9	5,0	4,9	5,0	5,1	5,1	5,1
- Política de Servicios Sociales	4,2	4,3	4,3	4,4	4,3	4,5	4,5	4,4	4,5	4,5	4,6	4,5

  

	% Dispersión Opinática											
	V-94	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95
- Política Económica	88	80	75	75	76	78	80	79	76	83	84	77
- Lucha contra el Terrorismo	63	64	60	69	64	63	62	65	65	64	65	68
- Política Internacional	52	52	49	53	52	54	54	54	53	54	65	71
- Lucha contra la Droga y la Delincuencia	65	63	61	68	68	67	66	65	64	62	63	64
- Política de Obras Públicas y Transportes	46	46	44	45	46	48	50	47	46	48	44	47
- Política de Servicios Sociales	58	59	56	54	58	52	59	55	53	56	53	55



**Cuadro 4.2.17.**

**Valoración Media de la Actuación del Gobierno en las Sigüientes Áreas,  
por Características Socioeconómicas.  
(Media en la escala de actuación de 0 a 10 puntos)**

MAYO 1995	Total	Política Económica	Lucha contra terrorismo	Política Internacion.	Lucha contra droga y del.	Obras Públicas	Servicios Sociales
TOTAL	(1213)	3,2	3,9	3,8	4,0	5,1	4,5
Edad:							
18 a 29 años	(316)	2,7	3,5	3,4	3,8	4,9	4,4
30 a 49 años	(413)	3,1	3,8	3,7	3,7	4,9	4,2
50 a 64 años	(262)	3,5	4,3	4,1	4,4	5,4	4,7
65 y más años	(222)	3,8	4,4	4,3	4,3	5,4	5,2
Posición Social:							
Baja	(497)	3,5	4,1	4,1	4,2	5,3	4,9
Media	(550)	3,0	3,8	3,7	3,9	5,0	4,4
Alta	(167)	2,9	3,8	3,5	3,6	4,9	4,0
Ideología:							
Izquierda	(483)	3,8	4,6	4,6	4,6	5,8	5,1
Centro	(192)	2,9	3,9	3,8	3,9	5,1	4,5
Derecha	(219)	2,2	2,7	2,5	2,9	3,9	3,4
Status Socioeconómico:							
Alto, Medio alto	(223)	3,0	3,7	3,5	3,7	5,1	4,4
Medio	(676)	3,1	3,8	3,8	3,9	5,1	4,4
Medio Bajo	(287)	3,5	4,3	4,1	4,2	5,2	4,8
Bajo	(26)	4,0	4,4	4,2	4,5	5,3	5,8
Satisfacción con el Gobierno:							
Satisfechos	(324)	4,8	5,6	5,6	5,4	6,4	6,1
Indiferentes	(207)	4,0	4,5	4,4	4,5	5,6	4,9
Insatisfechos	(671)	2,2	3,0	2,8	3,2	4,4	3,7
Cientes de:							
Bancos	(402)	3,1	3,9	3,7	3,8	4,9	4,5
Cajas	(945)	3,2	4,0	3,9	4,0	5,1	4,6

### 4.3. IMAGEN DE PERSONAJES PUBLICOS

Por razones metodológicas nos ha parecido conveniente medir la imagen de los personajes públicos según las tres mismas dimensiones utilizadas para medir la imagen de instituciones y grupos sociales, el conocimiento que se tiene del líder en cuestión, la valoración media general que recibe, y la mayor o menor dispersión de las valoraciones alrededor de la valoración media (es decir, la imagen más o menos controvertida del personaje en cuestión).

Este mes se ha preguntado por Felipe González, Julio Anguita, José María Aznar, Baltasar Garzón, Javier Solana, Narcís Serra, José M<sup>a</sup> Benegas, Xabier Arzallus y el Coronel Rodríguez Galindo. El juez Baltasar Garzón vuelve a ser este mes el personaje público con mejor imagen social, siendo Xabier Arzallus y José M<sup>a</sup> Benegas quienes tienen la peor imagen de todos los personajes por los que se ha preguntado en el presente estudio, debido sin duda a los distintos casos de corrupción y a las intervenciones en los medios de comunicación protagonizadas por el líder nacionalista vasco.

Los principales líderes políticos son conocidos por casi la totalidad de los entrevistados, mientras que sólo entre dos terceras y tres cuartas partes de los entrevistados opinan sobre otros líderes políticos, y sólo un tercio lo hace sobre el Coronel Rodríguez Galindo.

De los datos que se presentan en los Cuadros 4.3.2. a 4.3.4., donde se incluyen todos los líderes por los que se ha preguntado desde mayo de 1994, se pueden extraer las siguientes conclusiones:

- a. El grado de conocimiento de los líderes es, en general, inferior al de las instituciones o grupos sociales.
- b. Un 93% de los entrevistados opina sobre Felipe González y, al menos un 85% opina sobre los personajes públicos incluidos habitualmente en este sondeo, (Aznar y Anguita), pero alrededor de un 75% opinan sobre Serra y Garzón, dos tercios sobre Solana, Benegas y Arzallus, y sólo un tercio sobre Rodríguez Galindo.
- c. Las valoraciones asignadas a estos nueve personajes han sido: Baltasar Garzón (5,5), José M<sup>a</sup> Aznar y Julio Anguita (4,5), Felipe González (4,4), Javier Solana (4,2), Rodríguez Galindo (3,7), Narcís Serra (3,6), José M<sup>a</sup> Benegas (3,3) y Xabier Arzallus (3,0).

Todos los líderes incrementan ligeramente su valoración este mes, excepto Benegas y Arzallus, que la reducen, y Garzón, que mantiene la misma del mes pasado.

En todo caso, la peor valoración de todos los líderes por los que se ha preguntado desde marzo de 1994 sigue siendo la del ex-Gobernador del Banco de España, y las mejores las siguen manteniendo el Rey Juan Carlos y el resto de los miembros de la Familia Real, especialmente la Reina Dña. Sofía.

- d. En cuanto a la diversidad opinática, es decir, al grado en que las valoraciones de cada personaje están muy concentradas alrededor de la media, o por el contrario, muy dispersas (valoraciones muy altas y muy bajas), se comprueba que la dispersión es en general alta. En conjunto, puede afirmarse que los personajes públicos tienen una imagen más controvertida que las instituciones y grupos sociales, y que Mariano Rubio, Mario Conde, Rafael Vera, Alfonso Guerra, Jordi Pujol, el Coronel Rodríguez Galindo, Narcís Serra, José Luis Corcuera, José Barrionuevo, Xabier Arzallus, José M<sup>a</sup> Aznar, José M<sup>a</sup> Benegas y Felipe González resultan ser los personajes públicos más controvertidos de todos los incluidos desde abril de 1994.

Al observar la evolución de la valoración de los líderes españoles desde hace un año hay que destacar el progresivo incremento que se ha observado en la de Anguita y Aznar, que se corresponde con el deterioro de la de González.

Un análisis algo más preciso de la imagen de los personajes públicos, combinando las tres dimensiones de dos en dos, se muestra de forma muy gráfica en los Cuadros 4.3.5. a 4.3.7.

Finalmente, los resultados más notables según las valoraciones medias asignadas a cada uno de los líderes por los que se ha preguntado en este sondeo, por diferentes segmentos de la población, pueden resumirse así:

- a. No parece existir una clara relación entre la edad y la valoración de personajes públicos en general , y en la mayoría de los casos tampoco existe una pauta específica, aunque es frecuente que la valoración sea mayor en los grupos de más edad , salvo en el caso de Anguita el cual obtiene las mejores valoraciones de los grupos más jóvenes.
- b. Aunque la posición social y el status socioeconómico no presentan en general una pauta definida de valoración, (lo que indica que cada líder es más o menos preferido por los de uno u otro nivel social), sí se observa una tendencia entre los entrevistados de alta posición social a valorar algo más positivamente a los líderes.
- c. La ideología, sin embargo, es la variable que parece explicar mejor, y más coherentemente, las diferentes pautas de valoración . En efecto, José María Aznar y Baltasar Garzón y Rodríguez Galindo este mes, reciben una valoración más alta entre los de derecha, y González y Anguita entre los de izquierda; y todos los demás líderes políticos por los que se ha preguntado este mes reciben sus máximas valoraciones entre los entrevistados de izquierda.

En los Cuadros 4.3.9. a 4.3.11. se han ordenado los personajes públicos según los tres indicadores de imagen utilizados (notoriedad, valoración y dispersión opinática), incluyendo todos los líderes por los que se ha preguntado en los doce últimos sondeos, y siguiendo el mismo procedimiento ya explicado para las instituciones.

De estos rankings, debe resaltarse la gran diferencia de valoración entre el Rey Juan Carlos, la Reina D<sup>a</sup> Sofía, el Príncipe Felipe y las Infantas, con respecto a todos los demás personajes públicos, ya que ninguno de ellos se acerca a la valoración de la Familia Real. Por su parte, Rubio, Conde, Vera y Guerra son los personajes públicos que con diferencia peor valoran los españoles. Estos rankings son suficientemente expresivos por sí mismos.



**Cuadro 4.3.1.**

**Porcentaje de Conocimiento de Personajes Públicos**

	V-94	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95
Felipe González	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Adolfo Suárez	97	98	-	-	98	-	-	-	98	99	-	-
Alfonso Guerra	-	98	98	99	98	98	98	-	-	-	-	-
Príncipe Felipe	-	-	-	-	-	99	-	-	-	-	-	-
Reina Dña. Sofía	-	-	-	-	-	99	-	-	-	-	-	-
Julio Anguita	97	98	98	98	98	98	97	99	98	98	98	98
J. María Aznar	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	98	99
Javier Solana	85	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	85
Narcís Serra	92	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	93
José Luis Corcuera	90	-	-	-	-	-	-	-	87	-	-	-
Infanta Cristina	-	-	-	-	-	-	100	100	-	-	-	-
Infanta Elena	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
El Rey Juan Carlos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	100	-	-
Antonio Gutiérrez	-	-	-	-	-	-	75	-	-	-	-	-
Miguel Roca	-	-	-	-	-	88	-	-	-	-	-	-
José M <sup>a</sup> Benegas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	83
Baltasar Garzón	-	88	-	-	-	-	83	92	93	94	93	92
Pedro Solbes	-	-	-	70	-	-	-	-	-	-	-	-
Jordi Pujol	-	-	94	-	96	-	-	-	-	-	95	-
Cristina Alberdi	-	-	-	-	72	-	-	-	-	-	-	-
Carmen Alborch	-	-	-	-	78	-	-	-	-	-	-	-
Luis Angel Rojo	-	-	-	-	-	-	-	-	-	45	-	-
Mario Conde	-	96	-	-	-	-	-	98	-	-	-	-
Jerónimo Saavedra	-	-	-	-	-	-	-	-	-	35	-	-
Pascual Sala	-	-	-	-	-	-	-	-	33	-	-	-
Marino Barbero	-	59	-	-	-	-	-	-	-	64	-	-
Mariano Rubio	-	96	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Antoni Asunción	66	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Juan Alberto Belloch	57	-	61	70	-	72	-	76	78	-	-	-
El Juez Moreiras	-	-	55	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Antonio Romero	-	-	51	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Luis Ramallo	-	-	50	-	-	-	-	-	-	-	-	-



Jose M <sup>a</sup> Cuevas	-	-	-	73	76	-	-	-	-	-	-	-
Xabier Arzallus	-	-	-	74	-	-	-	-	-	-	-	82
Luis Atienza	-	-	-	56	-	-	-	-	-	-	51	-
Cándido Méndez	-	-	-	-	-	60	-	-	-	-	-	-
Rodrigo Rato	-	-	-	-	-	-	54	-	-	-	-	-
A. Pérez Rubalcaba	-	-	-	-	-	-	59	-	-	-	-	-
José Barrionuevo	-	-	-	-	-	-	-	91	-	-	88	-
Manuel G <sup>a</sup> Castellón	-	-	-	-	-	-	-	40	-	-	-	-
Rafael Vera	-	-	-	-	-	-	-	-	76	-	-	-
José Borrell	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	77	-
Joaquín Leguina	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	80	-
Coronel Rodríguez Galindo	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	50



**Cuadro 4.3.2.**

**Imagen de Personajes Públicos  
(% que opinan y valoran)**

	V-94	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95
Felipe González	95	92	92	92	91	92	91	95	96	96	92	93
Adolfo Suárez	85	86	-	-	83	-	-	-	92	92	-	-
Alfonso Guerra	-	87	85	85	84	85	84	-	-	-	-	-
Príncipe Felipe	-	-	-	-	-	90	-	-	-	-	-	-
Reina Dña. Sofía	-	-	-	-	-	90	-	-	-	-	-	-
Julio Anguita	87	87	87	87	85	86	84	89	92	91	88	87
J.María Aznar	91	89	88	90	87	88	87	90	93	94	90	90
Javier Solana	69	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	64
Narcis Serra	81	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	74
José Luis Corcuera	76	-	-	-	-	-	-	-	75	-	-	-
Infanta Cristina	-	-	-	-	-	-	84	-	-	-	-	-
Infanta Elena	-	-	-	-	-	-	-	87	-	-	-	-
El Rey Juan Carlos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	94	-	-
Antonio Gutiérrez	-	-	-	-	-	-	59	-	-	-	-	-
Miguel Roca	-	-	-	-	-	72	-	-	-	-	-	-
José M <sup>a</sup> Benegas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	64
Baltasar Garzón	-	76	-	-	-	-	67	79	84	83	80	77
Pedro Solbes	-	-	-	53	-	-	-	-	-	-	-	-
Jordi Pujol	-	-	80	-	79	-	-	-	-	-	83	-
Cristina Alberdi	-	-	-	-	54	-	-	-	-	-	-	-
Carmen Alborch	-	-	-	-	59	-	-	-	-	-	-	-
Luis Angel Rojo	-	-	-	-	-	-	-	-	-	33	-	-
Mario Conde	-	83	-	-	-	-	-	89	-	-	-	-
Jerónimo Saavedra	-	-	-	-	-	-	-	-	-	22	-	-
Pascual Sala	-	-	-	-	-	-	-	-	27	-	-	-
Marino Barbero	-	44	-	-	-	-	-	-	-	52	-	-
Mariano Rubio	-	85	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Antoni Asunción	47	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Juan Alberto Belloch	39	-	44	52	-	55	-	61	66	-	-	-
El Juez Moreiras	-	-	40	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Antonio Romero	-	-	37	-	-	-	-	-	-	-	-	-



Luis Ramallo	-	-	36	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Jose M <sup>a</sup> Cuevas	-	-	-	55	55	-	-	-	-	-	-	-
Xabier Arzallus	-	-	-	54	-	-	-	-	-	-	-	64
Luis Atienza	-	-	-	37	-	-	-	-	-	-	31	-
Cándido Méndez	-	-	-	-	-	42	-	-	-	-	-	-
Rodrigo Rato	-	-	-	-	-	-	51	-	-	-	-	-
A. Pérez Rubalcaba	-	-	-	-	-	-	41	-	-	-	-	-
José Barrionuevo	-	-	-	-	-	-	-	71	-	-	72	-
Manuel G <sup>a</sup> Castellón	-	-	-	-	-	-	-	30	-	-	-	-
Rafael Vera	-	-	-	-	-	-	-	-	65	-	-	-
José Borrell	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	58	-
Joaquín Leguina	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	57	-
Coronel Rodríguez Galindo	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	34



**Cuadro 4.3.3.**

**Imagen de Personajes Públicos  
(Valoración, x)**

	V-94	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95
Felipe González	4,2	4,4	4,4	4,3	4,4	4,0	4,7	4,1	4,2	3,9	3,9	4,4
Adolfo Suárez	5,2	5,3	-	-	5,2	-	-	-	6,5	5,4	-	-
Alfonso Guerra	-	2,9	3,0	3,0	3,1	2,8	3,3	-	-	-	-	-
Príncipe Felipe	-	-	-	-	-	7,2	-	-	-	-	-	-
Reina Dña. Sofía	-	-	-	-	-	7,4	-	-	-	-	-	-
Julio Anguita	5,0	5,1	4,9	4,7	4,7	4,5	4,7	4,4	4,7	4,5	4,3	4,5
José María Aznar	3,7	4,5	4,1	4,1	4,0	3,6	3,9	3,8	4,1	4,0	3,7	4,5
Javier Solana	4,1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4,2
Narcís Serra	3,4	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3,6
José Luis Corcuera	3,7	-	-	-	-	-	-	-	3,3	-	-	-
Infanta Cristina	-	-	-	-	-	-	7,2	-	-	-	-	-
Infanta Elena	-	-	-	-	-	-	-	7,0	-	-	-	-
El Rey Juan Carlos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	7,7	-	-
Antonio Gutiérrez	-	-	-	-	-	-	4,7	-	-	-	-	-
Miguel Roca	-	-	-	-	-	3,8	-	-	-	-	-	-
José M <sup>a</sup> Benegas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3,3
Baltasar Garzón	-	5,1	-	-	-	-	5,5	6,0	5,9	6,0	5,5	5,5
Pedro Solbes	-	-	-	3,6	-	-	-	-	-	-	-	-
Jordi Pujol	-	-	3,6	-	3,3	-	-	-	-	-	3,3	-
Cristina Alberdi	-	-	-	-	4,5	-	-	-	-	-	-	-
Carmen Alborch	-	-	-	-	4,2	-	-	-	-	-	-	-
Luis Angel Rojo	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3,9	-	-
Mario Conde	-	2,3	-	-	-	-	-	1,3	-	-	-	-
Jerónimo Saavedra	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4,4	-	-
Pascual Sala	-	-	-	-	-	-	-	-	4,8	-	-	-
Marino Barbero	-	4,7	-	-	-	-	-	-	-	4,5	-	-
Mariano Rubio	-	1,1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Antoni Asunción	4,1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Juan Alberto Belloch	4,0	-	4,1	3,7	-	3,7	-	3,7	3,7	-	-	-
El Juez Moreiras	-	-	5,1	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Antonio Romero	-	-	4,4	-	-	-	-	-	-	-	-	-



Luis Ramallo	-	-	3,7	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Jose M <sup>a</sup> Cuevas	-	-	-	3,5	3,2	-	-	-	-	-	-	-
Xabier Arzallus	-	-	-	3,3	-	-	-	-	-	-	-	3,0
Luis Atienza	-	-	-	3,5	-	-	-	-	-	-	3,6	-
Cándido Méndez	-	-	-	-	-	3,6	-	-	-	-	-	-
Rodrigo Rato	-	-	-	-	-	-	3,9	-	-	-	-	-
A. Pérez Rubalcaba	-	-	-	-	-	-	3,8	-	-	-	-	-
José Barrionuevo	-	-	-	-	-	-	-	3,5	-	-	2,8	-
Manuel G <sup>a</sup> Castellón	-	-	-	-	-	-	-	5,0	-	-	-	-
Rafael Vera	-	-	-	-	-	-	-	-	2,9	-	-	-
José Borrell	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3,7	-
Joaquín Leguina	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3,5	-
Coronel Rodríguez Galindo	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3,7



**Cuadro 4.3.4.**

**Imagen de Personajes Públicos  
(Dispersión Opinática, (s/x)100)**

	V-94	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95
Felipe González	75	71	70	69	71	79	71	76	74	82	81	72
Adolfo Suárez	51	53	-	-	54	-	-	-	38	51	-	-
Alfonso Guerra	-	99	97	92	95	103	93	-	-	-	-	-
Príncipe Felipe	-	-	-	-	-	37	-	-	-	-	-	-
Reina Dña. Sofía	-	-	-	-	-	37	-	-	-	-	-	-
Julio Anguita	52	50	53	58	57	60	55	59	56	60	60	58
José María Aznar	80	71	72	71	75	84	79	76	74	77	80	67
Javier Solana	61	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	63
Narcis Serra	78	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	74
José Luis Corcuera	75	-	-	-	-	-	-	-	77	-	-	-
Infanta Cristina	-	-	-	-	-	-	37	-	-	-	-	-
Infanta Elena	-	-	-	-	-	-	-	36	-	-	-	-
El Rey Juan Carlos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	36	-	-
Antonio Gutiérrez	-	-	-	-	-	-	57	-	-	-	-	-
Miguel Roca	-	-	-	-	-	72	-	-	-	-	-	-
José M <sup>a</sup> Benegas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	77
Baltasar Garzón	-	59	-	-	-	-	52	49	51	50	53	54
Pedro Solbes	-	-	-	67	-	-	-	-	-	-	-	-
Jordi Pujol	-	-	79	-	89	-	-	-	-	-	89	-
Cristina Alberdi	-	-	-	-	59	-	-	-	-	-	-	-
Carmen Alborch	-	-	-	-	62	-	-	-	-	-	-	-
Luis Angel Rojo	-	-	-	-	-	-	-	-	-	63	-	-
Mario Conde	-	111	-	-	-	-	-	171	-	-	-	-
Jerónimo Saavedra	-	-	-	-	-	-	-	-	-	55	-	-
Pascual Sala	-	-	-	-	-	-	-	-	49	-	-	-
Marino Barbero	-	61	-	-	-	-	-	-	-	61	-	-
Mariano Rubio	-	168	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Antoni Asunción	69	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Juan Alberto Belloch	62	-	60	69	-	69	-	73	69	-	-	-
El Juez Moreiras	-	-	53	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Antonio Romero	-	-	58	-	-	-	-	-	-	-	-	-



Luis Ramallo	-	-	67	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Jose M <sup>a</sup> Cuevas	-	-	-	67	78	-	-	-	-	-	-	-
Xabier Arzallus	-	-	-	74	-	-	-	-	-	-	-	85
Luis Atienza	-	-	-	67	-	-	-	-	-	-	69	-
Cándido Méndez	-	-	-	-	-	69	-	-	-	-	-	-
Rodrigo Rato	-	-	-	-	-	-	70	-	-	-	-	-
A. Pérez Rubalcaba	-	-	-	-	-	-	66	-	-	-	-	-
José Barrionuevo	-	-	-	-	-	-	-	75	-	-	90	-
Manuel G <sup>a</sup> Castellón	-	-	-	-	-	-	-	60	-	-	-	-
Rafael Vera	-	-	-	-	-	-	-	-	90	-	-	-
José Borrell	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	69	-
Joaquín Leguina	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	73	-
Coronel Rodríguez Galindo	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	84



### Cuadro 4.3.5.

#### Conocimiento y Valoración de Personajes Públicos

MAYO 94 - MAYO 95

CONOCIMIENTO	VALORACION		
	Alta (+5,5)	Media (4,0-5,5)	Baja (-4,0)
Alto (+70%)	Reina Dña. Sofía El Rey Juan Carlos Príncipe Felipe Infanta Cristina Infanta Elena Baltasar Garzón	Felipe González J. María Aznar Julio Anguita Adolfo Suárez Nicolás Redondo Jordi Pujol	Alfonso Guerra Mario Conde Mariano Rubio Miguel Roca José Luis Corcuera José Barrionuevo Narcís Serra
Medio (50-70%)		Antonio Gutiérrez Javier Solana	Joaquín Leguina José M <sup>a</sup> Benegas Pedro Solbes José M <sup>a</sup> Cuevas Xabier Arzallus Rodrigo Rato J.A. Belloch Rafael Vera José Borrell
Bajo (-50%)		Cristina Alberdi Carmen Alborch Jerónimo Saavedra Pascual Sala Antoni Asunción Juez Moreiras Antonio Romero Marino Barbero Manuel García Castellón	Luis Ramallo Luis Atienza Cándido Méndez A. Pérez Rubalcaba Luis Angel Rojo Coronel Rodríguez Galindo



### Cuadro 4.3.6.

## Conocimiento e Imagen Controvertida de Personajes Públicos

MAYO 94 - MAYO 95

		IMAGEN CONTROVERTIDA		
		Alta (+65%)	Media (50-65%)	Baja (-50%)
CONOCIMIENTO	Alto (+70%)	Alfonso Guerra Mario Conde José María Aznar Mariano Rubio Narcís Serra Felipe González Jordi Pujol Miguel Roca José Luis Corcuera José Barrionuevo	Julio Anguita Baltasar Garzón	Reina Dña. Sofía El Rey Juan Carlos Príncipe Felipe Infanta Cristina Infanta Elena Adolfo Suárez
	Medio (50-70%)	José M <sup>a</sup> Benegas Pedro Solbes José M <sup>a</sup> Cuevas Xabier Arzallus Rodrigo Rato Juan Alberto Belloch José Borrell Joaquín Leguina	Antonio Gutiérrez Javier Solana	
	Bajo (-50%)	Antoni Asunción Luis Ramallo Luis Atienza Cándido Méndez A. Pérez Rubalcaba Coronel Rodríguez Galindo	Jorge Semprún Pascual Sala Juez Moreiras Antonio Romero Cristina Alberdi Carmen Alborch Jerónimo Saavedra	



Luis Angel Rojo  
Marino Barbero  
Manuel García Castellón

---

#### Cuadro 4.3.7.

#### Valoración e Imagen Controvertida de Personajes Públicos

MAYO 94 - MAYO 95

	IMAGEN CONTROVERTIDA		
	Alta (+65%)	Media (50-65%)	Baja (-50%)
VALORACION		Baltasar Garzón	Reina Dña. Sofía
Alta			El Rey Juan Carlos
(+5,5)			Principe Felipe
			Infanta Cristina
			Infanta Elena
Media	José María Aznar	Manuel García Castellón	
(4,0-5,5)	Antoni Asunción	Julio Anguita	
	Felipe González	Adolfo Suárez	
		Carmen Alborch	
		Antonio Gutiérrez	
		Marino Barbero	
		Pascual Sala	
		José María Cuevas	
		Antonio Romero	
		Juez Moreiras	
		Cristina Alberdi	
		Jerónimo Saavedra	
		Javier Solana	



Baja  
(-4,0)

---

José Luis Corcuera	Juan Alberto Belloch
Miguel Roca	
Alfonso Guerra	
Mario Conde	
José Barrionuevo	
Mariano Rubio	
Narcís Serra	
Luis Ramallo	
Pedro Solbes	
José M <sup>a</sup> Cuevas	
Xabier Arzallus	
Luis Atienza	
Jordi Pujol	
Cándido Méndez	
Rodrigo Rato	
A. Pérez Rubalcaba	
Rafael Vera	
Luis Angel Rojo	
José Borrell	
Joaquín Leguina	
Coronel Rodríguez Galindo	

---



**Cuadro 4.3.8.**

**Valoración  $\bar{X}$  de Personajes Públicos,  
por Características Socioeconómicas.**

MAYO 1995	TOTAL	Javier Solana	Narcís Serra	Felipe González	Julio Anguita	Javier Arzallus	Baltasar Garzón	Txiqui Benegas	Coronel R.Galindo	José M <sup>a</sup> Aznar
TOTAL	(1213)	4,2	3,6	4,4	4,5	3,0	5,5	3,3	3,7	4,5
Edad:										
18 a 29 años	(316)	3,8	3,4	3,8	4,7	3,1	5,3	3,3	3,3	4,2
30 a 49 años	(413)	4,1	3,5	4,1	4,7	3,1	5,6	3,1	3,6	4,4
50 a 64 años	(262)	4,4	3,5	4,9	4,4	2,9	5,8	3,4	4,2	5,0
65 y más años	(222)	4,8	4,3	5,5	3,8	2,7	5,2	3,5	4,6	4,4
Posición Social:										
Baja	(497)	4,4	4,0	5,0	4,3	3,1	5,4	3,6	3,6	4,4
Media	(550)	4,0	3,5	4,2	4,6	3,0	5,6	3,3	3,7	4,6
Alta	(167)	4,2	3,0	3,7	4,8	3,0	5,4	2,9	3,9	4,2
Ideología:										
Izquierda	(483)	4,9	4,3	5,6	5,0	3,6	5,2	4,2	3,4	3,2
Centro	(192)	4,0	3,4	4,3	4,4	3,2	5,7	3,0	4,0	5,0
Derecha	(219)	3,3	2,4	2,4	3,8	2,0	6,3	2,2	4,9	7,0
Status Socioeconómico:										
Alto, Medio alto	(223)	4,1	3,3	3,7	4,8	3,3	5,7	3,1	3,9	4,7
Medio	(676)	4,2	3,6	4,4	4,5	3,0	5,5	3,3	3,7	4,5
Medio Bajo	(287)	4,2	3,7	5,0	4,2	2,8	5,1	3,3	3,4	4,1
Bajo	(26)	5,4	4,9	5,7	4,3	2,7	6,6	5,1	4,8	4,8
Clientes de:										
Bancos	(402)	4,1	3,5	4,2	4,6	3,1	5,6	3,1	4,1	4,9
Cajas	(945)	4,3	3,6	4,5	4,5	3,0	5,5	3,3	3,7	4,4



### Cuadro 4.3.9.

#### Ranking de Notoriedad de Personajes Públicos

MAYO 94 - MAYO 95	% que Opinan
1. El Rey Juan Carlos	95
2. Felipe González	93
3. Reina Dña. Sofía	90
4. Príncipe Felipe	90
5. José M <sup>a</sup> Aznar	90
6. Julio Anguita	88
7. Adolfo Suárez	88
8. Alfonso Guerra	85
9. Mariano Rubio	85
10. Mario Conde	84
11. Infanta Cristina	84
12. Infanta Elena	84
13. Jordi Pujol	81
14. Baltasar Garzón	78
15. Narcís Serra	78
16. José Luis Corcuera	76
17. Miguel Roca	72
18. José Barrionuevo	72
19. Javier Solana	66
20. Antonio Gutiérrez	65
21. Rafael Vera	65
22. José M <sup>a</sup> Benegas	64
23. Xabier Arzallus	59
24. José Borrell	58
25. Joaquín Leguina	57
26. José M <sup>a</sup> Cuevas	55
27. Pedro Solbes	53
28. Juan Alberto Belloch	53
29. Rodrigo Rato	51
30. Marino Barbero	49
31. Antoni Asunción	47
32. Cándido Méndez	42



33. Carmen Alborch	41
34. A. Pérez Rubalcaba	41
35. Juez Moreiras	40
36. Cristina Alberdi	39
37. Antonio Romero	37
38. Luis Ramallo	36
39. Luis Atienza	34
40. Coronel Rodríguez Galindo	34
41. Luis Angel Rojo	33
42. Manuel G <sup>a</sup> Castellón	30
43. Pascual Sala	26
44. Jerónimo Saavedra	22



Cuadro 4.3.10.

Ranking de Valoración de Personajes Públicos

MAYO 94 - MAYO 95	Valoración Media ( $\bar{x}$ )
1. El Rey Juan Carlos	7,8
2. Reina Dña. Sofía	7,4
3. Príncipe Felipe	7,2
4. Infanta Cristina	7,2
5. Infanta Elena	7,0
6. Baltasar Garzón	5,6
7. Adolfo Suárez	5,5
8. Marino Barbero	5,2
9. Juez Moreiras	5,1
10. Cristina Alberdi	5,0
11. Manuel G <sup>a</sup> Castellón	5,0
12. Pascual Sala	4,7
13. Julio Anguita	4,7
14. Antonio Gutiérrez	4,5
15. Jerónimo Saavedra	4,4
16. Carmen Alborch	4,4
17. Antonio Romero	4,4
18. Javier Solana	4,2
19. Felipe González	4,2
20. Antoni Asunción	4,1
21. José M <sup>a</sup> Aznar	4,0
22. Rodrigo Rato	3,9
23. Luis Ángel Rojo	3,9
24. A. Pérez Rubalcaba	3,8
25. Miguel Roca	3,8
26. Juan Alberto Belloch	3,8
27. José Borrell	3,7
28. Luis Ramallo	3,7
29. Coronel Rodríguez Galindo	3,7
30. Pedro Solbes	3,6
31. Cándido Méndez	3,6



32. Narcís Serra	3,5
33. Joaquín Leguina	3,5
34. José Luis Corcuera	3,5
35. Luis Atienza	3,5
36. Jordi Pujol	3,4
37. José M <sup>a</sup> Benegas	3,3
38. José M <sup>a</sup> Cuevas	3,3
39. Xabier Arzallus	3,2
40. José Barrionuevo	3,1
41. Alfonso Guerra	3,0
42. Rafael Vera	2,9
43. Mario Conde	2,3
44. Mariano Rubio	1,1



Cuadro 4.3.11.

Ranking de Dispersión Opinática de Personajes Públicos

MAYO 94 - MAYO 95	Dispersión Opinática (s/x)100
1. El Rey Juan Carlos	33
2. Infanta Elena	35
3. Infanta Cristina	37
4. Reina Dña. Sofia	37
5. Príncipe Felipe	37
6. Adolfo Suárez	49
7. Pascual Sala	50
8. Cristina Alberdi	50
9. Baltasar Garzón	53
10. Juez Moreiras	53
11. Marino Barbero	54
12. Jerónimo Saavedra	55
13. Julio Anguita	56
14. Antonio Gutiérrez	58
15. Antonio Romero	58
16. Carmen Alborch	59
17. Manuel G <sup>a</sup> Castellón	60
18. Javier Solana	62
19. Luis Angel Rojo	63
20. A. Pérez Rubalcaba	66
21. Juan Alberto Belloch	67
22. Pedro Solbes	67
23. Luis Ramallo	67
24. Luis Atienza	68
25. José Borrell	69
26. Antoni Asunción	69
27. Cándido Méndez	69
28. Rodrigo Rato	70
29. José M <sup>a</sup> Cuevas	72
30. Miguel Roca	72
31. Joaquín Leguina	73



32. Felipe González	74
33. Narcís Serra	76
34. José María Aznar	76
35. José Luis Corcuera	76
36. José M <sup>a</sup> Benegas	77
37. Xabier Arzallus	80
38. José Barrionuevo	82
39. Coronel Rodríguez Galindo	84
40. Jordi Pujol	86
41. Rafael Vera	90
42. Alfonso Guerra	96
43. Mario Conde	116
44. Mariano Rubio	182

#### 4.4. INTENCIONES DE VOTO

El análisis de la intención de voto es una tarea difícil y compleja en cualquier situación. No se trata simplemente de preguntar a la gente a qué partido votará en las próximas elecciones. Además, debe procederse con toda cautela si lo que se quiere realmente es informar a la opinión pública y no simplemente dirigirla hábilmente hacia una determinada opción política. Para ello, conviene seguir al menos dos pautas metodológicas:

- a. En primer lugar, parece más apropiado ofrecer los resultados de las intenciones por relación a 100 entrevistados (que sería el equivalente a 100 electores en una situación real de elecciones), y no por relación a 100 entrevistados-que-hayan-indicado- su-intención-de-voto (equivalente a 100 votantes válidos en una situación real de elecciones). Ya se sabe que los escaños se reparten a nivel provincial, y no a nivel nacional, que suele ser el alcance muestral de la mayoría de encuestas y sondeos, en función del porcentaje de votos obtenidos sobre 100 votos válidos y no sobre 100 electores; pero un sondeo no es una elección real, aunque se le parezca, y debe interesar más la explicación de los condicionantes del voto (o la predisposición al voto) que la predicción misma del resultado.
- b. En segundo lugar, deben explorarse muy diversos enfoques con el fin de intentar descubrir la estabilidad de las intenciones de voto declaradas, los factores de que depende esa estabilidad, las posibles alternativas de voto, las tendencias de transferencia o cambio de intención de voto, las actitudes y anteriores o posibles comportamientos de quienes no declaran su intención de voto, etc...

En definitiva, el análisis de la intención de voto no es ni una simple "adivinanza" o "quiniela política" ni un mero ejercicio de medición de actitudes carente de interpretación y análisis. El análisis de las intenciones de voto debe tomar en consideración los datos relativos a las actitudes y comportamientos electorales, así como otras variables políticas, sociales y económicas. Se trata pues de diferenciar entre una simple medición cuantitativa y el análisis sociológico propiamente dicho.

Los datos que se analizan a continuación se refieren a unas próximas pero no convocadas elecciones legislativas nacionales, que probablemente no se celebren hasta dentro de un año.

Al intentar conocer la intención de voto hacia los diferentes partidos existentes en la actualidad y con su configuración actual (en cuanto a coaliciones, líderes y programas), deben analizarse por lo menos tres cuestiones:

- a) Las simpatías hacia los diferentes partidos
- b) Las antipatías o rechazos hacia determinados partidos
- c) La intención de voto propiamente dicha.

En efecto, cada individuo puede tener simpatía hacia más de un partido, o lo que es igual, en determinadas circunstancias, y aunque ahora tenga intención de votar a un determinado partido, podría votar a uno de entre varios partidos. Pero, al mismo tiempo, cada individuo probablemente preferiría incluso no votar a tener que hacerlo por determinado (o determinados) partido(s).

En el Cuadro 4.4.1. se presentan los datos relativos a los partidos a los que se "podría votar", a los partidos a los que "nunca se votaría", y como diferencia, los electorados que no parecen tener una actitud definida a favor o en contra de partido alguno.

Los datos sobre partidos a los que se podría votar no son intención de voto, pero pueden tomarse, en el momento actual, como indicativos de la proporción máxima de electores con los que podría contar cada partido. Naturalmente, como los entrevistados pueden mencionar más de un partido, parte de los electores potenciales de unos partidos y otros se solapan. Por ello puede considerarse que este indicador mide el "mercado electoral potencial" de cada partido. Asimismo, el electorado potencial de cada partido podría aumentar sin que tenga que disminuir el de otros partidos. En realidad, este indicador de "mercado electoral potencial" sólo da una idea muy circunscrita al presente del grado en que un partido es conocido y es considerado como "votable", sin ningún otro compromiso por parte del entrevistado.

Los datos parecen demostrar el alto potencial electoral del PSOE y del PP, que alcanzan el 33 y 32 por ciento respectivamente, proporciones algo superiores a las del último sondeo que posiblemente resultan de la mayor politización del electorado a causa de las próximas elecciones. IU se sitúa en el 21%, proporción similar a la registrada en el pasado sondeo. Los nacionalistas de centro y derecha fluctúan generalmente alrededor del 10%. Y los de izquierda tienen un electorado potencial del 3% este mes, lo que también está dentro de sus márgenes habituales; el CDS se mantiene alrededor del 5% de electorado potencial, que es su nivel habitual. Los "otros" partidos se mantienen como siempre entre el 4 y el 6%. En resumen, se puede concluir que este sondeo se caracteriza por el mantenimiento o relativa estabilidad de los electorados potenciales de todos los partidos en sus niveles habituales.

La otra cara de la moneda del "mercado electoral potencial" es el "mercado inasequible", es decir, aquellas personas que afirman que nunca votarán a un determinado partido. Este "mercado inasequible" sería pues aquella parte del electorado que un partido difícilmente podría aspirar a atraer en ninguna circunstancia. Al igual que el "mercado electoral potencial", los "mercados inasequibles" de diferentes partidos pueden solaparse, pues ciertos electores pueden ser inasequibles para más de un partido. Los resultados de este mes demuestran que el PP, los partidos nacionalistas de izquierda y el PSOE como es habitual, son los partidos con un electorado inasequible más importante, con un 27%, en el primer caso y un 33% y un 19% en los otros dos. El mercado inasequible se ha mantenido casi en el mismo nivel respecto a los demás partidos durante los últimos meses.

Ahora bien, entre los electores que "podrían votar" a un partido en determinadas circunstancias, y los que "nunca votarían" a ese mismo partido, pueden no agotar el conjunto del electorado. En otras palabras, puede haber electores que no mencionen la posibilidad, por hipotética que sea, de votar a un partido, pero que tampoco sientan un antagonismo tal hacia él como para decir que nunca lo votarán. Esta parte del electorado es lo que podría denominarse "mercado electoral indiferente", que no se siente especialmente atraído ni rechazado por un determinado partido. Como es lógico, el hecho de que un sector del electorado sea indiferente hacia un partido no significa que no esté comprometido (positiva o negativamente) hacia otro partido. La "indiferencia" no significa indecisión genérica respecto a su comportamiento electoral, sino solamente indiferencia (ni simpatía ni rechazo) hacia un partido concreto. La utilidad principal de este concepto radica en que permite conocer, para cada partido, qué proporción del electorado no ha tomado todavía una posición concreta respecto a dicho partido, es decir, qué proporción del electorado carece de una actitud definida hacia él, y por tanto, sobre qué proporción del electorado se podría actuar para transmitir una imagen suya que pueda interesar.

Los datos sugieren que sólo el PP y el PSOE tienen una imagen suficientemente definida como para provocar actitudes claramente expresadas por parte de más de la mitad del electorado.

Se llega así al análisis de las intenciones de voto declaradas en el caso hipotético de que las elecciones fuesen mañana. En el Cuadro 4.4.2. se ofrece la intención de voto si las elecciones fuesen mañana, así como los resultados reales de las pasadas elecciones del 6 de junio de 1993. En el mismo Cuadro se presentan las diferencias entre las intenciones de voto y los últimos

resultados reales, en puntos porcentuales y como porcentaje sobre los resultados de junio de 1993.

Esta comparación debe hacerse teniendo en cuenta la probable ocultación de voto hacia diversos partidos, y especialmente, la fuerte "ocultación" de la abstención. La proporción de quienes no manifiestan sus intenciones (23,4%) incluye previsiblemente a estos "ocultadores".

Sólo la intención de voto al IU y a otros partidos es este mes ligeramente superior a los resultados reales de las últimas elecciones. Se observa este mes cierta disminución en la intención de voto a IU y a partidos nacionalistas de centro y derecha, por comparación con los datos del mes pasado, así como cierto incremento del voto a PP y PSOE.

Pues bien, si estas intenciones de voto fuesen ciertas, implicarían pérdidas electorales de casi todos los partidos, excepto IU y otros, respecto a las elecciones de 1993. La proporción de quienes no manifiestan sus intenciones alcanza a un 23% de los entrevistados, que es algo mayor que la registrada en el último sondeo. Y, la abstención declarada es muy baja (8,4% frente al 22,7% real de las elecciones del pasado 6 de junio de 1993), pero ello no implica necesariamente menor abstención, como la estimación pone de manifiesto. No obstante, si se considera que los NS/NC probablemente se abstendrán, la cifra resultante (31,8%) sería muy superior a la obtenida en las últimas elecciones generales.

Ahora bien, el cambio observado este mes en las intenciones de voto (incremento del PP y del PSOE, descenso de IU y de los nacionalistas de centro y derecha), se debe posiblemente al actual clima electoral.

Por tales razones, y en base a los argumentos que luego se especificarán, es por lo que las intenciones directas de voto deben ser re-interpretadas en forma de estimaciones de voto a fin de eliminar estos sesgos de "ocultación" o "exageración".

En cualquier caso, los datos de intención directa de voto parecen reflejar la imagen social de los partidos después de las últimas elecciones: muy buena imagen para IU (que registra un 43% de incremento), relativa buena imagen para otros partidos (que registran una ganancia del 8%), peor imagen para todos los demás, principalmente para los partidos nacionalistas de centro y derecha y el CDS, (que registran una pérdida del 44% y 43%, respectivamente) y para el PSOE, que pierde un 20% por comparación con sus resultados de junio de 1993. Por su parte, el PP registra una pérdida del 11%.

Y la última apreciación que debe hacerse aquí es un comentario que puede ser muy sugestivo a efectos de intentar conocer cuáles son las tendencias realmente subyacentes en el electorado, y que se refiere a la comparación entre los resultados reales de 1993, el recuerdo de voto y la intención de voto, que se facilita en el Cuadro 4.4.3.. El análisis de estos tres indicadores conduce a situaciones muy distintas en los diferentes partidos. Todos los partidos excepto el PSOE muestran un recuerdo de voto que sub-estima sus resultados reales en 1993.

Sin embargo, la intención es bastante inferior al recuerdo de voto respecto al PSOE (lo que hace pensar que su pérdida de electores puede ser importante) y ligeramente respecto al CDS. Todos los demás partidos tienen una intención de voto superior al recuerdo, por lo que sus posibles pérdidas son menores de lo que parece. IU vuelve a ser el único partido que tiene este mes una intención de voto superior al recuerdo y a los resultados reales de junio, (3,4 y 3,2 puntos porcentuales, respectivamente) hecho que puede sugerir un fuerte crecimiento.

Aunque al analizar el Sistema de Indicadores Sociales ya se ofrecieron los datos de intención de voto según los indicadores citados, se presentan otros datos complementarios, cuyos resultados más sobresalientes pueden resumirse así:

- a. El voto al PP es más alto, en términos relativos, especialmente entre los de derecha y centro, y entre los de alto status socioeconómico y los de alta posición social.
- b. El voto al CDS sólo es significativamente más alto entre los de centro.
- c. El voto al PSOE es sobre todo importante entre los mayores de 65 años, los de izquierda y los de status socioeconómico y posición social baja.
- d. En cuanto al voto a IU , es considerablemente mayor su intención de voto entre los menores de 50 años, los de izquierda y los de posición social alta.
- e. Los votantes a partidos nacionalistas de centro y derecha , a su vez, están relativamente más representados entre los de alta posición social.
- f. El voto a partidos nacionalistas de izquierda es muy pequeño en todos los segmentos, pero algo mayor entre los más jóvenes, los de izquierda y los de status alto.
- g. Los votantes , por último, a "otros" partidos , están relativamente más representados entre los que tienen de 18 a 49 años, los de centro, y los de status socioeconómico medio.
- h. En cuanto a los que dicen que no votarán , o los que no contestan sus intenciones de voto, muestran pautas no homogéneas y muy variables de un mes a otro.

Otro análisis interesante es el que tradicionalmente se hace cruzando el partido votado en anteriores elecciones (en este caso junio de 1993) con la actual intención de voto. A la hora de extraer conclusiones sólidas, este análisis tiene como principales dificultades la calidad y la exactitud del recuerdo de voto. En efecto, si dicho recuerdo es inexacto, la tabla de transferencias se ve muy afectada. Si, como se ha sugerido, hay "ocultación" del voto pasado (PP) o "sobre-valoración" de dicho voto (IU), el análisis será menos válido. Pero además, el análisis se basa también necesariamente en la calidad de los datos sobre intención de voto.

Naturalmente, éste es uno de esos casos en que los errores en una y otra variable no sólo no se compensan entre sí, sino que además se multiplican.

Por todo ello, se omite en el informe mensual la tabla detallada de transferencias (recuerdo de voto por intención de voto), realizándose ese análisis pormenorizado en los informes trimestrales. Aquí se presenta, no obstante, un análisis abreviado de las tablas de transferencia, con el fin de estimar, mes a mes, si se han producido cambios importantes en los indicadores principales.

En el Cuadro 4.4.5. se pueden ver los "saldos" entre el "recuerdo de voto" y la "intención de voto", así como los componentes de ese saldo (voto estable, ganancias y pérdidas) de cada partido, partiendo siempre de la tabla de transferencias y considerando todos los porcentajes sobre el total de entrevistados (equivalentes a porcentajes sobre el electorado total).

En conjunto puede afirmarse, de acuerdo con estos datos, que un 60% del electorado se comportaría en unas futuras elecciones del mismo modo que en las pasadas elecciones del 6 de junio de 1993, lo que significa una alta proporción de voto estable . Los saldos demuestran este mes que el PSOE tiene un saldo muy negativo mientras que los demás partidos tienen saldos positivos, sobre todo el PP e IU, o escasamente negativos (CDS).

Para aclarar más la interpretación de los Cuadros 4.4.5. y 4.4.6. conviene recordar que:

- a) el saldo neto es la diferencia, (en puntos porcentuales sobre 100 electores) entre la intención de voto manifestada si las elecciones fuesen mañana y el recuerdo de voto en las elecciones del '93;
- b) el voto estable es la proporción del electorado (sobre 100 electores) que manifiesta haber votado a un partido en 1993 y tiene intención de votar a ese mismo partido si las elecciones fuesen mañana;
- c) el incremento procedente de otros partidos es la proporción del electorado (sobre 100 electores) que, habiendo votado a otros partidos en 1993, afirma tener intención de votar a determinado partido si las elecciones fuesen mañana;
- d) las pérdidas hacia otros partidos son la proporción del electorado (sobre 100 electores) que, habiendo votado a un partido en las elecciones del '93, dice que votará a otros partidos si las elecciones fuesen mañana.

Debe advertirse que, dado el tamaño de la muestra, se presentan los datos en cada Informe mensual ASEP sólo a título descriptivo e indicativo, pues cada tres meses se realiza un análisis más pormenorizado, mediante agregación de los datos de los tres meses (si es que no se observan cambios tan grandes que desaconsejen la agregación).

En todo caso, y teniendo en cuenta los datos disponibles este mes, puede afirmarse que el voto estable del PSOE y el del PP son los de mayor magnitud. El electorado estable de los demás partidos es necesariamente pequeño, puesto que pequeñas fueron también las proporciones del electorado total que les votaron en 1.993, pero el electorado estable de IU que venía aumentado en los últimos meses ha reducido notablemente otra vez su electorado estable este mes por comparación con el del pasado mes.

El electorado no-estable, es decir, el que dice que tiene intención de comportarse de una manera diferente a como lo hizo en junio de 1.993, representaba habitualmente entre el 35 y el 40% del electorado total (y es, lógicamente, la suma de todas las ganancias y de todas las pérdidas del electorado de los diferentes partidos), siendo además el complemento del electorado estable. Este mes el electorado no-estable es casi idéntico al del mes pasado.

Puede comprobarse, una vez más, que los mayores incrementos de electorado corresponden este mes al PP y a IU, y las mayores pérdidas sobre todo al PSOE.

La experiencia acumulada en pasadas elecciones, al utilizar las intenciones de voto como predictor de los comportamientos electorales reales, ha permitido diseñar un modelo que, por una parte, corrige la "ocultación" de voto hacia ciertos partidos con mala imagen social, y por otra, corrige el "exceso" de intención de voto hacia otros partidos que, por haber ganado las elecciones o tener buena imagen, inducen a declarar intenciones que luego no se llevan a la práctica.

La estimación es una responsabilidad de quien la elabora, pues por rigurosas que sean las técnicas utilizadas siempre existe un factor de arbitrariedad y, en definitiva, de decisión (elección entre diferentes supuestos). El método que se ha utilizado para elaborar esta estimación parte de las "intenciones" de voto expresamente declaradas, y las corrige teniendo en cuenta el "recuerdo de voto" en pasadas elecciones, el autoposicionamiento ideológico, y otras variables que, según la experiencia acumulada, suelen estar muy relacionadas con los comportamientos electorales reales.

En este sentido, deben recordarse aquí los hechos que sobresalen en el sondeo de este mes:

- a) Intenciones directas de voto superiores al recuerdo de voto para todos los partidos excepto el PSOE fundamentalmente y el CDS.
- b) Recuerdo de voto sub-estimado (por comparación con los resultados reales de Junio 1993) para todos los partidos excepto el PSOE.
- c) Intención de voto superior a los resultados reales de 1.993 para IU y otros partidos (aunque en menor medida).

Los datos que se ofrecen a continuación incluyen los resultados reales de las elecciones de junio de 1.993, el recuerdo de voto, las "intenciones" de voto declaradas, y la estimación elaborada.



**Estimación de Resultados de las Próximas Elecciones Generales  
MAYO 1995**

	Resultados Reales en junio 1993	Recuerdo de Voto	Intenciones Directas de Voto	Estimación de Voto
PP	26,7%	17,3%	23,7%	29,0%
CDS	1,4	1,3	0,8	0,9
PSOE	29,7	32,4	23,7	19,4
IU	7,4	7,2	10,6	9,1
Nac.Centro y Dcha.	6,8	3,4	3,8	5,7
Nac.Izqda.	1,7	1,1	1,7	1,8
Otros	3,6	2,6	3,9	2,3
Abstención	22,7	18,5	8,4	31,8
NS/NC	-	16,2	23,4	-
-----				
Total Electores	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Nota: Los partidos "nacionalistas" de centro y derecha incluyen a los partidos siguientes:  
CIU, PNV, CG, PAR, UPN, PA, AIC, UV, EA, PRC, CCI, AM, PNC Y CC.

Así, si esta estimación fuese correcta, los resultados de las próximas elecciones legislativas, de momento no convocadas, proporcionarían unos resultados significativamente diferentes a los registrados en junio de 1993, ya que el PP parece superar al PSOE en casi diez puntos porcentuales. Los cambios más importantes respecto a las pasadas elecciones generales serían:

- Notable aumento del nivel de la abstención.
- Aumento del voto a IU. --Aumento del voto al PP.
- Mantenimiento del voto a los partidos nacionalistas de izquierda.
- Cierta descenso del voto para el CDS, los partidos nacionalistas de centro derecha y otros partidos.
- Fuerte disminución del voto al PSOE.



**Cuadro 4.4.1.**

**Electorado Potencial, Indiferente e Inasequible  
para Cada Partido Político (\*)**

	V-94	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95
<b>Podría Votar:</b>												
PP	26%	32%	29%	29%	28%	26%	26%	26%	29%	30%	30%	32%
CDS	7	6	6	4	5	4	5	4	8	6	6	5
PSOE	31	30	30	29	29	26	34	29	30	28	29	23
IU	26	28	28	22	21	22	20	23	26	26	22	21
Nacionalistas Derecha	10	11	12	8	10	9	8	10	10	9	10	8
Nacionalistas Izquierda	3	4	4	3	3	2	2	4	2	3	3	3
Otros	7	8	8	6	6	4	4	4	4	6	5	6
No Votará	8	6	9	10	10	11	11	12	7	8	10	7
NS	11	9	9	11	10	12	11	10	10	11	12	12
NC	6	9	6	8	8	7	5	7	6	4	5	6
Total	(1.223)	(1.221)	(1.208)	(1.212)	(1.212)	(1.210)	(1.210)	(1.215)	(1.211)	(1.219)	(1.213)	(1.213)
<b>No Podría Votar ni Rechazaría:</b>												
PP	41%	40%	43%	45%	42%	42%	43%	43%	39%	39%	40%	41%
CDS	88	88	88	93	90	91	91	91	86	90	90	91
PSOE	46	50	48	52	50	53	46	47	46	46	46	48
IU	63	62	61	67	67	67	69	66	61	63	68	69
Nacionalistas Derecha	82	80	79	82	78	83	84	82	81	83	83	84
Nacionaistas Izquierda	71	64	66	70	67	72	74	71	68	71	72	64
Otros	87	89	88	90	90	94	94	94	93	92	93	92
Total	(1.223)	(1.221)	(1.208)	(1.212)	(1.212)	(1.210)	(1.210)	(1.215)	(1.211)	(1.219)	(1.213)	(1.213)
<b>Nunca Votaría:</b>												
PP	33%	28%	28%	26%	30%	32%	31%	31%	32%	31%	30%	27%
CDS	5	6	6	3	5	5	4	5	6	4	4	4
PSOE	23	20	22	19	21	21	20	24	24	26	25	19
IU	11	10	11	11	12	11	11	11	13	11	10	10
Nacionalistas Derecha	8	9	9	10	12	8	8	8	9	8	7	8
Nacionalistas Izquierda	26	32	30	27	30	26	24	25	30	26	25	33



Otros	4	3	4	4	4	2	2	2	3	2	2	2
No Votará	6	4	6	7	7	6	7	7	4	4	6	5
NS	13	13	15	17	13	12	14	12	14	12	14	16
NC	5	8	7	8	7	7	6	7	5	6	6	5
Total	(1.223)	(1.221)	(1.208)	(1.212)	(1.212)	(1.210)	(1.210)	(1.215)	(1.211)	(1.219)	(1.213)	(1.213)

(\*) Los porcentajes en las tres tablas pueden sumar más de 100, porque los entrevistados podían mencionar más de un partido.



**Cuadro 4.4.2.**

**Intención de Voto si las Elecciones fuesen Mañana**

	Resultados Reales de												
	VI-1993	V-94	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95
PP	26,7%	19,0%	25,6%	22,8%	22,7%	21,2%	22,1%	20,2%	20,2%	22,0%	23,8%	22,8%	23,7%
CDS	1,4	1,6	1,4	1,0	1,2	0,8	0,8	0,5	1,0	1,5	1,2	1,0	0,8
PSOE	29,7	22,0	20,3	21,0	21,3	20,6	21,0	27,0	20,8	21,1	20,9	22,3	23,7
IU	7,4	13,2	13,0	14,2	12,3	12,1	13,2	10,8	13,2	15,6	14,4	12,2	10,6
Nacionalistas Drcha.	6,8	6,1	6,4	6,9	4,7	6,2	5,4	4,9	4,6	5,3	4,6	6,0	3,8
Nacionalistas Izqda.	1,7	1,9	2,2	1,6	1,5	2,2	0,9	1,8	2,3	1,1	1,3	1,2	1,7
Otros	3,6	4,9	3,4	3,5	3,5	4,0	4,8	3,4	3,3	4,1	4,8	3,8	3,9
No (Votó) Votará	22,7	10,3	7,1	10,3	12,0	11,3	12,8	11,5	12,4	8,8	9,4	10,7	8,4
NS/NC	-	21,0	20,6	18,7	20,8	21,6	19,0	19,9	22,2	20,5	19,6	20,0	23,4
	(30.520.730)	(1.223)	(1.221)	(1.208)	(1.212)	(1.212)	(1.210)	(1.210)	(1.215)	(1.211)	(1.219)	(1.213)	(1.213)

**Diferencia entre la Intención de Voto y los Resultados Reales de 1993**

	V-94	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95
Diferencia en Puntos Porcentuales:												
PP	- 7,7	- 1,1	- 3,9	- 4,0	- 5,5	- 4,6	- 6,5	- 6,5	- 4,7	- 2,9	- 3,9	- 3,0
CDS	+ 0,2	0,0	- 0,4	- 0,2	- 0,6	- 0,6	- 0,9	- 0,4	+ 0,1	- 0,2	- 0,4	- 0,6
PSOE	- 7,7	- 9,4	- 8,7	- 8,4	- 9,1	- 8,7	- 2,7	- 8,9	- 8,6	- 8,8	- 7,4	- 6,0
IU	+ 5,8	+ 5,6	+ 6,8	+ 4,9	+ 4,7	+ 5,8	+ 3,4	+ 5,8	+ 8,2	+ 7,0	+ 4,8	+ 3,2
Nacionalist.Derecha	- 0,7	- 0,4	+ 0,1	- 2,1	- 0,6	- 1,4	- 1,9	- 2,2	- 1,5	- 2,2	- 0,8	- 3,0
Nacionalis.Izq.	+ 0,2	+ 0,5	- 0,1	- 0,2	+ 0,5	- 0,8	+ 0,1	+ 0,6	- 0,6	- 0,4	- 0,5	0,0
Otros	+ 1,3	- 0,2	- 0,1	- 0,1	+ 0,4	+ 1,2	- 0,2	- 0,3	+ 0,5	+ 1,2	+ 0,2	+ 0,3
No Votará	-12,4	-15,6	-12,4	-10,7	-11,4	- 9,9	-11,2	-10,3	-13,9	-13,3	-12,0	-14,3
NS/NC	+21,0	+20,6	+18,7	+20,8	+21,6	+19,0	+19,9	+22,2	+20,5	+19,6	+20,0	+23,4
Indice Discrepancia	28,5	26,7	25,6	25,7	27,2	26,0	23,4	28,6	29,3	27,8	25,0	26,9



Diferencia en porcentaje respecto a 1993:

PP	-29	- 4	-15	-15	-21	- 17	- 24	- 24	-18	-11	-15	-11
CDS	-14	0	-29	-14	-43	- 43	- 64	- 28	+ 7	-14	-28	-43
PSOE	-26	-32	-29	-28	-31	- 29	- 9	- 30	-29	-30	-25	-20
IU	+78	+76	+92	+66	+64	+ 78	+ 46	+ 78	+111	+95	+26	+43
Nacionalis.Derecha	-10	- 6	+ 2	-31	-9	+ 20	- 28	- 32	-22	-32	-12	-44
Nacionalis.Izq.	-12	+29	- 6	-12	+29	- 47	+ 6	+ 35	-35	-23	-29	0
Otros	+36	- 6	- 3	- 3	+11	+ 33	- 6	- 8	+14	+33	+ 6	+ 8
No Votará	-23	-69	-55	-47	-50	- 56	- 49	- 45	-61	-58	-53	-63



**Cuadro 4.4.3.**

**Diferencias entre Intención de Voto y Recuerdo de Voto**

	V-94	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95
Diferencia en Puntos												
Porcentuales:												
PP	+ 4,0	+ 5,2	+ 4,6	+ 3,1	+ 1,7	+ 2,7	+ 2,2	+ 4,1	+ 3,7	+ 4,2	+ 4,7	+ 6,4
CDS	- 0,1	0,0	0,0	+ 0,5	- 0,2	+ 0,3	- 0,4	- 0,3	+ 0,5	0,0	- 0,6	- 0,5
PSOE	-12,8	- 8,2	- 5,4	- 3,0	- 4,5	- 6,2	- 3,8	- 7,9	- 7,6	-10,4	- 7,3	- 8,7
IU	+ 4,9	+ 5,2	+ 4,5	+ 1,9	+ 4,0	+ 3,9	+ 3,3	+ 3,7	+ 5,2	+ 4,6	+ 4,2	+ 3,4
Nacionalis.Derecha	+ 0,5	+ 0,3	+ 1,3	- 0,1	+ 0,8	+ 1,0	+ 0,4	- 0,5	- 0,1	- 0,1	+ 1,2	+ 0,4
Nacionalis.Izq.	+ 0,4	+ 0,2	+ 0,4	+ 0,3	+ 0,2	+ 0,2	+ 0,1	+ 0,5	- 0,1	- 0,2	+ 0,1	+ 0,6
Otros	+ 3,2	+ 2,2	+ 2,3	+ 2,3	+ 2,5	+ 3,4	+ 2,2	+ 2,3	+ 3,1	+ 3,8	+ 1,8	+ 1,3
No Votará	- 5,2	- 7,3	- 8,1	- 7,8	- 9,7	- 6,8	- 8,3	- 6,3	- 9,6	- 8,8	- 9,3	-10,1
NS/NC	+ 5,1	+ 2,4	+ 0,4	+ 2,8	+ 5,2	+ 1,5	+ 4,3	+ 4,4	+ 4,9	+ 6,9	+ 5,2	- 7,2
Índice Discrepancia	18,1	15,5	13,5	10,9	14,4	13,0	12,5	15,0	17,4	19,5	17,2	19,3
Diferencia en porcentaje respecto a												
Recuerdo de Voto:												
PP	+ 27	+ 25	+ 25	+ 16	+ 9	+ 14	+ 12	+ 25	+ 20	+ 21	+26	+37
CDS	- 6	0	0	+ 71	- 20	+ 60	- 44	- 23	+ 50	0	-38	-38
PSOE	- 37	- 29	- 20	- 12	- 18	- 23	- 12	- 28	- 26	- 33	-25	-27
IU	+ 59	+ 67	+ 46	+ 18	+ 49	+ 42	+ 44	+ 39	+ 50	+ 47	+52	+47
Nacionalis.Derecha	+ 9	+ 5	+ 23	- 2	+ 15	+ 23	+ 9	- 10	- 2	- 2	+25	+12
Nacionalis.Izq.	+ 27	+ 10	+ 33	+ 25	+ 10	+ 28	+ 6	+ 28	- 8	- 13	+ 9	+54
Otros	+188	+183	+192	+192	+167	+243	+183	+230	+310	+380	+90	+50
No Votará	- 34	- 51	- 44	- 39	- 46	- 35	- 42	- 34	- 52	- 48	-46	-55
NS/NC	+ 32	+ 13	+ 2	+ 16	+ 32	+ 9	+ 28	+ 25	+ 31	+ 54	+36	+44



**Cuadro 4.4.4.**

**Intención de Voto Directa, por Características Socioeconómicas.**

MAYO 1995	Total	PP	CDS	PSOE	IU	Nacion. Dcha	Nacion. Izda	Otros	NV	NS	NC
TOTAL	(1213)	24%	1	24	11	4	2	4	8	17	7
Edad:											
18 a 29 años	(316)	25%	1	15	15	5	4	5	12	15	3
30 a 49 años	(413)	25%	*	20	13	4	1	5	7	16	7
50 a 64 años	(262)	23%	2	30	7	2	*	2	5	17	12
65 y más años	(222)	20%	*	35	2	4	1	2	10	19	6
Posición Social:											
Baja	(497)	21%	-	32	5	3	3	3	9	19	6
Media	(550)	25%	2	19	13	4	1	4	9	16	8
Alta	(167)	27%	1	12	20	7	1	7	7	11	7
Ideología:											
Izquierda	(483)	3%	*	44	23	3	3	4	4	12	4
Centro	(192)	35%	4	12	2	5	1	7	10	14	9
Derecha	(219)	75%	-	2	*	4	-	1	3	10	5
Status Socioeconómico:											
Alto, Medio alto	(223)	37%	*	13	13	4	2	8	6	12	4
Medio	(676)	23%	1	23	12	3	1	3	8	17	8
Medio Bajo	(287)	16%	1	31	6	5	2	4	11	19	6
Bajo	(26)	15%	-	46	4	-	8	-	4	19	4
Clientes de:											
Bancos	(402)	29%	1	20	11	4	1	3	8	15	7
Cajas	(945)	22%	1	24	11	4	2	4	9	16	7



**Cuadro 4.4.5.**

**Indicadores de Transferencias de Voto  
(Basados en el Recuerdo de Voto y la Intención de Voto)  
(Porcentajes sobre Total de la Muestra)**

Saldo Neto	V-94	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95
PP	+ 4,0	+ 5,2	+ 4,6	+ 3,1	+1,7	+ 2,7	+ 2,2	+ 4,1	+ 3,7	+ 4,2	+ 4,7	+ 6,4
CDS	- 0,1	0,0	0,0	+ 0,5	-0,2	+ 0,3	- 0,4	- 0,3	+ 0,5	0,0	- 0,6	- 0,5
PSOE	-12,8	- 8,2	- 5,4	- 3,0	-4,5	- 6,2	- 3,8	- 7,9	- 7,6	-10,4	- 7,3	- 8,7
IU	+ 4,9	+ 5,2	+ 4,5	+ 1,9	+4,0	+ 3,9	+ 3,3	+ 3,7	+ 5,2	+ 4,6	+ 4,2	+ 3,4
Nacionalistas Derecha	+ 0,5	+ 0,3	+ 1,3	- 0,1	+0,8	+ 1,0	+ 0,4	- 0,5	- 0,1	- 0,1	+ 1,2	+ 0,4
Nacionalistas Izquierda	+ 0,4	+ 0,2	+ 0,4	+ 0,3	+0,2	+ 0,2	+ 0,1	+ 0,5	- 0,1	- 0,2	+ 0,1	+ 0,6
Otros	+ 3,2	+ 2,2	+ 2,3	+ 2,3	+2,5	+ 3,4	+ 2,2	+ 2,3	+ 3,1	+ 3,8	+ 1,8	+ 1,3
No Votará	- 5,2	- 7,3	- 8,1	- 7,8	-9,7	- 6,8	- 8,3	- 6,3	- 9,6	- 8,8	- 9,3	-10,1
Blanco NS/NC	+ 5,1	+ 2,4	+ 0,4	+ 2,8	+5,2	+ 1,5	+ 4,3	+ 4,4	+ 4,9	+ 6,9	+ 5,2	+ 7,2
Indice de Discrepancia	18,1	15,5	13,5	10,9	14,4	13,0	12,5	15,0	17,4	19,5	17,2	19,3

  

Voto Estable	V-94	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95
PP	12,5	17,9	16,2	17,3	15,5	17,2	14,8	13,7	15,4	16,6	15,2	14,8
CDS	0,6	0,6	0,3	0,2	0,3	0,2	0,2	0,3	0,3	0,5	0,2	0,3
PSOE	19,6	17,5	17,3	17,7	17,3	18,7	22,4	17,8	18,6	17,9	18,5	19,2
IU	6,8	6,8	8,4	8,8	6,9	7,7	6,4	7,3	8,6	7,3	6,4	5,7
Nacionalistas Derecha	3,8	4,4	4,3	3,0	4,1	3,1	3,4	3,2	3,3	2,6	3,0	2,0
Nacionalistas Izquierda	0,8	1,5	0,5	0,8	1,5	0,5	1,5	1,4	0,7	0,6	0,6	0,7
Otros	1,1	0,4	0,5	0,6	0,7	0,7	0,4	0,4	0,5	0,5	1,2	1,1
No Votará	5,3	4,4	6,2	8,1	8,2	7,7	7,3	7,9	5,0	5,5	6,4	5,8
Blanco NS/NC	9,3	11,3	10,0	9,5	10,1	10,6	9,5	10,9	8,7	7,2	8,8	10,2
Total	59,8	64,8	63,7	66,0	64,6	66,4	65,9	62,9	61,1	58,7	60,3	59,8



**Cuadro 4.4.6.**

**Indicadores de Transferencias de Voto  
(Basados en el Recuerdo de Voto y la Intención de Voto)  
(Porcentajes sobre Total de la Muestra)**

Incrementos procedentes de Otros Partidos:	V-94	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95
PP	6,5	7,7	6,6	5,4	5,7	4,9	5,4	6,5	6,6	7,2	7,6	8,9
CDS	1,0	0,8	0,7	1,0	0,5	0,6	0,3	0,7	1,2	0,7	0,8	0,5
PSOE	2,4	2,8	3,7	3,6	3,3	2,3	4,6	3,0	2,5	3,0	3,8	4,5
IU	6,4	6,2	5,8	3,5	5,2	5,5	4,4	5,9	7,0	7,1	5,8	4,9
Nacionalistas Derecha	2,3	2,0	2,6	1,7	2,1	2,3	1,5	1,4	2,0	2,0	3,0	1,8
Nacionalistas Izquierda	1,1	0,7	1,1	0,7	0,7	0,4	0,3	0,9	0,4	0,7	0,6	1,0
Otros	3,8	3,0	3,0	2,9	3,3	4,1	3,0	2,9	3,6	4,3	2,6	2,8
No Votará	5,0	2,7	4,1	3,9	3,1	5,1	4,2	4,5	3,8	3,9	4,3	2,6
Blanco NS/NC	11,7	9,3	8,7	11,3	11,5	8,4	10,4	11,3	11,8	12,4	11,2	13,2
<b>Total</b>	<b>40,2</b>	<b>35,2</b>	<b>36,3</b>	<b>34,0</b>	<b>35,4</b>	<b>33,6</b>	<b>34,1</b>	<b>37,1</b>	<b>38,9</b>	<b>41,3</b>	<b>39,7</b>	<b>40,2</b>

  

Pérdidas hacia Otros Partidos:	V-94	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95
PP	2,5	2,5	2,0	2,3	4,0	2,2	3,2	2,4	2,9	3,0	2,9	2,5
CDS	1,1	0,8	0,7	0,5	0,7	0,3	0,7	1,0	0,7	0,7	1,4	1,0
PSOE	15,2	11,0	9,1	6,6	7,8	8,5	8,4	10,9	10,1	13,4	11,1	13,2
IU	1,5	1,0	1,3	1,6	1,2	1,6	1,1	2,2	1,8	2,5	1,6	1,5
Nacionalistas Derecha	1,8	1,7	1,3	1,8	1,3	1,3	1,1	1,9	2,1	2,1	1,8	1,4
Nacionalistas Izquierda	0,7	0,5	0,7	0,4	0,5	0,2	0,2	0,4	0,5	0,9	0,5	0,4
Otros	0,6	0,8	0,7	0,6	0,8	0,7	0,8	0,6	0,5	0,5	0,8	1,5
No Votará	10,2	10,0	12,2	11,7	12,8	11,9	12,5	10,8	13,4	12,7	13,6	12,7
Blanco NS/NC	6,6	6,9	8,3	8,5	6,3	6,9	6,1	6,9	6,9	5,5	6,0	6,0
<b>Total</b>	<b>40,2</b>	<b>35,2</b>	<b>36,3</b>	<b>34,0</b>	<b>35,4</b>	<b>33,6</b>	<b>34,1</b>	<b>37,1</b>	<b>38,9</b>	<b>41,3</b>	<b>39,7</b>	<b>40,2</b>



**Cuadro 4.4.7.**

**Estimación de la Intención de Voto Según el Modelo Predictivo ASEP**

	Resultados Reales en 1993	V-94	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95
PP	26,7%	27,1%	29,9%	28,4%	26,3%	25,6%	26,4%	25,8%	27,6%	27,3%	28,2%	27,0%	29,0%
CDS	1,4	1,4	0,5	0,5	1,0	0,8	0,4	0,7	0,5	1,5	1,4	0,9	0,9
PSOE	29,7	18,3	20,1	21,5	23,4	21,5	21,2	24,7	19,9	19,4	18,7	20,0	19,4
IU	7,4	10,9	11,2	10,8	8,9	10,4	10,1	10,4	10,7	11,4	11,5	10,5	9,1
Nacional.Drcha.	6,8	6,7	6,4	6,6	6,0	6,5	6,3	6,4	5,8	6,0	5,4	6,4	5,7
Nac. Iqda.	1,7	1,5	1,3	1,2	1,5	1,3	1,8	1,7	2,0	1,3	1,4	1,6	1,8
Otros	3,6	3,1	2,9	2,7	3,0	3,0	3,0	2,8	3,1	3,8	3,9	3,0	2,3
Abstención	22,7	31,0	27,7	28,3	29,9	30,9	30,8	27,5	30,4	29,3	29,5	30,6	31,8
Total Electores (30.520.730)	(1.223)	(1.221)	(1.208)	(1.212)	(1.212)	(1.210)	(1.210)	(1.215)	(1.211)	(1.219)	(1.213)	(1.213)	

## 5. Utilización de Medios de Comunicación

### 5.1. ANTECEDENTES

Durante los últimos años, los medios de comunicación han adquirido una relevancia muy especial, contribuyendo a orientar en una u otra dirección la opinión que los españoles manifiestan sobre los acontecimientos políticos, económicos y de interés social que afectan a la población en general.

El debate creciente entre los partidos políticos sobre la función, el control de gestión y el nivel de independencia que caracteriza a los actuales canales de televisión y editores de prensa no es sino un claro exponente de la necesidad de analizar el uso que los españoles hacen de los medios de comunicación más importantes, con vistas a comprender la opinión pública con más exactitud.

Este capítulo recoge la evolución en el "consumo" de prensa diaria, revistas, televisión y radio, para lo cual se manejan las variables sociodemográficas habituales en el sondeo ASEP. Además, se agrega un índice de elaboración propia, el Índice de Exposición a la Información (IEI), cuyo objeto es distinguir los segmentos sociales en función del nivel de información al que están sometidos. Este índice combina la lectura de diarios, revistas de información general y la audiencia de boletines de noticias en televisión y puede variar entre 0 y 200, con un nivel de equilibrio en 100.

Durante los últimos años, se ha podido constatar que los segmentos sociales que tienen un grado mayor de exposición a la información suelen ser:

- Personas menores de 49 años.
- Con alta posición social y status socioeconómico familiar (únicos segmentos cuyo IEI supera el nivel 100).
- Los residentes en áreas metropolitanas.
- Los posicionados ideológicamente a la derecha.

En mayo, el IEI ha sido el mismo que en marzo (72), una vez normalizados los hábitos de consumo de información tras el paréntesis marcado por la Semana Santa durante el pasado mes de abril. Los últimos acontecimientos han sido poco notorios, pese a que el trabajo de campo está realizado en pleno proceso pre-electoral, bastante después del atentado a José María Aznar y antes de que tuviera lugar el fallecimiento de Lola Flores, un acontecimiento que disparó la audiencia de los boletines informativos.

El índice de exposición a la información oscila en esta ocasión entre 39 y 88, bastante por debajo del índice de equilibrio (100), lo que pone de manifiesto que los españoles tienen un nivel de información bajo.

Tan sólo los individuos de alto status (113) y alta posición social (115) conocen unos niveles superiores al índice de equilibrio.



Cuadro 5.1.1.

**Exposición de los Entrevistados a Medios de Información  
e Índice de Exposición a la Información**

	V-94	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95
Alta-Media	37%	37%	36%	37%	38%	38%	36%	38%	33%	36%	35%	36%
Baja	38	37	40	39	39	42	40	39	41	43	41	41
Ninguna	26	26	24	24	24	19	25	23	26	21	24	23
IEI	74	74	72	74	75	77	71	75	66	72	69	72



**Cuadro 5.1.2.**

**Índice de Exposición a la Información (IEI), por  
Características Socioeconómicas**

	V-94	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95
Total IEI	74	74	72	74	75	77	71	75	66	72	69	72
Edad:												
- 30 años	84	77	84	85	79	76	76	73	74	78	76	80
30-49 años	81	86	83	82	88	85	80	96	68	78	80	79
50-64 años	70	63	64	68	70	82	68	61	65	66	66	72
65 y más años	52	59	44	51	53	57	54	56	54	62	44	45
Posición Social:												
Baja	47	47	43	49	44	50	46	46	39	47	40	45
Media	84	84	86	83	86	87	79	85	76	83	80	83
Alta	130	121	121	121	129	130	123	127	112	118	115	115
Ideología:												
Izquierda	81	83	80	85	78	82	82	83	71	79	70	76
Centro	70	80	76	78	83	78	66	88	75	88	83	74
Derecha	98	85	86	85	101	97	81	83	78	74	93	87
Hábitat:												
Rural	57	59	49	60	51	66	59	57	50	58	63	55
Urbano	74	71	77	69	79	71	69	80	63	78	60	72
Metropolitano	90	92	86	95	91	98	87	83	85	76	92	86
Status Socioeconómico Familiar:												
Alto, Medio Alto	117	115	100	114	108	118	111	112	111	114	103	113
Medio	70	70	73	69	73	72	69	71	61	71	67	68
Medio Bajo	54	54	56	60	56	58	51	57	43	51	51	52
Bajo	49	44	37	28	21	41	53	50	36	28	33	39
Clientes:												
Bancos	91	86	82	90	97	87	88	91	76	81	77	88
Cajas	72	71	70	72	73	76	68	75	68	74	70	72

## 5.2. PRENSA DIARIA

El porcentaje de lectores de prensa diaria ha sido del 45%, es decir dos puntos superior al registrado en abril.

Los segmentos que habitualmente leen más la prensa han vuelto a experimentar alzas en sus porcentajes de lectura. Así, por ejemplo, los menores de 30 años (55%) y con edades comprendidas entre los 30 y los 49 años (52%) son superiores en 3 y 5 puntos a los de abril y los lectores de posición social alta (77%) representan por su parte una proporción 4 puntos superior a la del mes pasado.

Los lectores con ideología de derecha (53%) han vuelto a representar la proporción más importante de la muestra, mientras que los entrevistados de centro (52%) siguen superando claramente a los de ideología de izquierda (46%). Pese a todo, la tendencia de lectura en los entrevistados de izquierda ha sido ascendente, mientras que la de los de derecha ha sido decreciente con respecto al mes pasado, lo que sin duda ha afectado a los índices de lectura por publicación.

De hecho, analizando los porcentajes de lectura según este criterio, El País ha conocido su segundo mejor índice de lectores en lo que va de año, quedando en un 6,5 por ciento. Por el contrario, pierden lectores los diarios El Mundo y ABC, con retroceso de 0,1 y 0,3 puntos porcentuales para situarse en un 4% cada uno, ampliándose su diferencia a 2,5 puntos con respecto a El País. Diario 16 recupera por su parte una proporción de sus lectores para situarse en un 0,9%.

El diario deportivo Marca también experimenta una tendencia ascendente y es el cuarto diario más leído con un 3,2% de lectores, por delante de periódicos provinciales tan importantes como La Voz de Galicia (2,5%), El Periódico y La Vanguardia, cuyo índice de lectura es el mismo en mayo (2,4%).

Se ha constatado que el número de periódicos que normalmente conoce porcentajes de lectura iguales o superiores al 0,5% gira en torno a la treintena, siendo de 33 en mayo.



**Cuadro 5.2.1.**

**Porcentaje de Lectores de Periódicos en el Día de Ayer,  
por Características Socioeconómicas**

	V-94	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95
Total Lectores Periódicos	44	45	45	44	45	46	41	43	43	42	43	45
Edad:												
-30 años	51	50	53	52	48	49	46	47	51	47	52	55
30-49 años	51	52	52	48	54	49	45	52	44	46	47	52
50-64 años	40	36	40	42	41	48	38	36	41	40	42	42
65 y más años	29	32	28	31	31	32	31	30	30	32	26	24
Posición Social:												
Baja	28	28	29	31	27	28	28	27	26	27	26	26
Media	50	51	52	49	52	53	46	49	49	49	49	53
Alta	81	74	76	71	75	76	68	72	71	70	73	77
Ideología:												
Izquierda	48	49	48	49	48	48	45	46	46	46	42	46
Centro	46	48	48	45	47	46	38	50	46	51	49	52
Derecha	56	49	53	53	61	55	48	49	51	47	59	53
Status Socioeconómico Familiar:												
Alto, Medio Alto	70	71	67	66	64	69	62	64	68	66	65	72
Medio	43	43	44	42	44	44	41	41	40	42	42	44
Medio bajo	30	31	34	37	34	34	30	32	29	29	30	30
Bajo	24	25	25	17	14	20	24	30	18	17	20	23
Clientes de:												
Bancos	52	52	53	53	58	52	49	49	47	47	51	55
Cajas	43	43	44	45	45	45	40	44	44	43	43	46



Cuadro 5.2.2.

Porcentaje de Lectores de Periódicos en el Día de Ayer (\*)

	V-94	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95
El País	5,6	6,9	5,7	5,6	5,4	5,1	5,7	6,2	6,2	6,7	5,0	6,5
ABC	3,2	4,9	4,3	3,6	5,8	4,4	3,1	3,0	3,2	3,6	4,1	4,0
Diario 16	1,6	1,3	1,3	0,9	1,9	1,3	1,1	1,3	1,2	0,5	0,5	0,9
El Mundo	4,9	3,7	3,2	3,7	3,3	3,8	2,8	4,8	4,0	5,2	4,3	4,0
El Periódico	3,6	3,3	2,4	2,4	2,7	2,7	2,4	2,8	3,0	3,4	2,9	2,4
La Vanguardia	2,5	2,4	3,6	2,5	2,8	2,7	2,9	3,3	2,3	2,4	2,2	2,4
Ya	0,7	-	-	0,8	-	0,6	0,5	-	0,6	-	-	-
El Cor. Esp.-El Pueblo V.	2,4	1,6	2,2	2,1	1,7	2,3	2,6	2,1	2,2	1,7	1,7	1,9
Las Provincias	-	-	0,7	0,7	1,0	0,5	0,7	0,7	0,7	0,7	0,5	-
El Faro de Vigo	0,7	-	1,1	0,8	-	1,0	1,0	0,5	0,9	0,9	1,3	0,7
La Voz de Galicia	2,0	2,1	2,7	1,0	2,2	2,0	1,7	1,7	1,9	1,4	2,4	2,5
As	1,0	0,6	1,4	0,6	0,8	0,5	-	-	-	0,5	0,5	-
Heraldo de Aragón	1,2	1,3	1,4	0,8	0,5	1,4	1,2	0,6	1,2	0,7	1,2	1,3
Levante	0,9	0,8	0,7	1,3	1,8	0,8	0,9	1,4	0,8	1,1	1,0	1,4
Diario Vasco	0,9	0,8	0,8	1,3	1,0	0,7	1,2	0,7	0,7	1,1	1,0	1,0
El Día	0,6	0,9	1,0	1,0	0,8	0,5	-	0,6	0,6	0,7	-	0,5
Avui	0,5	0,8	0,6	-	-	-	0,7	0,8	-	0,5	0,7	0,6
La Verdad	0,6	0,6	0,8	1,4	1,0	1,5	0,7	-	1,2	1,1	1,5	1,2
Marca	3,3	2,0	3,3	3,9	3,6	2,5	3,2	3,3	3,5	2,7	3,0	3,2
La Nueva España	1,6	1,1	0,9	0,9	1,1	0,7	0,6	0,7	1,0	1,1	0,9	0,9
Diario Montañés	1,0	0,9	0,5	0,9	-	0,8	0,5	0,7	0,7	-	0,9	0,7
Deia	-	0,6	-	0,5	-	0,5	-	-	-	-	-	-
Diario de Navarra	1,1	0,6	0,8	-	-	0,9	0,8	0,7	0,9	0,6	1,0	1,1
Egin	-	0,9	-	0,5	0,8	-	-	-	-	0,5	-	0,5
Información	0,9	-	-	1,1	-	1,3	1,0	-	0,9	0,7	1,5	1,7
Norte de Castilla	0,7	0,9	-	-	-	-	0,6	0,6	0,7	0,5	0,8	-
La Voz de Asturias	0,5	-	-	-	-	-	-	-	-	0,6	0,8	-
Alerta	-	-	-	-	0,5	0,6	-	-	-	-	-	-
Sur	-	0,7	-	-	1,2	0,8	0,7	0,6	-	-	1,1	0,8
Diario de Burgos	-	0,5	-	-	-	-	-	-	-	-	0,5	-
Diario de León	0,6	0,5	-	0,5	-	-	-	1,0	-	-	-	0,9
Ultima Hora	0,5	0,5	0,7	0,8	0,7	0,7	0,7	0,5	0,7	-	-	1,0
El Ideal	0,5	0,7	0,6	0,8	1,1	1,0	0,6	0,6	-	-	-	0,8



Hoy	1,2	0,6	0,7	-	0,6	0,8	-	0,7	0,6	0,7	0,5	0,7
Diario de Cádiz	0,9	0,5	0,6	0,6	0,5	0,9	0,5	0,8	0,7	0,6	0,8	-
Progreso	-	-	0,7	-	0,5	-	0,7	-	-	-	-	0,5
La Provincia	-	1,0	-	-	-	-	-	-	0,7	-	0,6	-
Córdoba	-	0,6	0,6	0,7	-	-	-	0,5	0,6	0,5	-	0,8
Diario Extremadura	-	-	-	-	-	0,5	-	-	-	0,6	-	-
Diario Mallorca	-	-	0,6	-	-	-	-	-	-	0,5	-	-
Canarias-7	-	0,7	0,7	1,3	0,7	-	-	0,5	-	0,7	0,7	0,7
El Comercio	-	0,9	0,8	-	-	0,6	-	-	-	-	-	-
El Segre	-	-	-	0,7	0,5	-	-	-	-	-	-	-
Gaceta Regional	-	-	-	-	0,7	0,6	-	-	0,8	-	-	0,7
La Rioja	-	-	-	-	0,5	-	-	-	-	-	-	-
La Opinión	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,5	0,8
Sport	0,7	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,5
Adelanto	-	0,7	0,8	-	-	-	-	0,6	-	-	-	-
Diario de Andalucía	0,7	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Diario de Jerez	-	-	-	0,6	-	-	-	-	-	-	-	-
Diario Avisos	-	-	-	-	0,6	-	-	0,5	-	-	-	-
El Punt	-	-	-	-	-	-	-	0,5	-	0,7	-	-
Correo Andalucía	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,6	-	0,5
Región	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,5	-

(\*) Se incluyen solamente los periódicos que algún mes han sido mencionados por más de 0,5 por ciento de entrevistados.  
El - corresponde a los periódicos mencionados por menos del 0,5 por ciento.

### 5.3. REVISTAS

Una de las observaciones que viene confirmándose todos los meses durante los últimos dos años es la escasa proporción de españoles que leen revistas. El porcentaje general nunca sobrepasa el 28%, siendo igualmente atípico que dicha proporción alcance el 40% en alguno de los segmentos socioeconómicos que conforman la muestra.

En segundo lugar, las revistas en su conjunto son un medio en el que los lectores presentan un perfil más definido y estable, por lo que no es de extrañar que todos los meses pueda comprobarse que los segmentos de la población más afines a este tipo de publicación sean siempre los mismos, es decir:

- Los menores de 30 años (34%)
- Con alta posición social (38%) - Con un alto status socioeconómico familiar (46%)
- Con un elevado nivel de educación (47%)
- Residentes en áreas metropolitanas (28%).

Es importante apuntar que la muerte de Lola Flores no ha distorsionado los datos, ya que la pregunta sobre lectura de revistas se refiere a la semana previa a este acontecimiento. Una vez aclarado este punto, hay que decir que las revistas del corazón han vuelto a marcar unos índices de lectura superiores a los de las publicaciones de información general, pero con notables pérdidas de lectores con respecto a los porcentajes registrados hace un mes. De hecho, son especialmente significativas las caídas registradas por *Hola* (-2 puntos) y *Pronto* (-0,4 puntos).

Con todo, dentro de las cabeceras que luchan por liderar este segmento de publicaciones, *Hola* vuelve a obtener este mes los mejores resultados, con un 3,8%, por delante de *Pronto* (3,6%), y *Semana* (2,6%), revistas que estabilizan su proporción de lectores también en relación al pasado mes de abril.

Entre las revistas de información general, *Tiempo* ha sido la más leída, con un 1,3% de seguidores, es decir una variación de -0,3 puntos, que vuelve a poner en tela de juicio la eficacia de su promoción basada en regalar CD'S.

Una vez más, el dato de *Tiempo* debe considerarse negativo si se tiene en cuenta que esta promoción dura ya tres meses. *Tribuna*, con un índice de lectura del 0,6%, muestra indicios de estabilidad, mientras que *Cambio 16* continúa sin superar el 0,5%, al igual que *Epoca*.

Estos datos resultan especialmente alarmantes si se tiene en cuenta que nos encontramos en pleno proceso pre-electoral, lo que, a priori, debería servir de detonante para que la lectura de estas publicaciones fuera algo superior en mayo, aunque no parece que esta coyuntura esté contribuyendo a la captación de lectores.



Cuadro 5.3.1.

**Porcentaje de Lectores de Revistas la Semana Anterior,  
por Características Socioeconómicas**

	V-94	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95
Total lectores de revistas	24	22	25	28	26	26	25	24	26	26	26	26
Edad:												
- 30 años	34	28	39	37	34	36	34	33	37	36	34	34
30-49 años	25	22	26	30	29	31	24	27	28	27	26	28
50-64 años	17	16	16	23	19	18	18	16	18	23	20	21
65 y más años	14	18	12	17	18	14	21	18	14	17	20	14
Posición Social:												
Baja	19	19	23	24	22	22	23	19	20	24	25	22
Media	27	21	25	28	28	28	25	27	29	26	25	25
Alta	29	32	31	41	31	36	30	34	31	37	32	38
Ideología:												
Izquierda	26	24	25	27	24	28	24	26	27	27	25	27
Centro	23	22	30	36	24	25	24	26	26	28	30	28
Derecha	30	24	30	32	37	31	26	26	28	29	28	32
Hábitat:												
Rural	18	15	18	27	18	21	21	21	21	24	25	27
Urbano	25	21	28	27	26	27	24	23	24	25	22	24
Metropolitano	27	29	27	31	34	30	29	30	32	31	33	28
Educación:												
Baja	17	16	17	20	20	18	19	18	17	20	19	18
Media	35	28	38	42	33	38	30	32	35	35	32	34
Alta	34	34	37	42	38	43	43	39	40	40	42	47



Status Socioeconómico Familiar:

Alto, Medio Alto	35	32	36	41	33	37	32	36	35	36	35	46
Medio	24	21	25	28	27	27	26	25	25	27	27	24
Medio bajo	15	15	19	19	19	16	18	16	18	19	18	16
Bajo	29	19	3	8	17	25	15	15	18	14	10	4

Clientes de:

Bancos	26	26	31	35	30	30	31	31	29	32	30	32
Cajas	23	20	26	27	25	27	25	24	25	26	26	26



Cuadro 5.3.2.

Porcentaje de Lectores de Revistas la Semana Anterior (\*)

	V-94	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95
Pronto	3,0	2,1	4,0	3,9	4,4	4,7	4,1	3,6	3,5	3,9	4,0	3,6
Hola	3,4	3,3	3,1	4,6	4,5	2,6	5,5	3,7	2,6	4,6	5,8	3,8
Interviú	2,9	1,6	0,8	1,2	2,4	1,4	1,3	1,2	1,3	1,5	1,5	1,5
Lecturas	2,1	2,1	1,4	2,5	1,7	1,4	2,5	2,0	2,3	2,6	2,5	2,1
Semana	2,2	1,8	2,7	2,9	2,7	2,1	2,4	3,0	2,2	1,9	1,9	2,6
Tiempo	1,5	1,7	1,6	2,1	1,4	1,8	1,7	1,5	1,6	1,5	1,6	1,3
Cambio 16	0,8	0,6	-	-	0,7	-	-	-	0,5	-	-	-
Indiscreta	0,6	0,7	1,1	0,9	0,6	1,4	0,8	0,6	0,7	0,7	-	-
Diez Minutos	1,5	0,9	1,3	1,4	1,3	1,7	1,2	1,3	1,1	0,9	1,1	1,2
Epoca	0,7	0,6	0,5	0,6	-	-	-	0,5	-	0,7	0,5	-
Muy Interesante	1,0	0,8	1,3	1,5	1,3	2,0	1,4	1,6	1,5	1,8	0,8	1,5
Mía	0,6	0,5	0,7	0,6	1,5	1,1	0,6	1,0	0,8	0,6	0,7	0,6
TV Plus	-	-	0,5	-	-	-	-	-	0,5	-	-	-
Revistas Profesionales	-	0,5	-	0,7	0,6	0,9	0,5	0,7	0,6	-	0,7	-
Tribuna	0,6	0,8	0,5	0,5	-	-	-	0,5	1,1	0,7	0,7	0,6
Blanco y Negro	-	0,5	0,6	0,6	-	-	-	-	0,6	0,5	0,5	0,9
Supertele	0,6	-	0,9	0,8	0,9	0,5	0,6	0,5	-	0,7	0,6	0,6
Motociclismo	-	-	-	0,5	-	-	-	-	-	-	-	-
Clan TV	0,5	-	-	-	-	-	-	-	0,7	-	-	-
Nuevo Vale	-	-	0,5	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Fotogramas	-	-	-	-	-	0,6	-	-	-	-	-	-
Teleprograma	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,8

(\*) Se incluyen solamente las revistas que algún mes han sido mencionadas por más de un 0,5 por ciento de entrevistados.

El símbolo "-" corresponde a las revistas mencionadas por menos del 0,5 por ciento.

## 5.4. RADIO

Al igual que sucediera en abril, el nivel de audiencia de radio, aún sin alcanzar el porcentaje máximo anual que tuvo lugar en marzo, sigue siendo muy elevado (65 por ciento) y confirma la enorme aceptación que este medio despierta últimamente en la población. Este es el segundo mayor porcentaje de audiencia registrado por la radio en el último año y supone un incremento muy pronunciado sobre el nivel de abril de 1994 (+ 16 puntos).

La distribución de la audiencia por características socioeconómicas indica asimismo que los jóvenes entre 18 y 29 años (82%), los de status socioeconómico familiar alto (78%), los de posición social alta (75%) y con un alto nivel de educación (84%) conocen este mes unos índices que se aproximan al cien por cien y, si tomamos nuevamente el mes de mayo de 1994 como referencia comparativa, sólo pueden calificarse de sobresalientes los incrementos registrados, que son de + 24 puntos porcentuales, + 18 puntos, + 14 puntos y + 22 puntos respectivamente para cada uno de los cuatro segmentos mencionados.

Por franjas horarias, se constata, sin embargo, que la proporción de radioyentes solamente es superior durante la tarde (+ 2 puntos porcentuales) y la madrugada (+ 4 puntos porcentuales), lo que no impide que la proporción más elevada de radioyentes siga correspondiéndose con la mañana (68%), muy por delante de la tarde (32%), la noche (24%), la sobremesa (22%) y la madrugada (13%).

En comparación con la situación de hace un año, la audiencia ha aumentado en todas las franjas horarias, aunque de un modo más pronunciado durante la tarde (+7 puntos porcentuales) y en la sobremesa (+5 puntos porcentuales).

Cuando se estudia la evolución de la audiencia de radio, es normal diferenciar entre las emisoras de música, cuya programación se produce en frecuencia modulada, y las emisoras de contenido prioritariamente informativo, cuya programación tiene lugar sobre todo en Onda Media, aunque también abarca la frecuencia modulada (es el caso de Onda Cero).

La audiencia de emisoras de contenido musical ha ido disminuyendo paulatinamente a lo largo del año, hasta el punto de que hace un año, solamente un 29% afirmaba no escuchar ninguna emisora de este tipo, mientras que en mayo de 1995, esta cifra se ha elevado hasta un 48%. Sin embargo, la estabilidad es evidente en las dos principales cadenas, cuyos porcentajes apenas han variado, por lo que 40 Principales de la SER sigue ocupando el primer lugar en el ranking, con un 19% de seguidores, a bastante distancia de Cadena Dial, que se mantiene en un 13%.

Por el contrario, las cifras demuestran que la lucha radiofónica se está produciendo en la radio convencional, donde la evolución es totalmente opuesta a la experimentada por las emisoras de música. El incremento de radioyentes es tan espectacular que sólo un 25% dice no escuchar ninguna emisora de este tipo.

Dentro de esta categoría, la COPE es líder, con un 23%, por delante de la SER (22%), Onda Cero (18%) y RNE (18%). Sin embargo, al analizar otros parámetros, como la audiencia por franjas horarias, es donde encontramos algunas de las razones que explican por qué las diferencias entre la COPE y la SER se han reducido a tan sólo un punto porcentual.

En primer lugar, la COPE ya no domina la totalidad de los bloques horarios, viéndose superada por la SER durante la mañana, la sobremesa y la madrugada.

De todos modos, estos resultados ponen una vez más en tela de juicio la capacidad de los entrevistados para asociar correctamente lo que escuchan y la emisora donde dicho programa es retransmitido.

El ejemplo más patente lo tenemos este mes, cuando por un lado, encontramos que los entrevistados dicen escuchar por la tarde, la COPE (31%) en una proporción superior a la SER (20%) y Onda Cero (15%) cuando, en el polo opuesto, un pregunta posterior nos está indicando, gracias a los mismos entrevistados, que la Radio de Julia, de Onda Cero (17%) es el programa más escuchado de la tarde, por delante de La Ventana de la SER (13%), y que éste, a su vez, es más escuchado que Directamente Encarna de la COPE (12%).

Estas dificultades para asociar la cadena de radio con el nombre de los programas y sus conductores no parece afectar en cualquier caso la disputa permanente que libran José María García (COPE) y José Ramón de la Morena (SER) durante la madrugada, período durante el cual el primero parece estar cediendo el liderazgo de audiencia, puesto que la diferencia ha aumentado hasta 5 puntos porcentuales durante el mes de mayo en beneficio de la cadena SER.

Al analizar el perfil de los radioyentes de cada uno de los programas de la tarde estudiados, se constata que:

- Entre los oyentes de la Radio de Julia, de Onda Cero, los mayores sobrepesos se dan entre los individuos más jóvenes, es decir los de 18 a 29 años (30%) y entre los adultos de 30 a 49 años (39%). La audiencia de Julia Otero es especialmente superior a la media entre los individuos de posición social y status socioeconómico altos y, aunque la ideología de sus oyentes es sobre todo de izquierda (45%), se aprecia una proporción superior a la del conjunto de la radio entre los individuos de derecha (20%).
- En el polo opuesto, Directamente Encarna (COPE), cuenta con proporciones especialmente importantes de oyentes entre los individuos de 50 y más años, donde el sobrepeso es de cuatro puntos porcentuales, entre los de posición social baja y media y entre los oyentes con ideología de derecha.
- La audiencia de La Ventana (SER) es por su parte similar a la de La Radio de Julia, pero con un sobrepeso aún mayor de seguidores con ideología de izquierda.



**Cuadro 5.4.1.**

**Porcentaje de Radioyentes en el Día de Ayer,  
por Características Socioeconómicas \***

	V-94	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95
Total Radioyentes	49	49	49	52	63	64	61	64	64	68	65	65
Edad:												
18-29 años	58	54	62	64	79	75	76	74	82	80	74	82
30-49 años	51	54	52	55	67	66	60	69	66	71	67	68
50-64 años	48	43	42	44	55	60	53	58	50	62	60	57
65 y más años	34	39	37	39	44	51	48	51	55	50	54	46
Posición Social:												
Baja	40	38	43	46	54	55	54	56	58	61	55	56
Media	55	54	50	55	68	69	62	68	67	71	69	71
Alta	61	67	67	63	74	78	76	79	75	76	78	75
Ideología:												
Izquierda	55	51	48	58	67	71	63	67	65	68	68	69
Centro	53	51	58	50	64	62	63	68	68	70	67	68
Derecha	54	56	57	57	71	68	60	69	67	69	65	65
Hábitat:												
Rural	39	44	42	49	50	59	60	62	56	60	62	59
Urbano	53	50	52	54	67	62	60	66	65	70	64	66
Metropolitano	53	52	53	53	69	73	62	64	72	70	70	70
Educación:												
Baja	43	39	41	44	54	55	51	56	54	60	56	56
Media	59	61	62	64	76	76	74	77	76	78	76	78
Alta	62	69	67	73	80	81	77	78	83	84	80	84
Status Socioeconómico Familiar:												
Alto, Medio Alto	60	64	58	67	77	80	75	79	78	80	78	78
Medio	54	49	52	52	64	64	63	65	65	70	65	66



Medio Bajo	33	39	43	44	49	53	47	55	54	55	56	56
Bajo	33	32	22	37	56	58	44	30	45	45	54	39
Clientes:												
Bancos	59	56	50	59	67	71	64	72	70	69	67	71
Cajas	49	48	48	51	63	64	60	65	65	69	64	65

\* Al valorar las variaciones en estas series temporales debe tenerse en cuenta que, desde X/94, se han modificado estas preguntas, según se explica en el texto.

#### Cuadro 5.4.2.

#### Porcentaje de Radioyentes en el día de Ayer en diferentes Bloques Horarios. \*

	V-94	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95
Mañana (7 a 14 h.)	67%	60%	64%	64%	70%	70%	69%	70%	75%	73%	74%	68%
Sobremesa (14 a 18 h.)	17	26	23	23	22	24	22	22	25	22	22	22
Tarde (18 a 21 h.)	25	26	24	26	30	31	28	28	28	32	30	32
Noche (21 a 24 h.)	23	19	23	18	24	24	25	28	25	24	26	24
Madrugada (+ 24 h.)	7	10	11	10	9	9	8	9	11	9	9	13
NS/NC	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1
Total radioyentes	(602)	(599)	(597)	(634)	(766)	(779)	(733)	(783)	(780)	(824)	(788)	(792)



**Cuadro 5.4.3.**

**Emisoras más Escuchadas de Radio Convencional y Radio Música  
el Día Anterior a la Entrevista**

	V-94	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95
<b>Radio Convencional:</b>												
Radio Nacional 1	13%	10%	9%	8%	18%	17%	18%	19%	19%	16%	19%	18%
Cadena SER	15	12	14	18	22	22	22	25	26	26	22	22
Radio Popular (COPE)	13	18	14	16	29	23	27	28	26	33	27	23
Radio 5 Todo Noticias	5	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5	5
Onda Cero	17	17	15	17	20	18	15	18	18	19	20	18
Cadena Ibérica	-	-	-	-	1	1	1	1	1	1	*	1
Radio Intercontinental	-	-	-	-	-	1	1	*	1	1	1	*
Otras	1	3	1	1	7	7	9	9	5	7	8	8
Ninguna	50	54	59	57	24	28	24	23	24	22	25	25
NS/NC	5	3	2	1	*	1	1	1	*	*	*	1
<b>Frecuencia Modulada:</b>												
40 Principales	13%	20%	26%	17%	20%	18%	21%	19%	19%	20%	18%	19%
Cadena 100 (COPE)	9	10	11	11	5	8	7	6	6	8	6	6
Sinfo Radio (Antena 3)	7	7	5	4	3	4	2	2	4	2	2	3
M-80	2	2	3	4	6	7	4	4	6	6	4	3
Top 40 (Radio España)	-	-	-	3	2	1	1	3	3	2	2	1
Onda Cero Música	-	-	-	-	6	7	6	7	5	6	4	6
Cadena Dial	-	-	-	-	16	14	13	11	13	13	14	13
Otras	12	15	15	14	9	11	9	10	13	12	10	15
Ninguna	29	29	26	30	43	42	44	48	45	48	48	42
NS/NC	3	1	3	1	1	1	2	2	1	1	1	3
Total Radio Oyentes	(602)	(599)	(597)	(634)	(766)	(779)	(733)	(783)	(780)	(824)	(788)	(792)

\* Al valorar las variaciones en estas series temporales debe tenerse en cuenta que, desde X/94, se han modificado estas preguntas, según se explica en el texto.



**Cuadro 5.4.4.**

**Audiencia de emisoras de Radio en diferentes bloques horarios (\*)**

MAYO 1995	Total aud. Radio	Mañana	Sobre- mesa	Tarde	Noche	Madru- gada
TOTAL	(792)	(538)	(178)	(250)	(186)	(102)
Emisoras de Radio Convencional:						
Cadena SER	21%	21%	22%	20%	23%	36%
Cadena COPE	21	20	21	23	31	31
Onda Cero	15	18	10	15	9	13
Radio Nacional Españ	14	15	22	14	13	16
Radio 5 Todo Noticia	3	4	2	2	4	4
Cadena Ibérica	1	1	1	1	-	1
R. Intercontinental	*	*	-	-	-	-
Otras Radio Convenc.	8	9	9	8	9	7
Emisoras de Radio Música:						
Cadena Dial	11%	12%	10%	10%	9%	6%
40 Principales	18	17	16	19	29	15
Top 40	1	1	1	2	1	-
Cadena 100	5	5	7	6	4	7
Onda Cero Música	5	4	5	6	6	8
Sinfo Radio (A3)	2	2	3	4	4	3
M-80	2	2	5	2	3	5
Otras Radio Música	12	13	15	17	7	10

(\*) Al valorar las variaciones en estas series temporales debe tenerse en cuenta que, desde X/94, se han modificado estas preguntas, según se explica en el texto.



**Cuadro 5.4.5.**

**Perfil de los Radio-Oyentes Habituales de Emisoras de Radio Convencional  
y Radio Música. (\*)**

MAYO 1995	TOTAL MUESTRA	Total Audiencia Radio	Audiencia Radio Convenc.	Audiencia Radio Música
TOTAL	(1213)	(792)	(574)	(436)
Edad:				
18 a 29 años	26%	33%	25%	48%
30 a 49 años	34	36	35	37
50 a 64 años	22	19	23	12
65 y más años	18	13	16	4
Posición Social:				
Baja	41%	35%	32%	34%
Media	45	49	50	49
Alta	14	16	18	17
Ideología:				
Izquierda	40%	42%	43%	43%
Centro	16	16	17	16
Derecha	18	18	19	16
Status Socioeconómico:				
Alto, Medio alto	18%	22%	24%	24%
Medio	56	56	55	58
Medio Bajo	24	20	20	18
Bajo	2	1	1	1
Clientes de:				
Bancos	33%	36%	36%	38%
Cajas	78	77	78	76

(\*) Al valorar las variaciones en estas series temporales debe tenerse en cuenta que, desde X/94, se han modificado estas preguntas, según se explica en el texto.



Cuadro 5.4.6.

**Audiencia de Programas de Radio.  
(En Porcentajes)**

	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95
TOTAL	(1.212)	(1.210)	(1.210)	(1.215)	(1.211)	(1.219)	(1.213)	(1.213)
- "Primera Hora" de Antonio Herrero (COPE).....	15	-	-	15	-	-	14	-
- "Protagonistas" de Luis del Olmo (ONDA CERO).....	23	-	-	21	-	-	20	-
- "Hoy por Hoy" de Iñaki Gabilondo (SER).....	18	-	-	19	-	-	15	-
- "Los Desayunos" de Radio 1 (RNE).....	10	-	-	14	-	-	12	-
- "La Ventana", de Javier Sardá (SER).....	-	7	-	-	9	-	-	13
- "La Radio de Julia", de Julia Otero (Onda Cero).....	-	11	-	-	14	-	-	17
- "Directamente Encarna", de Encarna Sánchez (COPE).....	-	11	-	-	11	-	-	12
- "Edición de tarde", de Antonio San José (RNE).....	-	3	-	-	5	-	-	5
- "El Ojo Crítico", de Lola Vega (RN1).....	-	-	4	-	-	2	-	-
- "24 Horas", de Angela Nuñez (RN1).....	-	-	4	-	-	4	-	-
- "La Brújula", de Ernesto Sáenz de Buruaga (ONDA CERO).....	-	-	5	-	-	9	-	-
- "La Linterna", de Luis Herrero (COPE).....	-	-	14	-	-	16	-	-
- "Hora 25", de Carlos Llamas (SER).....	-	-	11	-	-	11	-	-



**Cuadro 5.4.7.**

**Perfil de Radioyentes de los Sigüientes Programas de Radio.**

MAYO 1995	Total aud. Radio	LA VENTANA			LA RADIO DE JULIA			DIRECTAMENTE ENCARNA			EDICION DE TARDE		
		Si	No	Ns/Nc	Si	No	Ns/Nc	Si	No	Ns/Nc	Si	No	Ns/Nc
TOTAL	(1213)	(156)	(1053)	(4)	(202)	(1005)	(6)	(147)	(1059)	(7)	(63)	(1141)	(9)
Edad:													
18 a 29 años	26%	35%	25%	-%	30%	25%	17%	21%	27%	30%	18%	27%	12%
30 a 49 años	34	37	34	25	39	33	32	32	34	28	35	34	22
50 a 64 años	22	20	22	75	20	22	50	26	21	29	34	21	56
65 y más años	18	8	20	-	11	20	-	21	18	14	14	19	11
Posición Social:													
Baja	41%	23%	44%	50%	25%	44%	33%	43%	41%	28%	32%	42%	33%
Media	45	58	44	25	54	44	49	49	45	29	51	45	56
Alta	14	19	13	25	21	12	17	8	14	43	17	14	11
Ideología:													
Izquierda	40%	48%	39%	50%	45%	39%	50%	33%	41%	29%	53%	39%	22%
Centro	16	17	16	25	15	16	17	14	16	14	14	16	22
Derecha	18	16	18	25	20	18	17	25	17	29	11	18	22
Status Socioeconómico:													
Alto, Medio alto	18%	26%	17%	-%	26%	17%	17%	21%	18%	29%	19%	19%	-%
Medio	56	53	56	75	53	56	50	52	56	57	59	55	78
Medio Bajo	24	19	24	25	19	25	33	24	24	14	22	24	22
Bajo	2	2	2	-	2	2	-	3	2	-	-	2	-
Clientes de:													
Bancos	33%	44%	31%	75%	40%	32%	67%	41%	32%	71%	39%	33%	55%
Cajas	78	80	78	50	81	77	50	81	78	71	89	77	67



Exposición a Información:

Alta	36%	53%	33%	25%	48%	34%	16%	44%	35%	43%	51%	35%	23%
Baja	41	38	41	75	40	41	66	37	41	42	36	41	66
Ninguna	23	9	25	-	12	25	17	20	24	15	13	24	11

**Cuadro 5.4.8.**

**Programas de Radio que ha escuchado más recientemente,  
por Emisoras de Radio Escuchadas.**

MAYO 1995	Total aud. Radio	LA VENTANA			LA RADIO DE JULIA			DIRECTAMENTE ENCARNA			EDICION DE TARDE		
		Si	No	Ns/Nc	Si	No	Ns/Nc	Si	No	Ns/Nc	Si	No	Ns/Nc
TOTAL	(792)	(134)	(655)	(3)	(179)	(608)	(5)	(122)	(667)	(3)	(50)	(737)	(5)
Emisoras de Radio Convencional:													
Cadena SER	21%	47%	16%	34%	21%	21%	20%	17%	22%	-%	20%	21%	20%
Cadena COPE	21	17	22	-	21	21	-	52	16	-	24	21	20
Onda Cero	15	16	14	33	35	8	19	12	15	65	18	14	39
Radio Nacional España	14	14	14	34	14	14	20	12	14	-	48	12	20
Radio 5 Todo Noticia	3	5	3	-	3	3	-	2	3	-	2	3	-
Cadena Ibérica	1	-	1	-	-	1	-	1	1	-	-	1	-
R. Intercontinental	*	-	*	-	-	*	-	-	*	-	-	*	-
Otras Radio Convenc.	8	7	8	-	7	8	19	7	8	-	-	9	-
Emisoras de Radio Música:													
Cadena Dial	11%	6%	12%	34%	10%	11%	39%	7%	11%	32%	8%	11%	40%
40 Principales	18	22	17	34	20	18	20	14	19	-	12	19	20
Top 40	1	1	1	-	1	1	-	1	1	-	2	1	-
Cadena 100	5	4	5	-	4	5	-	4	5	-	2	5	-
Onda Cero Música	5	5	4	-	9	3	-	5	5	-	14	4	-
Sinfo Radio (A3)	2	3	2	-	4	2	-	3	2	-	2	2	-
M-80	2	5	2	-	1	3	-	2	3	-	6	2	-
Otras Radio Música	12	11	13	-	9	13	21	12	12	35	4	13	-

## 5.5. TELEVISION

### Antecedentes

El entorno competitivo que conforman los canales de televisión en España ya no es el de los primeros años en que la audiencia ya podía escoger entre canales públicos o privados. En los primeros años con canales privados, el canal público de televisión ocupaba una hegemonía indiscutible, aunque sólo fuera por los hábitos de la audiencia durante décadas.

Durante los últimos doce meses, las diferencias en los porcentajes de audiencia de TVE-1 y Antena 3TV se han ido reduciendo hasta el punto de que ambos han conocido lo que significa ser el canal con más audiencia en algún mes concreto. Hace un año TVE-1 era líder en todas las Comunidades Autónomas, excepto en Cataluña, donde TV3 era la primera. Sin embargo, un año después, Antena 3TV ha ocupado el primer puesto alguna vez en el ranking de cuatro de las seis Comunidades donde existe canal autonómico.

Telecinco no ha tenido la evolución tan positiva de Antena 3TV y durante el último año no ha superado la barrera del 30% de seguidores, mientras que Antena 3TV nunca ha bajado del 40%, acercándose en ocasiones a la barrera del 50%.

### Pautas Estables en la Audiencia de Televisión

Analizando los comportamientos de la audiencia ante la televisión, se constata que una de las pautas invariables es la del período del día, por lo que la noche (82%) y la sobremesa (46%) siguen siendo los momentos que cuentan con más televidentes, mientras que la madrugada (8%) y la mañana (3%) suelen tener los porcentajes más bajos. De la misma forma, se ha constatado que TVE-1 suele tener más seguidores que los otros canales durante la mañana y la sobremesa, mientras que en la tarde, la noche y la madrugada, el liderazgo varía de un mes a otro, dadas las escasas diferencias que separan la audiencia de TVE-1 y de Antena 3TV.

Los canales autonómicos gozan de mayores porcentajes de participación en la mañana y en la sobremesa o durante la tarde.

Otro de los aspectos que parecen estables, según los resultados de los últimos sondeos, es el del perfil socioeconómico de los televidentes de cada canal. Así, entre los seguidores de TVE-1 suele existir un sobrepeso, en comparación con la audiencia total, entre los de mayor edad, con ideología de izquierda, de posición social baja y con status socioeconómico medio bajo.

Por el contrario, la audiencia de los canales privados manifiesta sobrepesos entre los más jóvenes, con ideología de centro derecha y con un status socioeconómico medio y alto.

La audiencia de boletines informativos se sitúa normalmente entre un 60% y un 70%. Por canales, TVE-1 suele contar con un tercio de la audiencia de informativos y Antena 3TV con una quinta parte, mientras que Telecinco no supera normalmente el 8%, es decir un índice inferior al cosechado por los canales autonómicos, que oscila normalmente entre un 12% y un 14%.

### Novedades más Relevantes de este mes de mayo de 1995.

Tras una sucesión de elevados porcentajes de audiencia, superiores a la media, la televisión ha experimentado una nueva disminución de un punto porcentual en su número de espectadores. El índice actual de 83%, no sólo es el más bajo en lo que va de año, sino también con respecto al

mismo período del año anterior. De todos modos, el índice general de audiencia se mantiene dentro de los porcentajes que se dan habitualmente.

En contraposición a lo sucedido en abril, este descenso general no se ha traducido en una disminución del porcentaje de telespectadores que han visto los boletines informativos, cuyo nivel se ha mantenido en un 63%, lo que vendría a significar que las fases de precampaña y campaña electoral están permitiendo que la audiencia sintonice con este tipo de espacios televisivos.

TVE-1 vuelve a superar, con un 45%, la audiencia de Antena 3TV (44%), aunque los porcentajes registrados indican la escasa diferencia de aceptación entre ambos. El hecho de que Telecinco también pierda audiencia y se sitúe en un 27% señala que la pérdida de televidentes es común a los principales canales, siendo especialmente pronunciada en el caso de Antena 3TV, que cede cuatro puntos porcentuales. Por otra parte, un análisis de la distribución de audiencias por canales y por franjas horarias permite constatar que la mañana, la sobremesa y la tarde son los períodos durante los cuales TVE-1 gana la "batalla" con claridad a su eterno rival, mientras que durante la noche, Antena 3TV no ha sido capaz en esta ocasión de distanciarse de TVE-1 como venía sucediendo últimamente, para obtener el mismo porcentaje del 56% de su competidor, lo cual debería ser un signo de alarma puesto que no ha habido programación extraordinaria durante este período.

En esta ocasión, es TVE-1 quien supera a Antena 3TV en todas las Comunidades Autónomas excepto en Cataluña y País Vasco, donde se imponen los canales autonómicos, como viene siendo habitual. De todos modos, debe matizarse que en Cataluña la audiencia de TV3 (40%) ha sido en realidad la misma que han tenido TVE-1 y Antena 3TV, produciéndose un triple empate que haría pensar que la hegemonía de TVE3 en esta región empieza a debilitarse.

El análisis de la audiencia de boletines informativos, apunta sin embargo que ésta es la "asignatura pendiente" de Antena 3 TV, pues TVE-1 sigue cosechando los mejores resultados en todas las Comunidades Autónomas, aunque se ha visto superada en Cataluña por TV3 (27%) y por Antena 3TV, aunque de una forma poco significativa (un punto de diferencia).

Todos los canales han experimentado leves mejoras en los índices de audiencia de sus boletines informativos, resultando significativa la recuperación de los tres puntos perdidos por TVE-1 el pasado mes de abril, para alcanzar otra vez el 31%, es decir un nivel que sigue siendo bajo en comparación con los índices que TVE-1 obtenía hace un año.

La audiencia de los informativos de Telecinco también se sitúa en un nivel bajo (8%), lejos de sus principales competidores.

Para complementar este análisis, se ha consultado sobre el seguimiento de los boletines de la segunda edición, constatando que el espacio dirigido por Pedro Piqueras con María Rey en Antena 3TV (51%) supera en tres puntos porcentuales al de Ramón Pellicer y Elena Sánchez en TVE-1 (48%), mejorando además los registros que dieron en las dos últimas consultas (noviembre 94 = 50% y febrero 95 = 49%). El informativo de Luis Mariñas, en Telecinco, además de no superar el 31%, es peor que el 36% conocido hace tres meses, mientras que el boletín informativo de Ramón Pellicer presenta también peores resultados que los de hace tres meses.

En general, puede decirse que los datos del mes de mayo han supuesto una pérdida generalizada en la audiencia de los principales canales de televisión, así como un nuevo motivo de preocupación para TVE-1 y Telecinco, cuyas nuevas ofertas televisivas no parecen dar los frutos esperados. De hecho, el liderazgo que TVE-1 conoce ya no obedece a la obtención de



unos resultados mejores de audiencia sino que está supeditada a la evolución mejor o peor de Antena 3TV, cuyo índice es más irregular.



**Cuadro 5.5.1.**

**Audiencia de TV el día de Ayer, en Distintos Canales**

Canales	V-94	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95
TVE-1	49%	45%	54%	51%	49%	50%	51%	51%	50%	50%	46%	45%
La 2	15	15	19	18	15	17	18	16	21	16	15	16
Canal Plus	3	3	2	4	5	4	5	4	6	4	5	5
Antena 3	45	46	40	43	46	47	44	47	46	47	48	44
Telecinco	29	28	23	25	25	31	25	31	29	31	28	27
Vía Satélite	1	1	1	*	1	1	1	*	1	*	1	1
Canales Autonómicos	22	23	20	25	22	24	23	28	26	26	24	25
Ninguno/no vio	14	17	16	16	15	13	16	12	14	12	15	16
NS/NC	1	1	1	1	1	*	*	1	1	*	1	1
<b>Total Audiencia</b>												
<b>T.V.</b>	<b>85%</b>	<b>82%</b>	<b>83%</b>	<b>84%</b>	<b>84%</b>	<b>87%</b>	<b>84%</b>	<b>87%</b>	<b>86%</b>	<b>88%</b>	<b>84%</b>	<b>83%</b>



**Cuadro 5.5.2.**

**Audiencia de TV el día de Ayer, en distintas  
Comunidades Autónomas con Canales Propios.**

MAYO 1995	Total	Cataluña	País Vasco	Galicia	Andalucía	Madrid	Comunidad Valencia
TOTAL	(1213)	(191)	(64)	(85)	(213)	(156)	(123)
CANALES							
TVE 1	45%	40%	40%	52%	53%	39%	36%
La 2	16	10	17	13	17	11	11
Canales Autonómicos	25	40	45	26	42	26	22
Canal Plus	5	4	3	5	7	1	3
Antena 3	44	40	36	38	50	37	33
Telecinco	27	29	27	29	31	19	25
Via Satélite	1	-	3	-	*	1	1
Ninguno, no vió	16	11	15	13	13	20	32
NS/NC	1	-	-	-	-	2	1
Total Audiencia	83%	89%	85%	86%	86%	78%	66%



**Cuadro 5.5.3.**

**Audiencia de Televisión en diferentes bloques horarios**

	V-94	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95
Mañana (7 a 14 h.)	7%	5%	6%	5%	5%	6%	8%	6%	7%	6%	6%	3%
Sobremesa (14 a 18 h.)	46	50	51	50	49	49	48	55	52	52	50	46
Tarde (18 a 21 h.)	42	39	41	38	40	44	46	43	43	42	41	41
Noche (21 a 24 h.)	78	77	74	76	80	80	78	82	82	77	81	82
Madrugada (+ 24 h.)	6	9	8	6	6	7	7	7	7	5	6	8
NS/NC	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>Total: Televidentes</b>	<b>(1.039)</b>	<b>(1.004)</b>	<b>(998)</b>	<b>(1.017)</b>	<b>(1.019)</b>	<b>(1.047)</b>	<b>(1.014)</b>	<b>(1.061)</b>	<b>(1.036)</b>	<b>(1.066)</b>	<b>(1.018)</b>	<b>(1.002)</b>



Cuadro 5.5.4.

**Audiencia de Canales de Televisión en diferentes bloques horarios.**

MAYO 1995	Total Audiencia	Mañana	Sobre- mesa	Tarde	Noche	Madru- gada
TOTAL	(1002)	(34)	(460)	(409)	(818)	(76)
CANALES						
TVE 1	55%	58%	64%	63%	56%	51%
La 2	20	27	22	25	20	13
Canales Autonómicos	30	27	35	34	31	28
Canal Plus	6	9	5	7	6	8
Antena 3	54	56	58	59	56	69
Telecinco	33	62	36	42	34	33
Via Satélite	1	-	1	*	1	5
Ninguno, no vió	*	-	-	-	*	1
NS/NC	-	-	-	-	-	-
Total Audiencia	100%	100%	100%	100%	100%	100%



**Cuadro 5.5.5.**

**Perfil Socioeconómico de los Televidentes en el día de Ayer  
de TVE-1, La 2, Canales Autonómicos y Canales Privados.**

MAYO 1995	Total Muestra	TVE 1	La 2	Canales Autonómicos	Canales Privados
TOTAL	(1213)	(550)	(196)	(304)	(678)
Edad:					
18 a 29 años	26%	22%	26%	28%	29%
30 a 49 años	34	29	39	32	34
50 a 64 años	22	26	21	21	22
65 y más años	18	23	14	19	16
Posición Social:					
Baja	41%	47%	36%	35%	39%
Media	45	42	47	49	46
Alta	14	11	17	16	15
Ideología:					
Izquierda	40%	43%	40%	47%	40%
Centro	16	14	15	14	16
Derecha	18	15	15	17	18
Status Socioeconómico:					
Alto, Medio alto	18%	15%	21%	20%	18%
Medio	56	55	52	54	59
Medio Bajo	24	28	23	23	22
Bajo	2	2	3	3	2
Clientes de:					
Bancos	33%	30%	38%	33%	35%
Cajas	78	80	78	79	79



**Cuadro 5.5.6.**

**Audiencia de los Programas de Noticias o Boletines  
Informativos en el día de ayer en diferentes  
Canales Televisivos**

	V-94	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95
TVE 1	31%	32%	33%	34%	33%	35%	33%	34%	30%	31%	28%	31%
La 2	2	2	2	2	2	2	3	1	2	3	2	2
Canal Plus	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Antena 3	21	23	22	22	22	23	22	23	21	26	25	26
Telecinco	8	9	6	7	7	8	8	10	10	11	8	8
Vía Satélite	*	*	*	-	*	*	*	*	*	*	-	*
Canales Autono- micos	12	12	12	11	14	14	13	16	14	14	12	13
Ninguno	36	36	35	36	34	30	34	31	38	31	36	35
NS/NC	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Total Audiencia Informativos	63%	62%	63%	63%	65%	70%	65%	68%	61%	68%	63%	63%



Cuadro 5.5.7.

**Audiencia de Boletines Informativos en distintas  
Comunidades Autónomas.**

MAYO 1995	Total	Cataluña	País Vasco	Galicia	Andalucía	Madrid	Comunidad Valencia
TOTAL	(1213)	(191)	(64)	(85)	(213)	(156)	(123)
CANALES							
TVE 1	31%	22%	30%	36%	32%	34%	24%
La 2	2	1	-	1	3	1	1
Canales Autonómicos	13	27	35	12	16	16	10
Canal Plus	1	-	-	-	1	-	-
Antena 3	26	23	25	19	23	25	20
Telecinco	8	9	8	12	7	5	11
Via Satélite	*	-	-	-	-	1	-
Ninguno, no vió	35	25	30	37	41	34	49
NS/NC	1	-	2	-	2	1	1



Cuadro 5.5.8.

**Audiencia de Programas Informativos de Televisión.  
(En Porcentajes)**

	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95
TOTAL	(1.212)	(1.210)	(1.210)	(1.215)	(1.211)	(1.219)	(1.213)	(1.213)
- NOTICIAS 1ª EDICION con Carmen Tomás (TELE 5).....	21	-	-	28	-	-	27	-
- ANTENA 3 NOTICIAS con Olga Viza y José A. Gavira.....	42	-	-	44	-	-	47	-
- TELEDIARIO 1ª EDICION con Ana Blanco y Matías Prats (TVE 1).....	50	-	-	52	-	-	49	-
- ANTENA 3 NOTICIAS con Pedro Piqueras y María Rey.....	-	50	-	-	49	-	-	51
- LAS NOTICIAS 2ª EDICION con Luis Mariñas (Tele 5).....	-	33	-	-	32	-	-	31
- TELEDIARIO 2ª EDICION con Elena Sánchez y Ramón Pellicer (TVE1)	-	45	-	-	49	-	-	48
- LAS NOTICIAS de la noche del Canal Autonómico.....	-	44	-	-	36	-	-	31
- MESA DE REDACCION, con Fernando Onega (TELE 5).....	-	-	20	-	-	17	-	-
- ANTENA 3 NOTICIAS con José Mª Carrascal.....	-	-	41	-	-	37	-	-
- TELEDIARIO 3ª EDICION, con Pedro Altares y Montserrat Balcegó.....	-	-	20	-	-	16	-	-
- LAS NOTICIAS de la Madrugada del Canal Autonómico.....	-	-	11	-	-	8	-	-



**Cuadro 5.5.9.**

**Perfil de los Televidentes de los Sigüientes Programas Informativos de Televisión.**

MAYO 1995	Total	ANTENA 3 NOTICIAS			NOTICIAS 2ª EDICION			TELEDIARIO 2ª EDICION			NOTICIAS NOCHE AUTONOMICAS		
		Si	No	Ns/Nc	Si	No	Ns/Nc	Si	No	Ns/Nc	Si	No	Ns/Nc
TOTAL	(1213)	(621)	(589)	(3)	(372)	(835)	(6)	(581)	(629)	(3)	(381)	(804)	(28)
Edad:													
18 a 29 años	26%	30%	22%	35%	23%	27%	35%	21%	30%	68%	24%	27%	37%
30 a 49 años	34	36	32	33	35	33	33	31	37	-	39	32	32
50 a 64 años	22	21	22	-	24	21	-	24	19	-	21	22	11
65 y más años	18	12	25	32	17	19	32	23	14	32	16	19	21
Posición Social:													
Baja	41%	36%	47%	32%	37%	43%	49%	44%	38%	65%	32%	45%	43%
Media	45	48	43	68	48	44	34	45	46	35	50	43	47
Alta	14	17	11	-	15	13	16	12	16	-	18	12	11
Ideología:													
Izquierda	40%	38%	42%	-%	38%	41%	50%	43%	37%	33%	45%	38%	29%
Centro	16	15	17	-	14	17	-	14	18	-	13	17	18
Derecha	18	23	13	35	21	17	18	16	20	35	18	18	22
Status Socioeconómico:													
Alto, Medio alto	18%	22%	14%	35%	21%	17%	18%	19%	18%	35%	22%	17%	22%
Medio	56	58	53	65	58	55	66	55	56	33	55	56	60
Medio Bajo	24	18	30	-	20	25	16	24	23	-	21	25	18
Bajo	2	1	3	-	1	2	-	2	2	32	2	2	-
Clientes de:													
Bancos	33%	39%	27%	33%	38%	31%	33%	33%	33%	-%	39%	30%	42%
Cajas	78	76	80	100	80	77	84	81	75	100	76	79	79



Exposición a Información:

Alta	36%	45%	26%	-%	43%	33%	16%	39%	33%	-%	42%	33%	43%
Baja	41	39	43	100	40	41	84	42	39	68	37	42	53
Ninguna	23	16	31	-	17	26	-	19	27	32	20	25	4

**Cuadro 5.5.10.**

**Programas Informativos de Televisión que ha visto más recientemente,  
por Audiencia de Televisión.**

MAYO 1995	Total	ANTENA 3 NOTICIAS			NOTICIAS 2ª EDICION			TELEDIARIO 2ª EDICION			NOTICIAS NOCHE AUTONOMICAS		
		Si	No	Ns/Nc	Si	No	Ns/Nc	Si	No	Ns/Nc	Si	No	Ns/Nc
TOTAL	(1213)	(621)	(589)	(3)	(372)	(835)	(6)	(581)	(629)	(3)	(381)	(804)	(28)
AUDIENCIA DE TELEVISION													
TVE 1	45%	42%	47%	100%	44%	44%	67%	62%	29%	68%	45%	44%	53%
La 2	14	15	13	68	19	11	34	18	10	35	16	12	32
Canales Autonómicos	24	19	28	68	22	24	34	22	25	67	47	13	10
Canal Plus	4	4	4	-	4	4	-	3	4	-	5	3	4
Antena 3	41	56	27	-	47	39	33	39	44	33	30	46	54
Telecinco	21	24	18	-	33	16	33	21	22	33	16	24	14
Via Satélite	1	1	*	-	1	*	-	1	*	-	*	1	-

## 5.6. LOS COMUNICADORES

Desde hace ya varios años, ASEP mide la imagen de cinco comunicadores sociales cada mes, a través del grado de conocimiento que se tiene del mismo, de la valoración media general que recibe, y de la mayor o menor dispersión de las valoraciones alrededor de la valoración media, es decir, la imagen más o menos controvertida del comunicador en cuestión. En otros lugares de este Informe se ha explicado ya cómo se han medido cada una de estas tres dimensiones.

Los comunicadores sobre los que se ha consultado en marzo son Luis Herrero, Manuel Martín Ferrand, Encarna Sánchez, Julia Otero y Nieves Herrero.

Luis Herrero se estrenó hace unos meses como "Firma invitada" en el informativo nocturno de Telecinco "Mesa de Redacción", aunque también sigue conduciendo el informativo nocturno de la COPE "La Linterna". Manuel Martín Ferrand continúa participando como contertulio en este y otros informativos de la COPE, compaginando dicha labor con la de articulista en prensa.

Julia Otero mantiene su tertulia de la tarde en Onda Cero "La Radio de Julia", compaginando esta tarea desde hace dos meses con la presentación de un programa de entrevistas por la noche en TVE-1. Encarna Sánchez también mantiene su programa de radio en la COPE "Directamente Encarna", a la misma hora que Julia Otero, mientras que Nieves Herrero conduce en Antena 3TV el programa "Cita con la Vida".

Nieves Herrero (92%) ha conseguido situarse como uno de los comunicadores más populares en España, mejorando además su imagen, al recibir una calificación media de 5,5 puntos, que supera en 0,2 a la de hace un año. Sin embargo, su imagen aún genera una controversia de nivel medio (54%).

Las rivales radiofónicas Julia Otero y Encarna Sánchez presentan una imagen dispar, claramente favorable a la primera. Así, Julia Otero (89%) es bastante más conocida en estos momentos que Encarna Sánchez (73%), a lo cual contribuye sin duda alguna su presencia en televisión. Además, Julia Otero, recibe una calificación media bastante superior (6,2 puntos) sobre su contrincante, quien ni siquiera alcanza el aprobado, con 4,6 puntos, empeorando incluso en 0,2 puntos la "nota" recibida hace un año.

Finalmente, Encarna Sánchez es un personaje que genera fuertes controversias (69%), mientras que la imagen de Julia Otero no produce discrepancias (38%). Con su programa "La Linterna", en la COPE, Luis Herrero ha conseguido mejorar su conocimiento en ocho puntos porcentuales durante el último año, alcanzando el 57%, aunque a ello puede haber contribuido su presencia en el informativo de medianoche en Telecinco, "Mesa de Redacción" que conduce Fernando Onega. Sin embargo, este factor podría haber sido el que explique que su calificación sea 0,4 puntos inferior a la de hace un año, nivelándose en 6,2 puntos, y también la explicación de que la controversia que genera sea superior, alcanzando un índice del 40%.

Manuel Martín Ferrand presenta por su parte, la imagen más estable, al no variar apenas los resultados que cosechó hace un año. Así, su porcentaje de conocimiento es ahora de un 43%, con una valoración de 6,2 puntos y un escaso índice de discrepancia del 35%.

Un análisis más detallado se muestra en los Cuadros 5.6.5. a 5.6.7., y en ellos se combinan las tres dimensiones de imagen de dos en dos, para todos los comunicadores sociales propuestos en los últimos once meses. Se pueden hacer las siguientes afirmaciones:

- a) Matías Prats, Emilio Aragón, Rosa M<sup>a</sup> Mateo, Mercedes Milá, Iñaki Gabilondo, Luis Mariñas, Paco Lobatón, Constantino Romero, Jose M<sup>a</sup> Carrascal y Luis del Olmo son los

comunicadores más conocidos y mejor valorados. Carmen Sevilla, Lola Flores, Ana Obregón, Encarna Sánchez, Concha Velasco, José Luis Coll, Chiquito de la Calzada, Myriam Díaz Aroca y Julián Lago, aunque muy conocidos, son poco valorados.

- b) Los comunicadores más conocidos, aunque con un grado de controversia mediano, son, entre otros, José Luis Coll, Joaquín Prat, José M<sup>a</sup> García, Jesús Hermida, Isabel Gemio, Cela, Concha Velasco, María Teresa Campos, Jesús Puente, Pedro Ruiz, Raffaella Carrá, Nieves Herrero y Ana Obregón. Matías Prats, Emilio Aragón, Julia Otero, Rosa M<sup>a</sup> Mateo, Mercedes Milá, Pepe Navarro, Iñaki Gabilondo, Luis Mariñas, Paco Lobatón, Luis del Olmo y Constantino Romero son muy conocidos y muy poco controvertidos.
- c) Finalmente, Casamayor, Francisco Umbral, Ana Obregón, Concha Velasco y José Luis Coll, son poco valorados y además tienen una imagen controvertida media. Carmen Sevilla, Myriam Díaz Aroca, Lola Flores, Julián Lago y Chiquito de la Calzada son muy poco valorados y muy controvertidos.

Al analizar, por diferentes segmentos sociales, tanto a los que opinan como a los que valoran a cada uno de los cinco comunicadores por los que se ha preguntado en este sondeo, las conclusiones más sobresalientes serían, en líneas generales, las siguientes:

- El conocimiento de los diferentes comunicadores suele ser mayor cuanto más baja es la edad del entrevistado.
- La posición social y el status socioeconómico suelen presentar una pauta clara de relación, en el sentido que cuanto más altos son el status socioeconómico y la posición social, más se opina respecto a los cinco comunicadores propuestos.
- La ideología no suele presentar una pauta concreta, como era lógico esperar.
- Y, lógicamente también, cuanto más alta es la exposición a la información mayor es el grado de opinión respecto a los comunicadores.

Respecto a las valoraciones que reciben cada uno de los comunicadores sociales, por diferentes segmentos de población, podemos deducir lo siguiente:

- Como ya se ha comprobado también con las instituciones y líderes políticos, la valoración suele ser más baja cuanto más alta es la posición social y el status socioeconómico, con alguna excepción, no necesariamente significativa.
- Pero, a diferencia de las instituciones y líderes políticos, la ideología generalmente no parece influir sobre la valoración de los comunicadores.
- Y, en general también, la valoración suele ser más baja cuanto más alta es la exposición a la información, con alguna excepción no necesariamente significativa.

A continuación se han ordenado los comunicadores por los que se ha preguntado desde octubre de 1992, en cada una de las tres dimensiones de la imagen de mayor a menor grado de notoriedad, de mayor a menor valoración y de menor a mayor grado de desviación opinática (imagen controvertida).

Cada mes se pregunta por diferentes comunicadores, pero de cualquier forma, pueden ser incluidos más de un mes, y en esos casos los valores se corresponderán con el promedio resultante de los meses en que han sido incluidos.

Los rankings no parecen precisar mayor explicación, pero cabe resaltar que Carmen Sevilla es el comunicador más conocido, y Constantino Romero el más valorado. La imagen menos controvertida la tienen Constantino Romero, Pedro Piqueras e Iñaki Gabilondo. El comunicador menos conocido es Jaime Campmany, mientras que Lola Flores y Carmen Sevilla son las peor valoradas y también las que tienen una imagen más controvertida.



Cuadro 5.6.1.

Porcentaje de Conocimiento de Comunicadores Sociales

	V-94	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95
Rosa M <sup>a</sup> Mateo	-	-	-	84	-	-	-	-	-	-	-	-
Joaquín Prat	-	-	-	-	97	-	-	-	-	-	-	-
José María García	-	-	-	-	91	-	-	-	-	-	-	-
Jaime Campmany	-	-	-	-	-	-	-	19	-	-	-	-
Julián Lago	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	80	-
Manuel Martín Ferrand	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	43
Paco Lobatón	-	-	95	94	-	-	-	-	-	-	-	-
Pedro Piqueras	-	79	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Constantino Romero	-	-	-	-	-	-	-	-	80	-	-	-
Jesús Puente	-	-	93	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Luis M <sup>a</sup> Ansón	-	-	-	43	-	-	-	-	-	-	-	-
José M <sup>a</sup> Carrascal	-	-	-	-	-	88	-	-	-	-	-	-
Luis Mariñas	-	-	-	-	-	87	-	-	-	-	-	-
Jesús Hermida	-	-	-	-	-	96	-	-	-	-	-	-
Matías Prats	-	-	-	-	-	94	-	-	-	-	-	-
Emilio Aragón	-	-	-	-	-	-	96	-	-	-	-	-
Cristina García Ramos	-	-	-	-	-	-	-	-	51	-	-	-
Luis del Olmo	-	-	-	-	-	-	-	-	-	84	-	-
Nieves Herrero	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	92
José Luis Coll	-	-	94	-	-	-	-	-	-	-	-	-
María Escario	-	-	58	56	-	-	-	-	-	-	-	-
Pilar Cernuda	-	-	-	-	-	51	-	-	-	-	-	-
Julio César Iglesias	-	-	-	-	-	-	46	-	-	-	-	-
Manuel Campo Vidal	-	-	-	-	-	-	-	-	-	79	-	-
Julia Otero	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	89
Pepe Navarro	73	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Isabel Gemio	-	91	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Antonio Herrero	-	-	-	56	-	-	-	-	-	-	-	-
Ana Blanco	-	-	-	-	49	-	-	-	-	-	-	-
Carmen Sevilla	-	-	-	-	-	-	98	-	-	-	-	-
Iñaki Gabilondo	-	-	-	-	-	-	-	-	-	89	-	-
Olga Viza	-	-	-	-	-	-	-	-	-	66	-	-
Elena Sánchez	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	61	-
F. Jiménez Losantos	30	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-



Ramón Pellicer	-	-	-	-	55	-	-	-	-	-	-	-
María Rey	-	-	-	-	38	-	-	-	-	-	-	-
Carmen Tomás	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	53	-
José A. Gavira	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	38	-
Ramón Sánchez Ocaña	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	78	-
Luis Herrero	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	57
Encarna Sánchez	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	73
Juancho Armas Marcelo	24	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
José Luis Gutiérrez	32	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Pedro J. Ramírez	47	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Ana García Obregón	-	93	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Alfonso Arús	-	74	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Fernando Jaúregui	-	53	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Myriam Díaz Aroca	-	-	80	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Pepe Carroll	-	-	-	-	-	-	72	-	-	-	-	-
Marta Robles	-	-	-	-	-	-	36	-	-	-	-	-
Chiquito de la Calzada	-	-	-	-	-	-	-	87	-	-	-	-
Fernando Onega	-	-	-	-	-	-	-	36	-	-	-	-
Ernesto Sáenz de Buruaga	-	-	-	-	-	-	-	20	-	-	-	-
Fernando G <sup>a</sup> Delgado	-	-	-	-	-	-	-	22	-	-	-	-
Anne Igartiburu	-	-	-	-	-	-	-	-	34	-	-	-
M <sup>a</sup> José Sáez	-	-	-	-	-	-	-	-	28	-	-	-
Mercedes Milá	-	-	-	-	-	-	-	-	89	-	-	-
Joaquín Estefanía	-	-	-	-	-	-	-	-	-	17	-	-



Cuadro 5.6.2.

**Imagen de Comunicadores Sociales  
(% que opinan y valoran)**

	V-94	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95
Rosa María Mateo	-	-	-	75	-	-	-	-	-	-	-	-
Joaquín Prat	-	-	-	-	88	-	-	-	-	-	-	-
José María García	-	-	-	-	78	-	-	-	-	-	-	-
Jaime Campmany	-	-	-	-	-	-	-	12	-	-	-	-
Julián Lago	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	70	-
Manuel Martín Ferrand	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	29
Paco Lobatón	-	-	87	87	-	-	-	-	-	-	-	-
Pedro Piqueras	-	70	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Constantino Romero	-	-	-	-	-	-	-	-	74	-	-	-
Jesús Puente	-	-	84	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Luis M. Ansón	-	-	-	31	-	-	-	-	-	-	-	-
José María Carrascal	-	-	-	-	-	75	-	-	-	-	-	-
Luis Mariñas	-	-	-	-	-	75	-	-	-	-	-	-
Jesús Hermida	-	-	-	-	-	89	-	-	-	-	-	-
Matías Prats	-	-	-	-	-	85	-	-	-	-	-	-
Emilio Aragón	-	-	-	-	-	-	88	-	-	-	-	-
Cristina García Ramos	-	-	-	-	-	-	-	-	42	-	-	-
Luis del Olmo	-	-	-	-	-	-	-	-	-	72	-	-
Nieves Herrero	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	82
José Luis Coll	-	-	83	-	-	-	-	-	-	-	-	-
María Escario	-	-	47	44	-	-	-	-	-	-	-	-
Pilar Cernuda	-	-	-	-	-	38	-	-	-	-	-	-
Julio César Iglesias	-	-	-	-	-	-	37	-	-	-	-	-
Manuel Campo Vidal	-	-	-	-	-	-	-	-	-	66	-	-
Julia Otero	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	77
Pepe Navarro	62	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Isabel Gemio	-	84	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Antonio Herrero	-	-	-	44	-	-	-	-	-	-	-	-
Ana Blanco	-	-	-	-	39	-	-	-	-	-	-	-
Carmen Sevilla	-	-	-	-	-	-	92	-	-	-	-	-
Iñaki Gabilondo	-	-	-	-	-	-	-	-	-	79	-	-
Olga Viza	-	-	-	-	-	-	-	-	-	53	-	-



Elena Sánchez	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	50	-
F. Jiménez Losantos	21	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Ramón Pellicer	-	-	-	-	46	-	-	-	-	-	-	-
María Rey	-	-	-	-	28	-	-	-	-	-	-	-
Carmen Tomás	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	41	-
José Antonio Gavira	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	26	-
Ramón Sánchez Ocaña	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	66	-
Luis Herrero	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	44
Encarna Sánchez	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	55
Juancho Armas Marcelo	15	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
José Luis Gutiérrez	22	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Pedro J. Ramírez	38	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Ana García Obregón	-	82	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Alfonso Arús	-	67	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Fernando Jaúregui	-	43	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Myriam Díaz Aroca	-	-	68	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Pepe Carroll	-	-	-	-	-	-	66	-	-	-	-	-
Marta Robles	-	-	-	-	-	-	28	-	-	-	-	-
Chiquito de la Calzada	-	-	-	-	-	-	-	80	-	-	-	-
Fernando Onega	-	-	-	-	-	-	-	30	-	-	-	-
Ernesto Sáenz de Buruaga	-	-	-	-	-	-	-	12	-	-	-	-
Fernando G <sup>a</sup> Delgado	-	-	-	-	-	-	-	15	-	-	-	-
Anne Igartiburu	-	-	-	-	-	-	-	-	29	-	-	-
M <sup>a</sup> José Sáez	-	-	-	-	-	-	-	-	21	-	-	-
Mercedes Milá	-	-	-	-	-	-	-	-	83	-	-	-
Joaquín Estefanía	-	-	-	-	-	-	-	-	-	8	-	-



Cuadro 5.6.3.

Imagen de Comunicadores Sociales  
(Valoración media)

	V-94	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95
Rosa María Mateo	-	-	-	7,0	-	-	-	-	-	-	-	-
Joaquín Prat	-	-	-	-	6,0	-	-	-	-	-	-	-
José María García	-	-	-	-	5,4	-	-	-	-	-	-	-
Jaime Campmany	-	-	-	-	-	-	-	5,9	-	-	-	-
Julián Lago	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4,2	-
Manuel Martín Ferrand	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	6,2
Paco Lobatón	-	-	6,9	7,0	-	-	-	-	-	-	-	-
Pedro Piqueras	-	6,7	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Constantino Romero	-	-	-	-	-	-	-	-	7,3	-	-	-
Jesús Puente	-	-	5,7	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Luis M. Ansón	-	-	-	5,6	-	-	-	-	-	-	-	-
José María Carrascal	-	-	-	-	-	6,4	-	-	-	-	-	-
Luis Mariñas	-	-	-	-	-	6,6	-	-	-	-	-	-
Jesús Hermida	-	-	-	-	-	5,9	-	-	-	-	-	-
Matías Prats	-	-	-	-	-	6,6	-	-	-	-	-	-
Emilio Aragón	-	-	-	-	-	-	6,8	-	-	-	-	-
Cristina García Ramos	-	-	-	-	-	-	-	-	6,1	-	-	-
Luis del Olmo	-	-	-	-	-	-	-	-	-	6,5	-	-
Nieves Herrero	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	5,5
José Luis Coll	-	-	5,2	-	-	-	-	-	-	-	-	-
María Escario	-	-	6,0	6,4	-	-	-	-	-	-	-	-
Pilar Cernuda	-	-	-	-	-	5,8	-	-	-	-	-	-
Julio César Iglesias	-	-	-	-	-	-	6,0	-	-	-	-	-
Manuel Campo Vidal	-	-	-	-	-	-	-	-	-	6,9	-	-
Julia Otero	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	6,2
Pepe Navarro	6,1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Isabel Gemio	-	5,8	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Antonio Herrero	-	-	-	6,6	-	-	-	-	-	-	-	-
Ana Blanco	-	-	-	-	6,3	-	-	-	-	-	-	-
Carmen Sevilla	-	-	-	-	-	-	4,2	-	-	-	-	-
Iñaki Gabilondo	-	-	-	-	-	-	-	-	-	7,3	-	-
Olga Viza	-	-	-	-	-	-	-	-	-	7,0	-	-



Elena Sánchez	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	6,0	-
F. Jiménez Losantos	6,1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Ramón Pellicer	-	-	-	-	6,3	-	-	-	-	-	-	-
María Rey	-	-	-	-	6,2	-	-	-	-	-	-	-
Carmen Tomás	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	5,8	-
José Antonio Gavira	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	5,9	-
Ramón Sánchez Ocaña	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	6,5	-
Luis Herrero	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	6,2
Encarna Sánchez	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4,6
Juancho Armas Marcelo	6,1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
José Luis Gutiérrez	6,2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Pedro J. Ramírez	6,5	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Ana García Obregón	-	4,3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Alfonso Arús	-	5,0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Fernando Jaúregui	-	6,0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Myriam Díaz Aroca	-	-	4,2	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Pepe Carroll	-	-	-	-	-	-	6,1	-	-	-	-	-
Marta Robles	-	-	-	-	-	-	5,6	-	-	-	-	-
Chiquito de la Calzada	-	-	-	-	-	-	-	3,3	-	-	-	-
Fernando Onega	-	-	-	-	-	-	-	6,0	-	-	-	-
Ernesto Sáenz de Buruaga	-	-	-	-	-	-	-	5,4	-	-	-	-
Fernando G <sup>a</sup> Delgado	-	-	-	-	-	-	-	5,7	-	-	-	-
Anne Igartiburu	-	-	-	-	-	-	-	-	5,2	-	-	-
M <sup>a</sup> José Sáez	-	-	-	-	-	-	-	-	5,5	-	-	-
Mercedes Milá	-	-	-	-	-	-	-	-	6,5	-	-	-
Joaquín Estefanía	-	-	-	-	-	-	-	-	-	5,7	-	-



Cuadro 5.6.4.

**Imagen de Comunicadores Sociales  
(Desviación Opinática (s/x)100)**

	V-94	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95
Rosa María Mateo	-	-	-	31	-	-	-	-	-	-	-	-
Joaquín Prat	-	-	-	-	46	-	-	-	-	-	-	-
José María García	-	-	-	-	58	-	-	-	-	-	-	-
Jaime Campmany	-	-	-	-	-	-	-	44	-	-	-	-
Julián Lago	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	68	-
Manuel M. Ferrand	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	35
Paco Lobatón	-	-	39	40	-	-	-	-	-	-	-	-
Pedro Piqueras	-	30	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Constantino Romero	-	-	-	-	-	-	-	-	29	-	-	-
Jesús Puente	-	-	50	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Luis M. Ansón	-	-	-	46	-	-	-	-	-	-	-	-
José María Carrascal	-	-	-	-	-	45	-	-	-	-	-	-
Luis Mariñas	-	-	-	-	-	31	-	-	-	-	-	-
Jesús Hermida	-	-	-	-	-	46	-	-	-	-	-	-
Matías Prats	-	-	-	-	-	35	-	-	-	-	-	-
Emilio Aragón	-	-	-	-	-	-	38	-	-	-	-	-
Cristina García Ramos	-	-	-	-	-	-	-	-	36	-	-	-
Luis del Olmo	-	-	-	-	-	-	-	-	-	37	-	-
Nieves Herrero	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	54
José Luis Coll	-	-	52	-	-	-	-	-	-	-	-	-
María Escario	-	-	37	36	-	-	-	-	-	-	-	-
Pilar Cernuda	-	-	-	-	-	38	-	-	-	-	-	-
Julio César Iglesias	-	-	-	-	-	-	36	-	-	-	-	-
Manuel Campo Vidal	-	-	-	-	-	-	-	-	-	30	-	-
Julia Otero	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	38
Pepe Navarro	40	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Isabel Gemio	-	53	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Antonio Herrero	-	-	-	38	-	-	-	-	-	-	-	-
Ana Blanco	-	-	-	-	34	-	-	-	-	-	-	-
Carmen Sevilla	-	-	-	-	-	-	74	-	-	-	-	-
Iñaki Gabilondo	-	-	-	-	-	-	-	-	-	27	-	-
Olga Viza	-	-	-	-	-	-	-	-	-	29	-	-



Elena Sánchez	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	36	-
F. Jiménez Losantos	37	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Ramón Pellicer	-	-	-	-	33	-	-	-	-	-	-	-
María Rey	-	-	-	-	35	-	-	-	-	-	-	-
Carmen Tomás	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	39	-
José Antonio Gavira	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	34	-
Ramón Sánchez Ocaña	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	35	-
Luis Herrero	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	40
Encarna Sánchez	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	69
Juancho Armas Marcelo	34	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
José Luis Gutiérrez	32	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Pedro J. Ramírez	38	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Ana García Obregón	-	64	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Alfonso Arús	-	52	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Fernando Jaúregui	-	36	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Myriam Díaz Aroca	-	-	65	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Pepe Carroll	-	-	-	-	-	-	45	-	-	-	-	-
Marta Robles	-	-	-	-	-	-	40	-	-	-	-	-
Chiquito de la Calzada	-	-	-	-	-	-	-	100	-	-	-	-
Fernando Onega	-	-	-	-	-	-	-	39	-	-	-	-
Ernesto Sáenz de Buruaga	-	-	-	-	-	-	-	39	-	-	-	-
Fernando García Delgado	-	-	-	-	-	-	-	36	-	-	-	-
Anne Igartiburu	-	-	-	-	-	-	-	-	34	-	-	-
M <sup>a</sup> José Sáez	-	-	-	-	-	-	-	-	38	-	-	-
Mercedes Milá	-	-	-	-	-	-	-	-	39	-	-	-
Joaquín Estefanía	-	-	-	-	-	-	-	-	-	36	-	-



### Cuadro 5.6.5.

#### Conocimiento y Valoración de Comunicadores Sociales

MAYO 94 - MAYO 95

		VALORACION		
		Alta (+6,5)	Media (5,5-6,5)	Baja (-5,5)
CONOCIMIENTO	Alto (+70%)	Matías Prats	Jesús Puente	Carmen Sevilla
		Emilio Aragón	Joaquín Prat	José Luis Coll
		Rosa M <sup>a</sup> Mateo	Jesús Hermida	Julián Lago
		Iñaki Gabilondo	Nieves Herrero	Ana García Obregón
		Luis Mariñas	Julia Otero	Chiquito de la Calzada
		Paco Lobatón	Isabel Gemio	
		Constantino Romero	José M <sup>a</sup> García	
		Pedro Piqueras	José M <sup>a</sup> Carrascal	
		Mercedes Milá	Luis del Olmo	
		Medio (30-70%)		Manuel Campo Vidal
Olga Viza	María Escario			Alfonso Arús
Ramón Sánchez Ocaña	C. García Ramos			Myriam Díaz Aroca
Pedro J. Ramírez	Luis María Ansón			
Antonio Herrero	Ana Blanco			
	Ramón Pellicer			
	María Rey			
	Julio César Iglesias			
	Pepe Navarro			
	Fernando Jaúregui			
	Pepe Carroll			
	Fernando Onega			
	Elena Sánchez			
	Carmen Tomás			
	Luis Herrero			



Bajo  
(-30%)

Jaime Campmany      Ernesto S. de Buruaga  
José Antonio Gavira  
F. Jiménez Losantos  
Juancho Armas Marcelo  
José Luis Gutiérrez  
Marta Robles  
Fernando García Delgado  
Anne Igartiburu  
M<sup>a</sup> José Sáez  
Joaquín Estefanía  
Manuel Martín Ferrand

---

**Cuadro 5.6.6.**

**Conocimiento e Imagen Controvertida de Comunicadores Sociales**

MAYO 94 - MAYO 95

IMAGEN CONTROVERTIDA			
	Alta (+65%)	Media (40-65%)	Baja (-40%)
CONOCIMIENTO  Alto (+70)	Carmen Sevilla	José Luis Coll	Matías Prats
	Julián Lago	Joaquín Prat	Julia Otero
	Chiquito de la C.	J.M <sup>a</sup> García	Rosa M <sup>a</sup> Mateo
		Jesús Hermida	Iñaki Gabilondo
		Jesús Puente	Luis Mariñas
		Nieves Herrero	Paco Lobatón
		Emilio Aragón	Constantino Romero
		Isabel Gemio	Luis del Olmo
		Ana García Obregón	Pedro Piqueras
		José M <sup>a</sup> Carrascal	Mercedes Milá
Medio (30-70%)	Encarna Sánchez	Luis M <sup>a</sup> Ansón	Cristina G <sup>a</sup> Ramos
	Myriam Díaz Aroca	Pepe Navarro	Pilar Cernuda
		Alfonso Arús	Manuel Campo Vidal
		Pepe Carroll	María Escario
		Luis Herrero	Antonio Herrero
			Olga Viza
			Elena Sánchez
			Ana Blanco
			Ramón Pellicer
			Julio César Iglesias
		María Rey	
		Ramón Sánchez Ocaña	
		Pedro J. Ramírez	
		Fernando Jaúregui	
		Fernando Onega	
		Carmen Tomás	



Bajo  
(-30%)

Marta Robles  
Jaime Campmany

José Antonio Gavira  
M. Martín Ferrand  
F. Jiménez Losantos  
Juancho Armas Marcelo  
José Luis Gutiérrez  
Ernesto S. de Buruaga  
Fernando G<sup>a</sup> Delgado  
Anne Igartiburu  
M<sup>a</sup> José Sáez  
Joaquín Estefanía

---



### Cuadro 5.6.7.

#### Valoración e Imagen Controvertida de Comunicadores Sociales

MAYO 94 - MAYO 95

IMAGEN CONTROVERTIDA

	Alta (+65%)	Media (40-65%)	Baja (-40%)
VALORACION		Emilio Aragón	Manuel Campo Vidal
			Pedro Piqueras
Alto (+6,5)			Rosa M <sup>a</sup> Mateo
			Constantino Romero
			Matías Prats
			Luis del Olmo
			Luis Mariñas
			Iñaki Gabilondo
			Olga Viza
			Paco Lobatón
			Ramón Sánchez Ocaña
			Pedro J. Ramírez
			Antonio Herrero
Medio (5,5-6,5)		Jesús Hermida	Cristina García Ramos
		Joaquín Prat	María Escario
		Pepe Navarro	Pilar Cernuda
		Isabel Gemio	Julio César Iglesias
		Jesús Puente	Ana Blanco
		Nieves Herrero	Julia Otero
		Luis María Ansón	Ramón Pellicer
		José M <sup>a</sup> García	María Rey
		Pepe Carroll	Carmen Tomás
		Marta Robles	José Antonio Gavira
		José M <sup>a</sup> Carrascal	F. Jiménez Losantos
		Jaime Campmany	Juancho Armas Marcelo
		Luis Herrero	José Luis Gutiérrez



Fernando Jaúregui  
Fernando Onega  
Fernando G<sup>a</sup> Delgado  
Mercedes Milá  
Joaquín Estefanía  
Elena Sánchez  
M. Martín Ferrand

-----  
Bajo Carmen Sevilla José Luis Coll Ernesto S. de Buruaga  
(-5,5) Julián Lago Ana García Obregón Anne Igartiburu  
Encarna Sánchez Alfonso Arús M<sup>a</sup> José Sáez  
Myriam Díaz Aroca  
Chiquito de la Calzada  
-----



**Cuadro 5.6.8.**

**Porcentaje de Conocimiento de Diferentes Comunicadores  
por Características Socioeconómicas.**

MAYO 1995	TOTAL MUESTRA	M. Martin Ferrand	Nieves Herrero	Julia Otero	Luis Herrero	Encarna Sánchez
TOTAL	(1213)	29	82	77	44	55
Edad:						
18 a 29 años	(316)	21	90	86	50	59
30 a 49 años	(413)	39	88	82	54	63
50 a 64 años	(262)	31	78	72	39	53
65 y más años	(222)	21	62	62	23	39
Posición Social:						
Baja	(497)	18	75	72	31	46
Media	(550)	32	85	80	48	59
Alta	(167)	54	89	85	71	71
Ideología:						
Izquierda	(483)	33	85	83	46	60
Centro	(192)	33	84	80	43	58
Derecha	(219)	35	87	79	55	63
Status Socioeconómico:						
Alto, Medio alto	(223)	46	94	89	61	70
Medio	(676)	27	82	77	43	54
Medio Bajo	(287)	22	74	72	35	49
Bajo	(26)	8	51	51	20	23
Clientes de:						
Bancos	(402)	36	86	82	51	62
Cajas	(945)	30	82	78	45	56
Exposición a Información:						
Alta	(435)	42	89	86	59	68
Baja	(496)	26	80	77	39	53
Ninguna	(282)	16	72	65	29	39



**Cuadro 5.6.9.**

**Valoración Asignada a Diferentes Comunicadores Sociales,  
por Características Socioeconómicas.**

MAYO 1995	TOTAL MUESTRA	M. Martin Ferrand	Nieves Herrero	Julia Otero	Luis Herrero	Encarna Sánchez
TOTAL	(1213)	6,2	5,5	6,2	6,2	4,6
Edad:						
18 a 29 años	(316)	5,6	4,9	6,1	6,1	4,3
30 a 49 años	(413)	6,1	5,3	6,1	6,2	4,1
50 a 64 años	(262)	6,6	6,1	6,3	6,4	5,2
65 y más años	(222)	6,4	6,5	6,7	6,3	5,9
Posición Social:						
Baja	(497)	6,0	6,5	6,8	6,4	5,5
Media	(550)	6,3	5,3	5,9	6,2	4,6
Alta	(167)	6,0	3,8	5,8	6,0	3,1
Ideología:						
Izquierda	(483)	5,9	5,1	6,3	5,7	4,1
Centro	(192)	6,3	5,6	6,0	6,2	4,3
Derecha	(219)	6,6	5,7	6,1	6,8	5,3
Status Socioeconómico:						
Alto, Medio alto	(223)	6,1	4,3	5,7	6,1	3,8
Medio	(676)	6,2	5,7	6,3	6,3	4,7
Medio Bajo	(287)	6,0	6,2	6,5	6,2	5,3
Bajo	(26)	6,4	6,9	7,0	6,3	6,3
Clientes de:						
Bancos	(402)	6,2	5,0	6,1	6,3	4,4
Cajas	(945)	6,1	5,6	6,2	6,1	4,6
Exposición a Información:						
Alta	(435)	6,1	4,8	5,9	6,3	4,1
Baja	(496)	6,2	5,8	6,4	6,0	5,0
Ninguna	(282)	6,3	6,2	6,7	6,3	5,2



**Cuadro 5.6.10.**  
**Ranking de Notoriedad**

MAYO 94 - MAYO 95

Comunicadores	%
1. Carmen Sevilla	92
2. Joaquín Prat	90
3. Jesús Hermida	89
4. Emilio Aragón	89
5. Paco Lobatón	87
6. Matías Prats	85
7. Isabel Gemio	84
8. Jesús Puente	84
9. Mercedes Milá	83
10. José Luis Coll	83
11. Ana García Obregón	82
12. Nieves Herrero	82
13. Chiquito de la Calzada	80
14. Iñaki Gabilondo	79
15. José María García	78
16. Julia Otero	77
17. Rosa M <sup>a</sup> Mateo	75
18. Luis Mariñas	75
19. José M <sup>a</sup> Carrascal	75
20. Constantino Romero	74
21. Luis del Olmo	72
22. Pedro Piqueras	70
23. Julián Lago	70
24. Myriam Díaz Aroca	68
25. Alfonso Arús	67
26. Pepe Carroll	66
27. Manuel Campo Vidal	66
28. Ramón Sánchez Ocaña	66
29. Pepe Navarro	62
30. Encarna Sánchez	55
31. Olga Viza	53
32. Elena Sánchez	50
33. María Escario	46



34. Antonio Herrero	44
35. Luis Herrero	44
36. Cristina García Ramos	43
37. Fernando Jaúregui	43
38. Carmen Tomás	41
39. Ramón Pellicer	40
40. Pedro J. Ramírez	38
41. Pilar Cernuda	38
42. Ana Blanco	36
43. Julio César Iglesias	36
44. Luis M <sup>a</sup> Ansón	31
45. Fernando Onega	30
46. Anne Igartiburu	29
47. Manuel M. Ferrand	29
48. Marta Robles	28
49. José Antonio Gavira	26
50. María Rey	25
51. José Luis Gutierrez	22
52. F. Jiménez Losantos	21
53. María José Sáez	21
54. Juancho Armas Marcelo	15
55. Fernando García Delgado	15
56. Ernesto Sáenz de Buruaga	12
57. Jaime Campmany	12
58. Joaquín Estefanía	8



Cuadro 5.6.11.

**Ranking de Comunicadores Sociales según las Valoraciones  
Asignadas por los Entrevistados**

MAYO 94 - MAYO 95

Comunicadores	X
1. Constantino Romero	7,3
2. Iñaki Gabilondo	7,3
3. Paco Lobatón	7,0
4. Rosa María Mateo	7,0
5. Olga Viza	7,0
6. Manuel Campo Vidal	6,9
7. Emilio Aragón	6,8
8. Pedro Piqueras	6,7
9. Matías Prats	6,6
10. Luis Mariñas	6,6
11. Antonio Herrero	6,6
12. Ramón Sánchez Ocaña	6,5
13. Luis del Olmo	6,5
14. Pedro J. Ramírez	6,5
15. Mercedes Milá	6,5
16. José M <sup>a</sup> Carrascal	6,4
17. Ana Blanco	6,4
18. Cristina García Ramos	6,3
19. Manuel Martín Ferrand	6,2
20. Luis Herrero	6,2
21. José Luis Gutiérrez	6,2
22. María Escario	6,2
23. Ramón Pellicer	6,2
24. Julia Otero	6,2
25. Juancho Armas Marcelo	6,1
26. Pepe Navarro	6,1
27. F. Jiménez Losantos	6,1
28. Joaquín Prat	6,1
29. Pepe Carroll	6,1
30. Elena Sánchez	6,0



31. Fernando Jaúregui	6,0
32. María Rey	6,0
33. Fernando Onega	6,0
34. Jesús Hermida	5,9
35. José Antonio Gavira	5,9
36. Julio César Iglesias	5,9
37. Carmen Tomás	5,8
38. Pilar Cernuda	5,8
39. Jaime Campmany	5,8
40. Isabel Gemio	5,8
41. Jesús Puente	5,7
42. Fernando García Delgado	5,7
43. Joaquín Estefanía	5,7
44. Luis M <sup>a</sup> Ansón	5,6
45. Marta Robles	5,6
46. José María García	5,5
47. M <sup>a</sup> José Sáez	5,5
48. Nieves Herrero	5,5
49. Ernesto Sáenz de Buruaga	5,4
50. José Luis Coll	5,2
51. Anne Igartiburu	5,2
52. Alfonso Arús	5,0
53. Encarna Sánchez	4,6
54. Ana García Obregón	4,3
55. Julián Lago	4,2
56. Myriam Díaz Aroca	4,2
57. Carmen Sevilla	4,0
58. Chiquito de la Calzada	3,3



**Cuadro 5.6.12.**

**Ranking de Discrepancia de Comunicadores Sociales**

MAYO 94 - MAYO 95

Comunicadores	Discrepancia
1. Iñaki Gabilondo	27
2. Constantino Romero	29
3. Olga Viza	29
4. Pedro Piqueras	30
5. Manuel Campo Vidal	30
6. Luis Mariñas	31
7. Rosa M <sup>a</sup> Mateo	31
8. José Luis Gutiérrez	32
9. Ramón Pellicer	33
10. Cristina García Ramos	33
11. José Antonio Gavira	34
12. Ana Blanco	34
13. Anne Igartiburu	34
14. Juancho Armas Marcelo	34
15. María Rey	34
16. Manuel Martín Ferrand	35
17. Ramón Sánchez Ocaña	35
18. Matías Prats	35
19. Fernando Jaúregui	36
20. María Escario	36
21. Fernando García Delgado	36
22. Joaquín Estefanía	36
23. Elena Sánchez	36
24. F. Jiménez Losantos	37
25. Luis del Olmo	37
26. Julia Otero	38
27. Pedro J. Ramírez	38
28. Antonio Herrero	38
29. Pilar Cernuda	38
30. Julio César Iglesias	38
31. M <sup>a</sup> José Sáez	38
32. Carmen Tomás	39



33. Mercedes Milá	39
34. Fernando Onega	39
35. Ernesto Sáenz de Buruaga	39
36. Luis Herrero	40
37. Paco Lobatón	40
38. Pepe Navarro	40
39. Emilio Aragón	40
40. Marta Robles	40
41. Jaime Campmany	40
42. Joaquín Prat	44
43. José M <sup>a</sup> Carrascal	45
44. Pepe Carroll	45
45. Jesús Hermida	46
46. Luis M <sup>a</sup> Ansón	46
47. Jesús Puente	50
48. Alfonso Arús	52
49. José Luis Coll	52
50. Isabel Gemio	53
51. Nieves Herrero	54
52. José M <sup>a</sup> García	55
53. Ana García Obregón	64
54. Myriam Díaz Aroca	65
55. Julián Lago	68
56. Encarna Sánchez	69
57. Carmen Sevilla	78
58. Chiquito de la Calzada	100

## 6. La Actualidad

La proximidad de las elecciones autonómicas y locales, el reciente atentado de ETA contra Aznar, así como el recrudecimiento de los enfrentamientos entre los principales partidos políticos como consecuencia de estos hechos, y de sus posibles repercusiones sobre el voto en unas futuras elecciones generales, han sido el objeto principal de esta sección este mes de mayo.

### 6.1. EL ATENTADO FALLIDO DE ETA CONTRA AZNAR

Puesto que las entrevistas se realizaron varias semanas después de que se produjese el atentado, las respuestas no reflejan el impacto inicial, sino más bien el "poso" que el atentado ha dejado en la opinión pública.

Al preguntar por el partido que resultaría más beneficiado y más perjudicado en las próximas elecciones por este atentado fallido, un 61% de los entrevistados responde que el PP sería el más beneficiado, mientras que un 46% contesta que el PSOE será el más perjudicado.

Una clara mayoría de entrevistados en cualquier segmento social señala al PP como principal "beneficiario" del atentado fallido, opinión que, sin embargo, está inversamente relacionada con la edad, así como con la satisfacción con el Gobierno y con la Democracia, pero directamente relacionada con la posición social y el status socioeconómico, así como con el "izquierdismo", siendo mayor la proporción de los que así opinan entre los votantes del PP que entre los del PSOE (aunque menor que entre los de IU y nacionalistas de izquierda).

De manera similar, la mayoría de los entrevistados en cualquier segmento social señala al PSOE como principal "perjudicado" por el atentado, y las relaciones entre esta opinión y las variables antes indicadas son iguales que las ya señaladas.

Pero, al preguntar por lo mismo bajo el supuesto de que el atentado hubiese tenido éxito, es decir, que hubiese muerto Aznar, las opiniones están más divididas, de manera que un 27% cree que el PP habría sido el partido más beneficiado, pero un 19% cree que lo habría sido el PSOE. Y, en lo que respecta al partido más perjudicado, un 28% señala que lo habría sido el PP, frente a un 22% que opina que lo habría sido el PSOE.

No obstante, todos los segmentos sociales coinciden en citar en alguna mayor proporción al PP que al PSOE como principal beneficiario si el atentado hubiese tenido éxito, (excepto los de centro y los votantes del CDS, que mencionan en mayor proporción al PSOE).

Y prácticamente todos los segmentos sociales (excepto los de posición social alta y los votantes a partidos nacionalistas de centro y derecha), citan en mayor proporción al PP que al PSOE (aunque por escasa diferencia) como partido que habría resultado más perjudicado si Aznar hubiera resultado muerto en el atentado.



**Cuadro 6.1.1.**

**A quién beneficiará más el atentado sufrido por Aznar en las próximas elecciones, por Características Socioeconómicas.**

MAYO 1995	Total	PP	PSOE	IU	PNV	HB	Otro	Todos	Nadie	Ns/Nc
Total	(1213)	61%	3	*	1	1	*	*	22	11
Edad:										
18 a 29 años	(316)	74%	4	1	1	1	1	1	12	7
30 a 49 años	(413)	68%	2	*	*	-	*	*	21	8
50 a 64 años	(262)	52%	3	-	-	2	1	-	27	16
65 y más años	(222)	43%	3	*	1	*	-	1	33	19
Posición Social:										
Baja	(497)	50%	3	1	1	*	*	*	27	17
Media	(550)	67%	3	*	*	1	1	1	18	9
Alta	(167)	77%	-	-	1	-	-	1	19	3
Ideología:										
Izquierda	(483)	70%	2	1	1	-	*	*	19	6
Centro	(192)	63%	3	1	1	-	1	1	21	11
Derecha	(219)	63%	4	*	-	1	*	-	25	6
Status Socioeconómico Familiar:										
Alto, Medio alto	(223)	78%	1	-	-	*	*	*	16	3
Medio	(676)	61%	3	1	*	1	1	*	21	12
Medio Bajo	(287)	51%	3	*	1	*	-	1	29	15
Bajo	(26)	43%	-	-	-	-	-	-	19	38
Intención de Voto:										
PP	(287)	67%	3	*	-	1	1	*	21	6
CDS	(10)	80%	10	-	-	-	-	-	10	-
PSOE	(287)	56%	1	-	1	*	-	*	25	16
IU	(128)	80%	2	-	-	1	1	2	13	2
Nacion. derecha	(46)	63%	9	2	2	-	-	-	22	2
Nacion. izquierda	(21)	81%	-	5	-	-	-	-	-	14
Otros	(27)	82%	-	4	-	-	-	-	15	-
No votará	(102)	60%	2	-	-	1	-	-	19	18
No sabe	(221)	51%	3	*	-	*	*	1	27	16
No contesta	(84)	46%	5	-	1	1	1	-	27	18



Satisfacción con el Gobierno:										
Satisfechos	(324)	52%	2	*	1	-	*	1	28	15
Indiferentes	(207)	51%	2	-	-	*	1	*	25	19
Insatisfechos	(671)	70%	3	1	*	1	*	*	18	6
Satisfacción con la Democracia:										
Satisfechos	(519)	60%	2	1	1	*	*	1	25	11
Indiferentes	(217)	55%	3	-	-	1	-	1	23	17
Insatisfechos	(463)	68%	3	*	*	1	1	-	18	8



Cuadro 6.1.2.

A quién perjudicará más el atentado sufrido por Aznar en las próximas elecciones, por Características Socioeconómicas.

MAYO 1995	Total	PP	PSOE	IU	PNV	HB	Otro	Todos	Nadie	Ns/Nc
Total	(1213)	7%	46	*	1	6	1	9	16	15
Edad:										
18 a 29 años	(316)	9%	55	*	1	7	1	6	10	10
30 a 49 años	(413)	7%	50	*	2	6	*	9	16	9
50 a 64 años	(262)	4%	41	-	*	5	-	12	15	23
65 y más años	(222)	8%	31	1	-	3	1	10	24	23
Posición Social:										
Baja	(497)	9%	39	*	*	4	*	11	15	21
Media	(550)	7%	49	*	1	6	1	6	16	13
Alta	(167)	2%	54	1	2	9	-	10	15	5
Ideología:										
Izquierda	(483)	6%	51	*	*	7	1	7	18	9
Centro	(192)	7%	47	1	2	7	-	14	10	12
Derecha	(219)	10%	50	-	2	4	1	10	15	9
Status Socioeconómico Familiar:										
Alto, Medio alto	(223)	5%	55	1	2	9	*	6	13	7
Medio	(676)	8%	46	*	1	6	1	10	14	15
Medio Bajo	(287)	7%	40	1	-	3	-	9	21	19
Bajo	(26)	4%	31	-	-	4	-	8	15	38
Intención de Voto:										
PP	(287)	7%	53	*	2	6	1	11	11	9
CDS	(10)	10%	70	-	-	10	-	-	10	-
PSOE	(287)	7%	45	-	-	4	1	6	19	18
IU	(128)	5%	53	2	-	8	2	11	16	5
Nacion. derecha	(46)	11%	52	-	2	7	-	11	9	9
Nacion. izquierda	(21)	14%	53	-	-	5	-	5	9	14
Otros	(27)	4%	52	4	4	8	4	7	18	-
No votará	(102)	4%	46	-	-	5	-	10	10	25
No sabe	(221)	8%	32	*	1	5	-	7	24	22
No contesta	(84)	8%	39	-	2	6	-	16	11	18



Satisfacción con el Gobierno:										
Satisfechos	(324)	8%	40	1	*	3	1	10	20	18
Indiferentes	(207)	9%	41	-	-	4	1	9	16	21
Insatisfechos	(671)	7%	51	*	1	7	*	9	14	10
Satisfacción con la Democracia:										
Satisfechos	(519)	8%	43	*	1	6	1	10	17	15
Indiferentes	(217)	7%	40	-	1	6	1	6	20	18
Insatisfechos	(463)	7%	53	1	1	5	1	8	12	12



Cuadro 6.1.3.

**A quién hubiera beneficiado más si el atentado sufrido por Aznar hubiese tenido éxito, por Características Socioeconómicas.**

MAYO 1995	Total	PP	PSOE	IU	PNV	HB	Otro	Todos	Nadie	Ns/Nc
Total	(1213)	27%	19	1	*	4	1	1	29	18
Edad:										
18 a 29 años	(316)	39%	24	1	*	2	1	2	17	14
30 a 49 años	(413)	27%	20	1	*	4	1	2	29	15
50 a 64 años	(262)	21%	16	1	-	5	1	1	34	22
65 y más años	(222)	16%	13	2	*	4	-	1	38	26
Posición Social:										
Baja	(497)	20%	19	1	*	4	1	1	30	22
Media	(550)	31%	21	1	-	3	1	2	26	16
Alta	(167)	35%	12	1	1	4	1	1	32	13
Ideología:										
Izquierda	(483)	33%	16	1	1	5	1	2	28	14
Centro	(192)	21%	23	2	-	3	-	2	30	20
Derecha	(219)	30%	23	1	-	3	1	*	29	11
Status Socioeconómico Familiar:										
Alto, Medio alto	(223)	34%	18	*	-	4	2	1	26	14
Medio	(676)	27%	20	1	*	5	*	1	28	18
Medio Bajo	(287)	22%	19	1	1	2	-	2	33	20
Bajo	(26)	16%	11	-	-	-	-	4	27	42
Intención de Voto:										
PP	(287)	28%	27	1	-	3	2	1	25	14
CDS	(10)	29%	51	-	-	-	-	10	-	10
PSOE	(287)	21%	16	1	1	5	*	1	36	18
IU	(128)	40%	15	-	-	6	2	2	26	10
Nacion. derecha	(46)	35%	28	4	-	2	-	-	22	9
Nacion. izquierda	(21)	38%	14	5	-	-	-	15	9	19
Otros	(27)	30%	26	4	-	-	-	-	30	11
No votará	(102)	29%	12	1	-	3	-	3	28	24
No sabe	(221)	23%	15	1	-	2	-	1	29	28
No contesta	(84)	26%	15	-	1	10	-	-	29	19



Satisfacción con el Gobierno:										
Satisfechos	(324)	21%	14	1	*	3	*	2	36	21
Indiferentes	(207)	20%	18	1	-	3	1	2	34	21
Insatisfechos	(671)	32%	22	1	*	4	1	1	24	15
Satisfacción con la Democracia:										
Satisfechos	(519)	24%	14	1	*	4	1	2	34	20
Indiferentes	(217)	25%	19	1	-	2	-	1	29	23
Insatisfechos	(463)	32%	24	2	*	5	1	1	23	13



**Cuadro 6.1.4.**

**A quién hubiera perjudicado más si el atentado sufrido por Aznar hubiese tenido éxito, por Características Socioeconómicas.**

MAYO 1995	Total	PP	PSOE	IU	PNV	HB	Otro	Todos	Nadie	Ns/Nc
Total	(1213)	28%	22	*	1	4	*	13	13	18
Edad:										
18 a 29 años	(316)	32%	30	1	1	6	*	8	9	13
30 a 49 años	(413)	30%	22	*	1	4	1	15	12	15
50 a 64 años	(262)	26%	18	-	*	3	-	18	13	20
65 y más años	(222)	22%	13	-	1	3	-	12	21	29
Posición Social:										
Baja	(497)	29%	17	*	1	3	*	12	15	23
Media	(550)	29%	25	*	1	4	*	13	13	14
Alta	(167)	20%	26	1	2	9	1	18	11	13
Ideología:										
Izquierda	(483)	26%	25	*	1	5	*	11	16	15
Centro	(192)	35%	19	-	1	3	-	18	8	15
Derecha	(219)	30%	24	1	1	5	1	16	10	11
Status Socioeconómico Familiar:										
Alto, Medio alto	(223)	28%	26	*	2	8	1	15	7	13
Medio	(676)	30%	22	*	1	4	*	14	13	17
Medio Bajo	(287)	24%	18	1	-	3	-	12	20	23
Bajo	(26)	23%	12	-	-	-	-	8	11	46
Intención de Voto:										
PP	(287)	34%	23	1	2	5	1	16	6	13
CDS	(10)	40%	29	-	-	-	-	21	-	10
PSOE	(287)	27%	19	-	*	4	*	10	21	19
IU	(128)	29%	27	2	-	5	1	16	13	8
Nacion. derecha	(46)	28%	35	-	-	4	-	11	13	9
Nacion. izquierda	(21)	33%	33	-	-	5	-	-	14	14
Otros	(27)	33%	26	-	-	12	-	11	7	11
No votará	(102)	25%	24	-	-	3	-	13	12	23
No sabe	(221)	21%	17	-	1	2	*	13	17	28
No contesta	(84)	23%	17	-	2	7	-	18	11	23



Satisfacción con el Gobierno:										
Satisfechos	(324)	25%	18	*	1	3	*	13	19	21
Indiferentes	(207)	26%	15	-	*	1	1	16	17	24
Insatisfechos	(671)	30%	26	*	1	5	*	13	10	14
Satisfacción con la Democracia:										
Satisfechos	(519)	24%	19	*	1	5	*	16	16	19
Indiferentes	(217)	25%	19	-	1	2	*	12	16	24
Insatisfechos	(463)	34%	27	*	1	4	*	11	9	13

## 6.2. EL CRECIMIENTO ELECTORAL DEL PP

La coincidencia de encuestas y analistas políticos en pronosticar cada vez con mayor insistencia y claridad la posible victoria del PP en unas futuras elecciones generales, incluso por mayoría absoluta, así como los ataques, incluso físicos, que este partido ha estado sufriendo durante las últimas semanas, han sugerido la conveniencia de conocer la opinión de los españoles sobre estas cuestiones.

En este sentido, un 28% de los entrevistados afirman que se sentirían algo o muy satisfechos si el PP ganase las próximas elecciones generales, pero un 34% afirma que se sentiría algo o muy insatisfecho, mientras que algo más de una tercera parte no se sentirían ni satisfechos ni insatisfechos.

Por otra parte, un 31% se sentirían algo o muy satisfechos de que el PSOE pierda las próximas elecciones legislativas, frente a solo un 25% que se sentiría algo o muy insatisfecho porque el PSOE perdiera, y un 39% que no se sentirían satisfechos ni insatisfechos.

En conjunto, y mediante la construcción de un índice que compara satisfechos con insatisfechos, se observa una fuerte controversia de opiniones en ambas cuestiones, con cierta tendencia también contradictoria, ya que en la mayoría de los segmentos sociales predomina ligeramente la proporción de quienes se sienten insatisfechos porque gane el PP y, simultáneamente, predomina ligeramente la proporción de quienes se sienten satisfechos de que pierda el PSOE. Esta incoherencia es especialmente notable entre los de posición social alta y los votantes de IU y otros partidos, aunque puede que no haya tal incoherencia en mostrar insatisfacción porque gane el PP y satisfacción porque pierda el PSOE, si lo que se desea es que gane otro partido, como por ejemplo IU.

Por otra parte, hay mayor coherencia entre los mayores de 65 años, los de izquierda, los de status bajo, los votantes del PSOE, y los satisfechos con el Gobierno y con la Democracia, todos los cuales muestran claramente su insatisfacción porque gane el PP y su insatisfacción porque pierda el PSOE. Y en sentido contrario, los de derecha, los votantes del PP, y en menor medida los insatisfechos con el Gobierno y con el funcionamiento de la democracia, quienes se sienten satisfechos si gana el PP y también satisfechos porque pierda el PSOE.

En cuanto a los actos violentos de que está siendo objeto el PP (asesinato de Gregorio Ordóñez, atentado contra Aznar, asaltos a sedes, etc.), las opiniones parecen encontrarse algo divididas, aunque se observa una opinión mayoritaria (en términos relativos) en el sentido de que "es un plan organizado para desestabilizar la democracia española, provocando conflictos sociales e incluso la intervención de las Fuerzas Armadas", opinión mencionada por un 28%. Otras opiniones, minoritarias, son las de que "es un plan organizado para asustar al electorado y enseñarle lo que puede ocurrir si el PP ganase las próximas elecciones" (13%), que "es un plan organizado para provocar una reacción violenta del PP que le descalifique como partido democrático" (9%), etc. En cualquier caso, un 50% de los entrevistados mencionan respuestas que incluyen la existencia de "un plan organizado", frente a un 14% que ofrece otras razones (algunas de las cuales responsabilizan al propio PP), un 15% que afirma que estos hechos no responden a ninguna razón específica, y que son fruto de la casualidad, y un 22% que no responde en absoluto.

Curiosamente, no se observan diferencias significativas en las respuestas en relación a esta cuestión, de manera que predominan claramente los que opinan que se trata de un plan organizado, y dentro de esta respuesta, los que opinan que se trata de un plan organizado para desestabilizar la democracia española provocando conflictos sociales e incluso la intervención de las Fuerzas Armadas.



Cuadro 6.2.1.

**Grado de Satisfacción con que el PP gane las próximas Elecciones Generales y con que el PSOE las pierda.**

MAYO 1995	Satisfacción con que:	
	Gane el PP	Pierda el PSOE
-----	-----	-----
Total	(1213)	(1213)
- Muy satisfecho	14%	16%
- Algo satisfecho	14	15
- Ni satisfecho ni insatisfecho	34	39
- Algo insatisfecho	13	12
- Muy insatisfecho	21	13
- NS/NC	4	4
INDICE	94	106



**Cuadro 6.2.2.**

**Indice del Grado de Satisfacción con que el PP gane las próximas elecciones generales, y con que el PSOE las pierda, por Características Socioeconómicas.**

MAYO 1995	Total	Gane el PP	Pierda el PSOE
-----	-----	-----	-----
Total	(1213)	94	106
Edad:			
18 a 29 años	(316)	93	112
30 a 49 años	(413)	95	113
50 a 64 años	(262)	100	102
65 y más años	(222)	88	86
Posición Social:			
Baja	(497)	88	91
Media	(550)	102	114
Alta	(167)	87	122
Ideología:			
Izquierda	(483)	42	73
Centro	(192)	128	119
Derecha	(219)	175	164
Status Socioeconómico Familiar:			
Alto, Medio alto	(223)	103	119
Medio	(676)	94	109
Medio Bajo	(287)	90	90
Bajo	(26)	73	65
Intención de Voto:			
PP	(287)	185	169
CDS	(10)	100	119
PSOE	(287)	31	35
IU	(128)	54	124
Nacion. derecha	(46)	76	113
Nacion. izquierda	(21)	19	99
Otros	(27)	82	122
No votará	(102)	86	97
No sabe	(221)	96	105



No contesta	(84)	104	104
Satisfacción con el Gobierno:			
Satisfechos	(324)	57	60
Indiferentes	(207)	84	93
Insatisfechos	(671)	115	131
Satisfacción con la Democracia:			
Satisfechos	(519)	82	88
Indiferentes	(217)	94	106
Insatisfechos	(463)	109	125



**Cuadro 6.2.3.**

**Motivos que provocan distintos actos de violencia hacia el PP,  
por Características Socioeconómicas.**

MAYO 1995	Total	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	NS/NC
Total	(1213)	28%	9	13	5	5	2	2	15	22
Edad:										
18 a 29 años	(316)	29%	10	13	4	11	4	2	11	17
30 a 49 años	(413)	29%	10	15	6	6	2	2	14	15
50 a 64 años	(262)	27%	8	11	5	1	*	1	20	26
65 y más años	(222)	22%	7	12	3	2	3	2	13	36
Posición Social:										
Baja	(497)	23%	9	14	4	4	3	1	13	29
Media	(550)	30%	9	12	6	6	1	2	16	19
Alta	(167)	33%	10	13	5	8	2	4	16	9
Ideología:										
Izquierda	(483)	26%	7	12	7	9	3	1	17	18
Centro	(192)	30%	9	13	3	5	2	2	16	20
Derecha	(219)	31%	18	19	2	1	2	2	14	11
Status Socioeconómico Familiar:										
Alto, Medio alto	(223)	31%	9	16	4	8	2	3	18	10
Medio	(676)	28%	10	13	6	5	2	1	14	22
Medio Bajo	(287)	24%	10	11	3	4	3	2	13	30
Bajo	(26)	23%	4	4	-	12	4	-	15	38
Sector Económico:										
No activos	(653)	25%	9	14	4	4	2	1	14	26
En paro	(131)	33%	10	10	5	6	3	-	12	22
Sec.Publico	(42)	33%	7	12	2	12	2	2	12	17
Sec.Priv.c/ajena	(303)	27%	9	15	7	6	2	2	17	15
Sec.Priv.c/propia	(84)	33%	9	8	2	9	4	2	13	18
Clientes de:										
Bancos	(402)	28%	11	14	4	5	1	2	16	18
Cajas	(945)	28%	9	13	6	6	2	2	13	21
Intención de Voto:										
PP	(287)	30%	18	20	2	2	2	2	12	12
CDS	(10)	60%	11	10	10	10	-	-	-	-



PSOE	(287)	25%	6	10	8	5	4	1	16	25
IU	(128)	32%	6	12	10	7	2	3	22	7
Nacion. derecha	(46)	48%	6	15	7	2	4	-	2	15
Nacion. izquierda	(21)	9%	10	9	5	19	9	-	14	24
Otros	(27)	33%	11	11	4	8	-	4	15	15
No votará	(102)	22%	4	11	3	10	1	2	17	31
No sabe	(221)	23%	8	12	2	7	1	1	13	33
No contesta	(84)	29%	7	8	2	1	1	2	17	32
Satisfacción con el Gobierno:										
Satisfechos	(324)	24%	5	12	6	5	4	1	18	25
Indiferentes	(207)	31%	10	9	3	5	2	1	11	27
Insatisfechos	(671)	28%	11	15	5	5	2	2	14	18
Satisfacción con la Democracia:										
Satisfechos	(519)	30%	7	12	5	7	2	1	16	20
Indiferentes	(217)	27%	8	16	4	3	2	1	11	27
Insatisfechos	(463)	26%	13	13	5	5	2	2	14	21

- (1) Es un plan organizado para desestabilizar la democracia española provocando conflictos sociales e incluso la intervención de las Fuerzas Armadas.
- (2) Es un plan organizado para provocar una reacción violenta del PP que le descalifique como partido democrático.
- (3) Es un plan organizado para asustar al electorado y enseñarle lo que puede ocurrir si el PP ganase las próximas elecciones.
- (4) Es una consecuencia de la incapacidad del PP para entender y aceptar los nacionalismos históricos.
- (5) Es una consecuencia de las provocaciones del PP y de sus intentos de desestabilizar la democracia.
- (6) Es otra razón.
- (7) No existe ninguna razón específica, son hechos aislados y no premeditados, son cosas que pasan.

### 6.3. ELECCIONES AUTONOMICAS Y MUNICIPALES

Las previsiones de participación electoral en las próximas elecciones autonómicas y municipales son, como siempre, muy altas, por lo que parecen algo exageradas.

Más de un 60% de los entrevistados en el conjunto de las 13 Comunidades en que se celebrarán las elecciones autonómicas, y más del 60% también en el conjunto nacional, respecto a las municipales, afirman que "votarán con toda seguridad" el próximo 28 de mayo. Si a éstos se suman los que afirman que es probable que voten, resultaría una participación electoral superior al 80% en ambas elecciones, proporción que es 20 puntos superior a la que votó en las pasadas elecciones municipales y autonómicas.

No parece probable que la participación sea muy superior a la de las anteriores elecciones autonómicas y municipales de 1991, pero sí debe esperarse que sea algo mayor, alrededor del 65%, a causa de la dureza con que se han desarrollado la pre-campaña y la campaña electoral. Aunque en las últimas elecciones de 1993 y 1994 se dijo, y fué cierto, que cuanto mayor fuese la participación menor sería la diferencia de votos entre PP y PSOE, y que cuanto más baja fuese la participación electoral mayor sería la diferencia entre PP y PSOE, la ya alta participación prevista a estas alturas parece dejar poco margen para grandes cambios en la distribución de los votos.

La participación electoral parece estar directamente relacionada con la posición social y con el status socioeconómico familiar, así como con la satisfacción con el Gobierno y con la Democracia, pero no se observan variaciones importantes respecto a la ideología o entre votantes del PP y del PSOE, aunque sí parece que la participación electoral será algo mayor entre los votantes de derecha, los del PP y entre los votantes de 30 a 64 años.

Las intenciones directas de voto, sin eliminar los efectos de sub-estimación y sobre-estimación para diferentes partidos, muestran cierta equiparación de voto entre el PP y el PSOE, tanto en las elecciones autonómicas como en las municipales. Estas intenciones contrastan con los resultados de las elecciones de 1991, en las que el PSOE obtuvo 5 puntos porcentuales más que el PP en las elecciones autonómicas, y 8 puntos más en las municipales, y demuestran la pérdida electoral del PSOE y el incremento electoral del PP.

Con independencia de que estas intenciones no pueden ser tomadas como predicciones, ya que éstas resultarán de la estimación elaborada por ASEP como luego se comentará, sí se pueden utilizar para elaborar algunas explicaciones que se resumen a continuación:

- Los resultados de las elecciones autonómicas y municipales serán bastante similares, aunque con las lógicas diferencias por el hecho de que cuatro Comunidades Autónomas participan en las municipales pero no en las autonómicas.
- La victoria del PP parece que será más clara en las elecciones autonómicas que en las municipales.
- IU parece haber duplicado su electorado respecto a 1991, aunque su intención directa de voto sigue siendo alrededor de la mitad de la del PSOE.
- En cualquier caso, estas magnitudes no pueden tomarse como significativas, y en su lugar se comentarán con más detalle las estimaciones de voto.

El análisis por características socioeconómicas de los entrevistados sugiere que el voto al PP es significativamente mayor que en el conjunto de la muestra entre los de 50 a 64 años, los de

centro y derecha, los de status socioeconómico alto y medio alto, los insatisfechos con el Gobierno y con la democracia y, lógicamente, entre los votantes al PP en elecciones generales, tanto en elecciones autonómicas como municipales.

El voto al PSOE es más alto que en el promedio muestral entre los mayores de 65 años, los de baja posición social y bajo status socioeconómico, los de izquierda, los satisfechos con el Gobierno y con la democracia, y entre los votantes del PSOE en elecciones generales.

Y el voto a IU es más alto que en el conjunto muestral entre los menores de 30 años, los de alta posición social, los de izquierda y, lógicamente, los votantes de IU en elecciones generales.

A los entrevistados que no contestaron sus intenciones de voto se les preguntó si es que dudaban entre varios partidos, y en caso de contestación afirmativa se les preguntó por los partidos entre los que dudaban. Estos entrevistados representaban algo más de una cuarta parte de la muestra en España en ambas elecciones, y de ellos, más de un 40% tampoco contestan los partidos entre los que dudan.

No obstante, y aunque PP, PSOE e IU son mencionados en proporciones similares, se observa que las dudas en las dos elecciones se refieren algo más al PP y a IU.

La experiencia ha demostrado que, con independencia de las intenciones de voto de los individuos, sus expectativas respecto a qué partido ganará las elecciones suelen ser correctas.

Los datos sugieren que los españoles ven al PP como ganador de las elecciones autonómicas y municipales en proporción más de dos veces superior al PSOE en el caso de las autonómicas, y en menor proporción en el caso de las municipales, lo que sugiere que el PP ha logrado consolidar una imagen de partido ganador.

Casi todos los segmentos sociales, excepto los votantes del PSOE en ambas elecciones, así como los de izquierda, los votantes a partidos nacionalistas de izquierda, y los satisfechos con el Gobierno en las municipales, creen mayoritariamente que el PP ganará las elecciones autonómicas y municipales.

La opinión de que el PP ganará las próximas elecciones, por tanto, está ampliamente compartida, pero más en lo que respecta a las elecciones autonómicas que en las municipales.

En cuanto a las estimaciones de voto para las elecciones autonómicas y municipales en Madrid deben tenerse en cuenta algunos aspectos derivados de la experiencia de las elecciones de 1991:

- La abstención en las elecciones autonómicas y municipales de 1991 fue del 35 y 37 por ciento respectivamente, es decir, bastante superior a la abstención en las elecciones generales de 1993.
- Los resultados de las elecciones autonómicas y municipales fueron similares entre sí, aunque con mayor ventaja del PSOE sobre el PP en las municipales (8 puntos) que en las autonómicas (5 puntos).
- Todos los datos disponibles sugieren ahora que el PP será el partido más votado, tanto en las elecciones autonómicas como en las municipales, pero es más difícil pronosticar si esa victoria será por mayoría absoluta frente a posibles coaliciones PSOE-IU en las diferentes Comunidades y municipios.

Para elaborar las estimaciones de voto, y al igual que ASEP hace en otras elecciones (generales, europeas), cuando ya se está próximo a las elecciones, el modelo habitual se completa con la pregunta de si el entrevistado piensa votar o no, y con qué seguridad.

Ya se ha comentado anteriormente que un 64% y un 62% afirman que votarán con toda seguridad, respectivamente, en las elecciones autonómicas y municipales, proporciones que son muy similares a las que realmente votaron en las pasadas elecciones de 1991 (65% y 63% respectivamente).

Tomando en consideración sólo a estos entrevistados, y aplicando el modelo habitual de estimación de ASEP, se ha elaborado la estimación basada en los datos de este mes de mayo, que, como puede comprobarse, produce una abstención estimada del 35% en las autonómicas (35% en 1991) y del 36% en las municipales (37% en 1991), lo que implicaría un nivel casi idéntico de abstención. Sin embargo, teniendo en cuenta que estas elecciones tienen una mayor significación (el ambiente político está muy "caldeado") que las de 1991, cabe esperar que la abstención sea incluso inferior, aunque en estas elecciones no parece, como ya se ha dicho, que una abstención inferior pueda alterar significativamente la distribución de votos.

Los resultados de las estimaciones para ambas elecciones, elaboradas por separado, producen datos muy semejantes, más similares entre sí incluso que las que realmente se obtuvieron en 1991, lo cual parece lógico, pues estas elecciones parecen haber perdido su significado real para convertirse en unas "primarias" de las elecciones generales.

Las estimaciones de ambas elecciones coinciden en mostrar una cierta ventaja del PP sobre el PSOE, 6 puntos de diferencia en las primeras y 5 puntos en las segundas.

En resumen, y de acuerdo con los datos de este sondeo de mayo, parece poder afirmarse que:

- Apenas pueden señalarse todavía grandes diferencias entre las elecciones autonómicas y municipales, (como tampoco las hubo realmente, en términos de magnitudes, en las pasadas elecciones de 1991).
- La abstención estimada es de 35% para las autonómicas y 36% para las municipales.
- Comparando las estimaciones con los resultados de 1991 se observa que el PP mejoraría sustancialmente sus resultados en las autonómicas y en las municipales, 5 puntos porcentuales en las autonómicas y 8 puntos en las municipales.
- El PSOE perdería alrededor de 6 puntos porcentuales en las autonómicas y 5 puntos en las municipales, mientras que IU ganaría 3 y 4 puntos porcentuales respectivamente.
- En consecuencia, y de acuerdo con estas estimaciones, el PP podría ser el partido más votado en ambas elecciones.
- Por último, se ha analizado también la intención de voto de los que afirman que es probable que voten, pudiéndose comprobar que la distribución de esos posibles votantes es, en esta ocasión, muy similar a la de los que dicen que votarán con toda seguridad, lo que implica que un incremento de la participación no afectará significativamente esta vez a los resultados, aunque siempre favorecerá algo más al PSOE que al PP.



Cuadro 6.3.1.

**Participación Electoral prevista en las  
Próximas Elecciones Autonómicas y Municipales, ( ESPAÑA )**

	AUTONOMICAS (*)			MUNICIPALES		
	III-95	IV-95	V-95	III-95	IV-95	V-95
Total	(658)	(654)	(659)	(1219)	(1213)	(1213)
Sí, con toda seguridad	58%	62%	64%	58%	57%	62%
Probablemente sí	23	21	19	24	24	21
Probablemente no	6	5	4	6	5	5
No, con toda seguridad	8	8	8	8	9	7
NS	3	3	4	3	3	4
NC	2	1	1	2	2	1

(\*) NOTA: En el apartado de elecciones autonómicas para el total de España no se han considerado las Comunidades de Galicia, País Vasco, Barcelona y Andalucía.



**Cuadro 6.3.2.**

**Participación Electoral prevista en las próximas Elecciones Autonómicas y Municipales, por Características Socioeconómicas.**

MAYO 1995	AUTONOMICAS						MUNICIPALES					
	Base: Autonomías con elecciones	Sí, con toda seguridad	Probable- mente sí	Probable- mente no	No, con toda seguridad	Ns/ Nc	TOTAL	Sí, con toda seguridad	Probable- mente sí	Probable- mente no	No, con toda seguridad	Ns/ Nc
TOTAL	(659)	64%	19	4	8	5	(1213)	62%	21	5	7	5
Edad:												
18 a 29 años	(164)	60%	18	3	15	6	(316)	58%	20	6	13	4
30 a 49 años	(227)	65%	20	4	6	5	(413)	66%	20	5	4	5
50 a 64 años	(141)	76%	17	1	4	1	(262)	69%	20	4	5	3
65 y más años	(128)	52%	23	5	9	11	(222)	53%	26	6	8	7
Posición Social:												
Baja	(264)	58%	23	6	7	7	(497)	56%	25	6	7	6
Media	(296)	67%	18	2	8	4	(550)	65%	19	5	7	4
Alta	(100)	67%	15	2	11	5	(167)	67%	16	3	7	6
Ideología:												
Izquierda	(243)	65%	22	2	8	3	(483)	65%	23	4	5	3
Centro	(110)	62%	17	8	9	4	(192)	59%	20	9	10	3
Derecha	(141)	76%	16	1	3	4	(219)	74%	17	3	4	2
Status Socioeconómico Familiar:												
Alto, Medio alto	(139)	70%	12	3	8	7	(223)	69%	15	4	6	6
Medio	(366)	65%	19	3	9	5	(676)	63%	21	5	8	5
Medio Bajo	(145)	56%	26	5	8	5	(287)	56%	25	7	8	4
Bajo	(10)	40%	40	10	-	10	(26)	43%	35	8	8	7
Intención de Voto Generales:												
PP	(193)	75%	16	3	3	4	(287)	75%	17	3	2	3
CDS	(8)	75%	-	13	12	-	(10)	80%	-	11	10	-
PSOE	(147)	65%	25	2	4	3	(287)	66%	26	3	2	2
IU	(71)	74%	14	1	6	4	(128)	72%	19	3	3	3
Nacion. derecha	(9)	78%	11	-	-	11	(46)	74%	22	-	-	4
Nacion. izquierda	(3)	66%	34	-	-	-	(21)	81%	10	5	5	-



Otros, Blanco	(23)	65%	13	-	9	13	(47)	53%	26	2	13	6
No votará	(49)	4%	8	18	62	8	(102)	8%	7	24	53	8
No sabe	(122)	56%	30	2	4	8	(201)	56%	28	4	3	8
No contesta	(35)	74%	14	3	3	6	(84)	62%	21	4	2	11
Satisfacción con el Gobierno:												
Satisfechos	(157)	66%	21	4	5	4	(324)	67%	21	4	5	3
Indiferentes	(108)	67%	17	-	9	7	(207)	60%	18	4	10	8
Insatisfechos	(390)	62%	19	4	10	5	(671)	61%	22	6	8	5
Satisfacción con la Democracia:												
Satisfechos	(306)	68%	20	3	5	5	(519)	66%	21	4	4	4
Indiferentes	(114)	58%	19	4	13	5	(217)	59%	19	5	11	6
Insatisfechos	(231)	61%	18	4	11	6	(463)	60%	21	6	9	5



Cuadro 6.3.3.

Intención de Voto en las Próximas Elecciones Autonómicas y Municipales,  
( ESPAÑA )

	AUTONOMICAS				MUNICIPALES			
	Resultados Reales 1991	III-95	IV-95	V-95	Resultados Reales 1991	III-95	IV-95	V-95
Total	(16.326.283)	(658)	(654)	(659)	(30.241.374)	(1219)	(1213)	(1213)
- Partido Popular (P.P.)	21,0%	28%	23%	25%	15,8%	22%	19%	21%
- Centro Democrático y Social (C.D.S.)	3,3	1	1	*	2,4	1	1	*
- Partido Socialista Obrero Español (P.S.O.E.)	26,2	21	24	22	23,9	23	23	23
- Izquierda Unida (I.U.)	5,5	13	10	9	5,2	13	10	9
- Otros	9,2	7	6	9	15,3	7	8	11
- Abstención	34,8	8	7	6	37,4	8	8	7
- NS	-	19	21	22	-	18	20	20
- NC	-	4	5	6	-	5	6	8



Cuadro 6.3.4.

**Intención de Voto en las próximas Elecciones Autonómicas  
y Municipales ( ESPAÑA ), por Características Socioeconómicas.**

MAYO 1995	Base: Autonomías con elecciones	AUTONOMICAS									MUNICIPALES								
		PP	CDS	PSOE	IU	Nacio- nalistas	Otros, Blanco	No votará	Ns/ Nc	Total	PP	CDS	PSOE	IU	Nacio- nalistas	Otros, Blanco	No votará	Ns/ Nc	
TOTAL	(659)	25%	*	22	9	5	4	6	28	(1213)	21%	*	23	9	7	4	7	28	
Edad:																			
18 a 29 años	(164)	24%	-	15	15	6	6	10	24	(316)	22%	-	15	12	9	7	11	23	
30 a 49 años	(227)	22%	-	19	10	7	5	5	32	(413)	20%	*	22	10	9	5	4	30	
50 a 64 años	(141)	31%	1	26	8	4	2	4	23	(262)	23%	1	27	7	4	3	7	28	
65 y más años	(128)	23%	-	31	3	3	2	7	32	(222)	21%	-	34	2	5	1	8	29	
Posición Social:																			
Baja	(264)	22%	-	29	4	5	3	7	30	(497)	20%	-	29	5	6	3	8	28	
Media	(296)	27%	1	17	12	6	4	5	28	(550)	22%	*	19	10	8	4	7	29	
Alta	(100)	25%	-	15	15	3	6	10	26	(167)	21%	1	18	14	10	7	6	23	
Ideología:																			
Izquierda	(243)	-%	-	46	24	5	5	3	17	(483)	2%	*	44	19	8	4	4	18	
Centro	(110)	34%	2	13	-	5	5	7	34	(192)	31%	1	12	2	10	6	9	30	
Derecha	(141)	70%	-	1	-	7	1	4	17	(219)	69%	-	2	-	6	3	4	16	
Status Socioeconómico Familiar:																			
Alto, Medio alto	(139)	33%	-	14	11	5	8	4	25	(223)	30%	-	17	10	10	8	3	22	
Medio	(366)	24%	1	23	10	5	2	7	28	(676)	20%	*	24	10	7	4	8	27	
Medio Bajo	(145)	22%	-	24	5	7	4	8	30	(287)	18%	-	26	5	7	2	9	33	
Bajo	(10)	-%	-	51	-	-	-	-	49	(26)	7%	-	39	-	4	-	12	38	
Intención de Voto Generales:																			
PP	(193)	76%	-	3	1	7	1	2	11	(287)	76%	-	4	1	5	2	1	11	
CDS	(8)	-%	25	25	-	-	-	-	50	(10)	-%	30	30	-	-	-	-	40	
PSOE	(147)	1%	-	80	1	4	-	1	13	(287)	2%	-	79	2	4	1	2	10	
IU	(71)	-%	-	6	77	1	3	3	10	(128)	1%	-	12	64	4	2	2	15	
Nacion. derecha	(9)	-%	-	11	-	78	-	-	11	(46)	2%	-	2	2	74	-	-	19	
Nacion. izquierda	(3)	-%	-	-	-	66	-	-	34	(21)	-%	-	10	-	71	5	5	10	
Otros, Blanco	(23)	-%	-	-	5	-	74	4	17	(47)	-%	-	6	7	2	66	9	10	



No votará	(49)	4%	-	4	-	2	10	59	20	(102)	6%	-	3	3	1	5	58	24
No sabe	(122)	9%	-	8	2	3	-	3	75	(201)	10%	-	8	2	3	1	4	72
No contesta	(35)	6%	-	3	3	-	-	6	83	(84)	4%	-	4	2	4	1	5	81
Satisfacción con el Gobierno:																		
Satisfechos	(157)	8%	-	51	7	4	2	4	25	(324)	7%	-	50	5	8	2	5	23
Indiferentes	(108)	14%	1	31	4	4	3	7	37	(207)	12%	*	24	6	7	4	10	36
Insatisfechos	(390)	35%	*	7	12	6	5	8	27	(671)	31%	*	11	11	7	6	7	27
Satisfacción con la Democracia:																		
Satisfechos	(306)	18%	*	30	10	5	4	4	28	(519)	16%	*	34	9	7	3	5	26
Indiferentes	(114)	26%	1	21	5	3	5	11	28	(217)	19%	*	21	7	7	5	10	31
Insatisfechos	(231)	33%	-	10	10	7	4	8	27	(463)	28%	-	13	9	8	5	9	27



Cuadro 6.3.5.

Partidos Políticos entre los que se duda en las próximas  
elecciones autonómicas y municipales, ( ESPAÑA )  
( Cítados en primer, segundo o tercer lugar )

	Autonómicas			Municipales		
	III-95	IV-95	V-95	III-95	IV-95	V-95
Base: NS/NC intención de voto	(149)	(169)	(182)	(269)	(309)	(331)
PP	32%	33%	38%	24%	20%	28%
CDS	5	4	1	3	3	1
PSOE	26	26	29	24	23	28
IU	23	30	19	20	20	16
Nac. Derecha	12	10	11	13	12	12
Nac. Izquierda	1	1	-	3	1	4
Otros	4	3	5	7	4	4
No Votará	3	3	2	2	*	1
NS/NC	41	42	42	43	54	50



Cuadro 6.3.6.

Partido que ganará las Próximas elecciones Autonómicas y Municipales,  
( ESPAÑA )

	AUTONOMICAS			MUNICIPALES		
	III-95	IV-95	V-95	III-95	IV-95	V-95
Total	(658)	(654)	(659)	(1219)	(1213)	(1213)
- Partido Popular (P.P.)	51%	45%	48%	34%	31%	34%
- Centro Democrático y Social (C.D.S.)	-	*	-	*	*	*
- Partido Socialista Obrero Español (P.S.O.E.)	20	24	19	25	26	23
- Izquierda Unida (I.U.)	2	1	1	3	2	2
- Nacionalistas de Derecha	3	4	5	10	11	10
- Nacionalistas de Izquierda	*	-	-	*	*	*
- Ecologistas (Verdes)	-	*	*	-	*	*
- Grupo Independiente Liberal (GIL) Jesús Gil y Gil	*	-	-	-	-	1
- Otros	1	-	1	*	1	1
- NS	23	24	25	26	26	28
- NC	1	1	1	1	2	1



Cuadro 6.3.7.

**Partido que ganará las próximas Elecciones Autonómicas y Municipales ( ESPAÑA ), por Características Socioeconómicas.**

MAYO 1995	AUTONOMICAS									MUNICIPALES								
	Base: Autonomías con elecciones	PP	CDS	PSOE	IU	Nacio- nalistas	Otros, Blanco	No votará	NS/ NC	TOTAL	PP	CDS	PSOE	IU	Nacio- nalistas	Otros Blanco	No votará	NS/ NC
TOTAL	(659)	48%	-	19	1	5	1	*	26	(1213)	34%	*	23	2	10	2	*	29
Edad:																		
18 a 29 años	(164)	56%	-	17	1	6	2	1	17	(316)	34%	*	23	1	14	3	*	24
30 a 49 años	(227)	52%	-	21	*	6	*	-	20	(413)	37%	-	24	3	10	1	-	25
50 a 64 años	(141)	46%	-	17	1	4	-	-	31	(262)	34%	-	24	2	8	2	-	30
65 y más años	(128)	32%	-	20	1	5	-	-	43	(222)	26%	*	22	1	7	-	-	43
Posición Social:																		
Baja	(264)	35%	-	23	*	6	1	*	34	(497)	28%	*	25	1	8	2	-	36
Media	(296)	55%	-	18	1	4	*	*	21	(550)	36%	*	22	2	12	1	*	26
Alta	(100)	61%	-	13	1	5	1	-	19	(167)	44%	-	23	1	9	2	-	22
Ideología:																		
Izquierda	(243)	35%	-	31	2	6	*	-	25	(483)	24%	*	35	2	13	2	-	24
Centro	(110)	62%	-	14	-	5	2	-	16	(192)	43%	1	18	2	12	2	-	22
Derecha	(141)	72%	-	11	-	3	-	1	14	(219)	59%	-	10	1	6	1	-	24
Status Socioeconómico Familiar:																		
Alto, Medio alto	(139)	65%	-	14	-	6	1	-	14	(223)	44%	-	24	2	13	2	-	16
Medio	(366)	45%	-	21	1	5	1	*	26	(676)	34%	*	23	2	9	2	*	31
Medio Bajo	(145)	41%	-	19	1	3	-	1	35	(287)	27%	*	25	1	10	1	-	35
Bajo	(10)	30%	-	11	-	-	-	-	59	(26)	23%	-	23	-	-	-	-	54
Intención de Voto Generales:																		
PP	(193)	73%	-	10	-	4	1	1	11	(287)	62%	*	10	2	5	1	-	20
CDS	(8)	76%	-	24	-	-	-	-	-	(10)	70%	-	30	-	-	-	-	-
PSOE	(147)	22%	-	39	-	6	-	-	33	(287)	18%	-	45	1	8	1	-	27
IU	(71)	52%	-	23	4	6	-	-	16	(128)	35%	1	32	5	9	2	-	17
Nacion. derecha	(9)	55%	-	23	-	11	-	-	11	(46)	9%	-	13	-	48	-	-	30
Nacion. izquierda	(3)	-%	-	-	-	66	-	-	34	(21)	19%	-	24	-	24	-	-	33
Otros, Blanco	(23)	74%	-	9	-	4	4	-	9	(47)	40%	-	19	2	11	6	-	21



No votará	(49)	39%	-	16	-	6	4	2	32	(102)	33%	-	18	1	9	-	1	38
No sabe	(122)	37%	-	12	1	4	-	-	46	(201)	25%	-	16	2	8	2	-	47
No contesta	(35)	40%	-	9	-	6	-	-	46	(84)	19%	-	14	2	19	1	-	44
Satisfacción con el Gobierno:																		
Satisfechos	(157)	32%	-	29	1	3	-	-	34	(324)	22%	*	36	2	7	1	-	32
Indiferentes	(108)	38%	-	21	-	6	-	1	33	(207)	24%	-	24	1	11	2	1	37
Insatisfechos	(390)	57%	-	15	1	6	1	*	20	(671)	42%	*	17	2	11	2	-	25
Satisfacción con la Democracia:																		
Satisfechos	(306)	44%	-	24	*	3	1	*	27	(519)	31%	*	29	2	7	1	-	29
Indiferentes	(114)	48%	-	17	1	4	1	1	27	(217)	32%	-	25	2	7	2	*	32
Insatisfechos	(231)	54%	-	13	1	9	*	-	23	(463)	38%	*	16	2	15	2	-	28



**Cuadro 6.3.8.**

**Indicadores de Voto, Elecciones Autonómicas, ( ESPAÑA ).**

Intención Directa de Voto

	Resultados Reales 1991	IV-95	V-95
PP	21,0%	22,6%	24,9%
CDS	3,3	0,8	0,3
PSOE	26,2	23,7	21,5
IU	5,5	9,5	9,3
Otros	9,2	10,4	9,1
Abstención	34,8	7,2	6,5
NS/NC	—	25,8	28,4
Total	100,0%	(654)	(659)

Votarán con Toda Seguridad

	Resultados Reales 1991	IV-95	V-95
PP	21,0%	28,7%	30,5%
CDS	3,3	0,5	0,5
PSOE	26,2	26,7	22,9
IU	5,5	12,1	11,0
Otros	9,2	9,4	9,6
Abstención	34,8	0,3	0,5
NS/NC	—	22,3	25,0
Total	100,0%	(404)	(419)
% Votarán con Seg.	—	61,8%	63,5%



Estimación de Voto

	Resultados Reales 1991	IV-95	V-95	
			% Sobre Electores	% Sobre Votantes
PP	21,0%	26,5%	26,2%	40,2%
CDS	3,3	0,4	0,5	0,8
PSOE	26,2	21,0	19,7	30,3
IU	5,5	9,9	8,4	12,9
Otros	9,2	11,9	10,3	15,8
Abstención	34,8	30,3	34,9	-
Total	100,0%	(654)	(659)	(659)



**Cuadro 6.3.9.**

**Indicadores de Voto, Elecciones Municipales, ( ESPAÑA )**

Intención Directa de Voto

	Resultados Reales 1991	IV-95	V-95
PP	15,8%	18,8%	21,1%
CDS	2,4	0,6	0,2
PSOE	23,9	22,7	23,3
IU	5,2	9,9	8,5
Otros	15,3	13,9	11,7
Abstención	37,4	8,5	7,3
NS/NC	—	25,6	27,9
Total	100,0%	(1.213)	(1.213)

Votarán con Toda Seguridad

	Resultados Reales 1991	IV-95	V-95
PP	15,8%	25,6%	26,1%
CDS	2,4	0,3	0,4
PSOE	23,9	27,0	26,2
IU	5,2	11,9	9,1
Otros	15,3	12,8	13,7
Abstención	37,4	0,4	0,1
NS/NC	—	22,0	24,4
Total	100,0%	(697)	(751)
% Votarán con Seg.	—	57,5%	61,9%



Estimación de Voto

	Resultados Reales 1991	IV-95	V-95	
			% sobre Electores	% Sobre Votantes
PP	15,8%	22,4%	23,5%	36,9%
CDS	2,4	0,3	0,2	0,3
PSOE	23,9	20,1	18,6	29,2
IU	5,2	9,3	9,1	14,3
Otros	15,3	15,9	12,3	19,3
Abstención	37,4	32,0	36,3	-
Total	100,0%	(1.213)	(1.213)	(1.213)

#### **6.4. ESPAÑA Y LA UNIÓN EUROPEA**

La actitud global de los españoles hacia la Unión Europea sigue siendo favorable, aunque los tres indicadores que habitualmente se utilizan para medirla son este mes algo menos favorables, posiblemente como consecuencia de las noticias sobre los problemas de la flota pesquera con Canadá y Marruecos, en los que la opinión pública no parece creer que España esté suficientemente respaldada por la Unión Europea.

Este mes, los no satisfechos con la pertenencia de España a la UE representan casi un tercio de los entrevistados, tanto en el conjunto de la muestra como en la mayor parte de los segmentos sociales. La proporción que afirma no estar nada satisfecho con la pertenencia de España a la UE supera el 40%, sin embargo, entre los votantes de IU, de partidos nacionalistas de izquierda y entre los insatisfechos con el Gobierno y con el funcionamiento de la democracia. Por el contrario, los más satisfechos con la pertenencia de España a la UE son los votantes de partidos nacionalistas de centro y derecha.

Y la proporción que cree que la pertenencia a la UE ha sido beneficiosa para España y para su Comunidad Autónoma continúa siendo superior (más del 50% en ambos casos) a la que piensa que ha sido perjudicial, percibiéndose como siempre un mayor beneficio para España que para la Comunidad Autónoma respectiva.

Sólo insatisfechos con la pertenencia de España a la UE, consideran claramente perjudicial, tanto para España como para su Comunidad Autónoma, la pertenencia de España a la Unión Europea.



**Cuadro 6.4.1.**

**Grado de Satisfacción con la Pertenencia de España a la UE**

	V-94	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95
Total	(1.223)	(1.221)	(1.208)	(1212)	(1.212)	(1.210)	(1.210)	(1.215)	(1.211)	(1.219)	(1.213)	(1.213)
Muy Satisfecho	13%	13%	13%	14%	11%	13%	13%	14%	16%	15%	12%	12%
Algo Satisfecho	56	60	60	57	58	57	57	57	57	53	56	48
Nada Satisfecho	20	17	17	20	21	22	20	21	20	23	24	32
NS/NC	10	10	10	9	11	7	10	8	7	9	9	9
INDICE	93	96	96	94	89	91	92	93	96	92	88	80



**Cuadro 6.4.2.**

**Satisfacción del Entrevistado con la pertenencia de España a la Unión Europea, por Características Socioeconómicas.**

MAYO 1995	Total	Muy Satisfecho	Algo Satisfecho	Nada Satisfecho	Ns/Nc	INDICE
Total	(1213)	12%	48	32	9	80
Edad:						
18 a 29 años	(316)	13%	49	31	7	82
30 a 49 años	(413)	13%	46	36	5	77
50 a 64 años	(262)	10%	50	30	10	80
65 y más años	(222)	10%	45	26	19	84
Posición Social:						
Baja	(497)	10%	50	26	14	84
Media	(550)	12%	48	35	5	77
Alta	(167)	16%	42	37	5	79
Ideología:						
Izquierda	(483)	15%	51	28	6	86
Centro	(192)	7%	54	35	4	72
Derecha	(219)	14%	43	36	8	78
Status Socioeconómico Familiar:						
Alto, Medio alto	(223)	15%	52	29	4	85
Medio	(676)	12%	47	34	7	78
Medio Bajo	(287)	9%	49	28	14	82
Bajo	(26)	12%	31	23	34	89
Sector Económico:						
No activos	(653)	11%	50	27	12	84
En paro	(131)	9%	47	39	5	69
Sec.Publico	(42)	14%	48	36	2	78
Sec.Priv.c/ajena	(303)	14%	44	35	6	79
Sec.Priv.c/propia	(84)	12%	47	36	5	76
Clientes de:						
Bancos	(402)	12%	50	32	6	81
Cajas	(945)	12%	47	32	9	80



Intención de Voto:						
PP	(287)	11%	46	36	7	75
CDS	(10)	10%	70	20	-	90
PSOE	(287)	19%	57	16	7	103
IU	(128)	8%	43	45	4	63
Nacion. derecha	(46)	22%	43	33	2	89
Nacion. izquierda	(21)	14%	28	47	10	67
Otros	(27)	11%	52	37	-	74
No votará	(102)	2%	54	30	14	72
No sabe	(221)	7%	41	34	18	73
No contesta	(84)	12%	42	39	7	73
Satisfacción con el Gobierno:						
Satisfechos	(324)	19%	56	16	9	104
Indiferentes	(207)	11%	51	27	12	84
Insatisfechos	(671)	8%	44	41	7	67
Satisfacción con la Democracia:						
Satisfechos	(519)	16%	57	20	8	96
Indiferentes	(217)	10%	47	29	15	81
Insatisfechos	(463)	8%	38	46	7	62



**Cuadro 6.4.3.**

**Grado de Beneficio de la Pertenencia a la Unión Europea  
para España y para su Comunidad Autónoma**

	España											
	V-94	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95
Total	(1.223)	(1.221)	(1.208)	(1212)	(1.212)	(1.210)	(1.210)	(1.215)	(1.211)	(1.219)	(1.213)	(1.213)
Muy beneficioso	11%	12%	9%	10%	9%	8%	9%	8%	9%	8%	8%	6%
Algo beneficioso	51	57	58	54	52	54	54	56	56	55	52	45
Algo perjudicial	18	16	18	20	22	20	19	18	21	19	21	25
Muy perjudicial	9	5	5	6	5	8	6	8	5	8	9	12
NS/NC	12	10	10	11	12	10	12	9	9	10	11	12
INDICE	134	148	145	139	133	134	137	139	138	136	130	114

  

	Comunidad Autónoma											
	V-94	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95
Total	(1.223)	(1.221)	(1.208)	(1212)	(1.222)	(1.210)	(1.210)	(1.215)	(1.211)	(1.219)	(1.213)	(1.213)
Muy beneficioso	9%	11%	9%	10%	8%	7%	8%	9%	9%	8%	7%	6%
Algo beneficioso	48	54	54	49	48	51	50	51	51	50	49	43
Algo perjudicial	20	16	20	20	21	23	20	19	22	20	20	23



Muy perjudicial	11	7	7	10	9	10	10	10	7	11	11	16
NS/NC	12	11	11	12	13	10	12	10	11	11	13	12
INDICE	126	142	136	129	125	125	128	131	131	127	125	110



**Cuadro 6.4.4.**

**Indice sobre el Beneficio de la pertenencia a la Unión Europea para España y la CCAA del Entrevistado, por Características Socioeconómicas.**

MAYO 1995	Total	ESPAÑA	CCAA
-----	-----	-----	-----
Total	(1213)	114	110
Edad:			
18 a 29 años	(316)	118	115
30 a 49 años	(413)	106	102
50 a 64 años	(262)	117	107
65 y más años	(222)	120	120
Posición Social:			
Baja	(497)	117	111
Media	(550)	113	110
Alta	(167)	111	107
Ideología:			
Izquierda	(483)	127	124
Centro	(192)	113	105
Derecha	(219)	102	100
Status Socioeconómico Familiar:			
Alto, Medio alto	(223)	121	116
Medio	(676)	109	106
Medio Bajo	(287)	122	117
Bajo	(26)	120	100
Sector Económico:			
No activos	(653)	118	113
En paro	(131)	109	109
Sec.Publico	(42)	116	107
Sec.Priv.c/ajena	(303)	109	105
Sec.Priv.c/propia	(84)	113	112
Clientes de:			
Bancos	(402)	110	103
Cajas	(945)	115	110
Intención de Voto:			
PP	(287)	103	98
CDS	(10)	140	120
PSOE	(287)	150	148



IU	(128)	90	94
Nacion. derecha	(46)	128	124
Nacion. izquierda	(21)	110	90
Otros	(27)	116	112
No votará	(102)	105	93
No sabe	(221)	102	98
No contesta	(84)	100	95
Satisfacción con la Pertenencia a la UE:			
Muy satisfecho	(142)	186	178
Algo satisfecho	(580)	163	156
Nada satisfecho	(382)	18	20
Satisfacción con el Gobierno:			
Satisfechos	(324)	149	143
Indiferentes	(207)	113	112
Insatisfechos	(671)	98	94
Satisfacción con la Democracia:			
Satisfechos	(519)	138	134
Indiferentes	(217)	105	106
Insatisfechos	(463)	92	86