



**INFORME A.S.E.P. sobre LA OPINION
PUBLICA DE LOS ESPAÑOLES
JUNIO - 1.995**

FICHA TECNICA

- **Diseño y Realización:** De la investigación, del cuestionario y de la muestra: A.S.E.P.
- **Diseño Muestral:** 1.221 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 **5 a 10 de Junio 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 **23 de Junio 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	56
4. Actitudes y Comportamientos Políticos	61
4.1. DIMENSIONES IDEOLOGICAS BASICAS	61
4.2. IMAGEN DE INSTITUCIONES Y GRUPOS SOCIALES.....	77
4.3. IMAGEN DE PERSONAJES PUBLICOS.....	100
4.4. INTENCIONES DE VOTO.....	122
5. Utilización de Medios de Comunicación	138
5.1. ANTECEDENTES	138
5.2. PRENSA DIARIA	141
5.3. REVISTAS	145
5.4. RADIO.....	149
5.5. TELEVISION	160
5.6. LOS COMUNICADORES	172
6. La Actualidad	196
6.1. ELECCIONES AUTONOMICAS Y MUNICIPALES	196
6.2. PRONOSTICOS Y RESULTADOS ELECTORALES	226
6.3. EL CONFLICTO DE BOSNIA	227
6.4. ESPAÑA Y LA UNION EUROPEA	236

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 sexto 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 relativa mejoría en ambos indicadores como consecuencia probable de los resultados de las pasadas elecciones locales y autonómicas, así como el comienzo del período vacacional que mucha gente esta ya planeando. 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.

Por el contrario, los dos indicadores sobre ahorro (IPA e IA) se mantienen estables y se sitúan así en niveles parecidos a los del pasado año, con la excepción del mes de abril en que se redujeron notablemente.

- 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 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 de nuevo muy ligeramente respecto al mes pasado, y su valor apunta un relativo predominio del pesimismo. 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 estabilidad, aunque con cierta tónica de mejoría. Así, el ISD se confirma en un cierto optimismo al ascender de nuevo en 4 puntos su valor respecto al alcanzado el pasado mes (por lo que ha recuperado nuevamente el nivel de equilibrio perdido el pasado mes de marzo). Por otra parte, el grado de satisfacción con el Gobierno (ISG) desciende ligeramente por comparación con el valor alcanzado en el último sondeo, aunque registra un nivel más alto que el obtenido por este indicador hace un año.

Como ya se ha dicho, el relativo aumento este mes de estos indicadores políticos debe atribuirse principalmente a las expectativas de cierto optimismo o incertidumbre causadas por las pasadas 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 notable descenso 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) aumenta en 8 puntos porcentuales y se sitúa en uno de los niveles más altos alcanzados por dicho indicador en el último año, aunque se encuentra todavía por debajo del nivel de equilibrio.
- 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 y al PP.
 - Cierta aumento del voto a los partidos nacionalistas de derecha y de izquierda.
 - Cierta disminución en el voto a otros partidos y para el CDS.
 - Fuerte disminución del voto al PSOE.



Cuadro 1.1.1.

Sistema de Indicadores Sociales ASEP

	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95
ECONOMICOS Y DE CONSUMO												
1 -ISC	86	86	85	86	82	82	78	79	70	75	80	81
2 -IESE	78	80	82	80	74	76	64	63	48	58	68	70
3 -IPA	116	117	113	114	111	114	117	116	114	109	113	112
4 -IA	28	28	24	26	24	26	27	27	26	23	26	26
SOCIALES												
5 -ISCV	168	163	161	161	165	167	164	167	163	164	162	160
	(3,7)	(3,6)	(3,6)	(3,6)	(3,7)	(3,7)	(3,7)	(3,7)	(3,7)	(3,7)	(3,7)	(3,6)
6 -IO	94	93	90	88	89	86	88	88	82	83	84	86
7 -IPR	2,4	2,3	2,4	2,3	2,4	2,3	2,3	2,3	2,4	2,3	2,4	2,3
8 -IPM	29	36	32	28	32	30	32	30	31	31	32	33
POLITICOS												
9 -ISD	117	119	109	114	104	116	111	105	98	101	105	109
	(3,1)	(3,1)	(3,0)	(3,1)	(3,0)	(3,1)	(3,0)	(3,0)	(2,9)	(2,9)	(3,0)	(3,0)
10 -ISG	54	64	63	69	60	71	63	62	53	55	71	68
	(2,3)	(2,4)	(2,4)	(2,5)	(2,4)	(2,5)	(2,4)	(2,4)	(2,2)	(2,2)	(2,5)	(2,4)
11 -IAP	29	30	35	34	35	33	36	32	31	33	34	28
12 -IPI	3,5	3,5	3,5	3,5	3,5	3,5	3,4	3,5	3,5	3,4	3,5	3,5
13 -ISN	3,3	3,2	3,3	3,3	3,3	3,2	3,3	3,3	3,2	3,3	3,2	3,2
EXPOSICION A INFORMACION												
14 -IEI	74	72	74	75	77	71	75	66	72	69	72	80
	(2,8)	(2,8)	(2,8)	(2,8)	(2,8)	(2,8)	(2,8)	(2,9)	(2,8)	(2,9)	(2,8)	(2,7)
INTENCION DIRECTA DE VOTO												
- PP	25,6	22,8	22,7	21,2	22,1	20,2	20,2	22,0	23,8	22,8	23,7	26,1
- CDS	1,4	1,0	1,2	0,8	0,8	0,5	1,0	1,5	1,2	1,0	0,8	0,2
- PSEO	20,3	21,0	21,3	20,6	21,0	27,0	20,8	21,1	20,9	22,3	23,7	21,7
- IU	13,0	14,2	12,3	12,1	13,2	10,8	13,2	15,6	14,4	12,2	10,6	11,5
- Otros	12,0	12,0	9,7	12,4	11,1	10,1	10,2	10,5	10,7	14,0	9,4	10,8
- No Votará	7,1	10,3	12,0	11,3	12,8	11,5	12,4	8,8	9,4	10,7	8,4	6,6
- NS/NC	20,6	18,7	20,8	21,6	19,0	19,9	22,2	20,5	19,6	20,0	23,4	19,9



INTENCION DE VOTO ESTIMADA												
- PP	29,9	28,4	26,3	25,6	26,4	25,8	27,6	27,3	28,2	27,0	29,0	29,1
- CDS	0,5	0,5	1,0	0,8	0,4	0,7	0,5	1,5	1,4	0,9	0,9	0,2
- PSOE	20,1	21,5	23,4	21,5	21,2	24,7	19,9	19,4	18,7	20,0	19,4	21,1
- IU	11,2	10,8	8,9	10,4	10,1	10,4	10,7	11,4	11,5	10,5	9,1	10,6
- Nacional.Derecha	6,4	6,6	6,0	6,5	6,3	6,4	5,8	6,0	5,4	6,4	5,7	7,4
- Nacional. Izquierda	1,3	1,2	1,5	1,3	1,8	1,7	2,0	1,3	1,4	1,6	1,8	2,1
- Otros	2,9	2,7	3,0	3,0	3,0	2,8	3,1	3,8	3,9	3,0	2,3	3,0
- Abstención	27,7	28,3	29,9	30,9	30,8	27,5	30,4	29,3	29,5	30,6	31,8	26,5

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,
- 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 autopoisonados en la izquierda, sobre los de centro y los de derecha,
- 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 españolistas y 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, y
- 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:	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95
Total	(1.221)	(1.208)	(1.212)	(1.212)	(1.210)	(1.210)	(1.215)	(1.211)	(1.219)	(1.213)	(1.213)	(1.221)
Evaluación Situación Económica												
Optimistas	23%	22%	24%	20%	18%	20%	17%	16%	12%	12%	16%	16%
Pesimistas	45	42	42	41	44	44	53	54	64	55	48	46
Propensión al Ahorro												
Ahorran	28%	28%	24%	26%	24%	26%	27%	27%	26%	23%	26%	26%
Se Endeudan	12	11	12	12	13	12	11	12	12	14	13	14
Satisfacción con Calidad de Vida												
Satisfechos	80%	76%	76%	76%	78%	79%	78%	80%	77%	77%	76%	75%
Insatisfechos	12	13	15	15	12	12	14	12	14	13	14	15
Optimismo Personal												
Optimistas	20%	18%	18%	16%	17%	15%	18%	18%	15%	14%	15%	16%
Pesimistas	26	24	28	28	28	30	31	30	33	31	30	30
Práctica Religiosa												
Alta	22%	20%	20%	19%	21%	20%	21%	21%	20%	19%	21%	20%
Baja	51	58	53	54	54	58	56	57	55	59	53	58
Postmaterialismo												
Materialistas	71%	64%	68%	72%	68%	70%	68%	70%	69%	69%	68%	67%
Post-materialistas	29	36	32	28	32	30	32	30	31	31	32	33
Satisfacción con Democracia												
Satisfechos	52%	51%	45%	48%	42%	49%	47%	45%	41%	41%	43%	44%
Insatisfechos	35	32	37	34	38	34	37	40	43	40	38	35
Satisfacción con Gobierno												
Satisfechos	20%	25%	23%	27%	23%	28%	25%	24%	20%	20%	27%	25%
Insatisfechos	66	60	61	58	63	57	61	62	68	66	55	57
Posicionamiento Ideológico												
Izquierda	39%	39%	38%	37%	38%	39%	27%	39%	41%	37%	40%	40%
Centro	15	14	16	15	15	17	14	17	15	17	16	12
Derecha	18	18	16	16	19	17	19	19	19	17	18	21



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



Cuadro 1.2.1.

Sistema de Indicadores Sociales ASEP

JUNIO 1995	Total	Económicos y de Consumo				Sociales			
		ISC	IESE	IPA	IA	ISCV	IO	IPR	IPM
TOTAL	(1221)	81	70	112	26	3,6	86	2,3	33
Evaluación de la Situación Económica:									
Optimistas	(198)	136	200	124	35	3,7	127	2,2	37
Pesimistas	(568)	48	-	108	23	3,5	64	2,3	32
Propensión al Ahorro:									
Ahorro algo	(315)	92	81	200	100	3,8	103	2,3	38
Prestan dinero	(174)	75	64	-	-	3,4	82	2,2	34
Satisfacción con la Calidad de Vida:									
Satisfecho	(913)	84	73	117	29	4,1	91	2,3	35
Insatisfecho	(182)	63	55	87	13	1,9	62	2,1	29
Optimismo Personal:									
Optimista	(198)	126	106	116	34	3,7	200	2,0	41
Pesimista	(371)	37	33	97	16	3,3	-	2,3	28
Práctica Religiosa:									
Alta	(243)	80	72	112	25	3,7	80	4,3	23
Media	(229)	75	62	113	27	3,7	84	3,0	26
Baja	(703)	82	72	111	26	3,6	88	1,4	38
Postmaterialismo:									
Materialistas	(815)	79	68	110	24	3,6	82	2,4	-
Post-materialistas	(406)	85	74	115	30	3,7	94	2,0	100
Satisfacción con Democracia:									
Satisfechos	(537)	87	80	115	25	3,7	90	2,3	35
Insatisfechos	(428)	71	54	107	26	3,5	77	2,3	32
Satisfacción con Gobierno:									
Satisfechos	(307)	88	85	117	27	3,7	87	2,2	29
Insatisfechos	(699)	76	62	111	27	3,6	84	2,3	35
Posicionamiento Ideológico:									
Izquierda	(495)	88	82	115	27	3,7	94	1,8	41
Centro	(140)	77	66	115	29	3,7	81	2,7	29
Derecha	(259)	71	56	110	28	3,7	77	2,8	23



Sentimiento Nacionalista:									
Más nacionalistas	(261)	87	79	114	31	3,6	94	2,1	39
Igual	(614)	79	65	112	26	3,6	85	2,3	30
Más españoles	(321)	78	71	107	21	3,6	81	2,4	34
Exposición a la Información:									
Alta	(487)	83	73	119	33	3,6	91	2,3	39
Baja	(238)	78	65	109	21	3,6	79	2,3	24
Posición Social:									
Baja	(504)	78	68	106	21	3,6	79	2,5	26
Media	(554)	82	70	109	25	3,6	90	2,2	36
Alta	(164)	85	72	138	45	3,8	94	2,0	46
Intención de Voto:									
PP	(319)	71	58	104	24	3,6	77	2,8	24
CDS	(3)	116	133	66	-	4,0	133	1,0	-
PSOE	(265)	89	89	113	24	3,6	89	2,2	28
IU	(140)	82	66	116	29	3,6	93	1,7	48



Cuadro 1.2.1. (Continuación)

Sistema de Indicadores Sociales ASEP

JUNIO 1995	Total	Políticas						Intención de Voto Directa			
		ISD	ISG	IAP	IPI	ISN	IEI	PP	CDS	PSOE	IU
TOTAL	(1221)	3,0	2,4	28	3,5	3,2	2,7	26%	*	22	11
Evaluación de la Situación Económica:											
Optimistas	(198)	3,2	2,6	21	3,2	3,1	2,5	23%	*	27	11
Pesimistas	(568)	2,8	2,2	29	3,7	3,2	2,7	32%	-	14	12
Propensión al Ahorro:											
Ahorro algo	(315)	3,0	2,5	25	3,5	3,0	2,6	24%	-	20	13
Prestan dinero	(174)	2,8	2,2	26	3,8	3,1	2,7	37%	1	16	10
Satisfacción con la Calidad de Vida:											
Satisfecho	(913)	3,1	2,5	27	3,5	3,2	2,7	26%	*	22	11
Insatisfecho	(182)	2,7	2,3	29	3,4	3,2	2,7	25%	-	22	13
Optimismo Personal:											
Optimista	(198)	3,0	2,4	22	3,3	3,0	2,6	24%	1	20	13
Pesimista	(371)	2,8	2,3	28	3,8	3,2	2,8	32%	*	18	9
Práctica Religiosa:											
Alta	(243)	3,1	2,3	26	4,2	3,2	2,7	40%	-	19	4
Media	(229)	3,0	2,4	27	4,0	3,3	2,8	39%	-	19	6
Baja	(703)	3,1	2,5	28	3,1	3,1	2,8	18%	*	23	15
Postmaterialismo:											
Materialistas	(815)	3,0	2,5	26	3,7	3,2	2,8	30%	*	23	9
Post-materialistas	(406)	3,1	2,4	31	3,1	3,1	2,6	19%	-	18	16
Satisfacción con Democracia:											
Satisfechos	(537)	4,0	2,9	24	3,2	3,3	2,8	21%	-	34	10
Insatisfechos	(428)	1,8	1,8	27	3,7	3,0	2,6	35%	*	8	13
Satisfacción con Gobierno:											
Satisfechos	(307)	3,7	4,1	22	2,9	3,1	2,9	8%	-	52	7
Insatisfechos	(699)	2,7	1,6	25	3,7	3,1	2,6	37%	*	8	15
Posicionamiento Ideológico:											
Izquierda	(495)	3,2	2,7	17	2,2	3,0	2,8	3%	*	40	25
Centro	(140)	3,0	2,5	38	4,0	3,2	2,7	31%	-	8	4
Derecha	(259)	2,8	1,8	9	5,5	3,4	2,5	79%	-	2	1



Sentimiento Nacionalista:											
Más nacionalistas	(261)	2,9	2,4	25	3,1	1,7	2,6	14%	-	16	12
Igual	(614)	3,1	2,5	27	3,5	3,0	2,8	28%	*	25	11
Más españoles	(321)	3,2	2,4	31	3,8	4,7	2,7	33%	-	21	12
Exposición a la Información:											
Alta	(487)	2,9	2,2	26	3,7	3,1	1,9	30%	*	16	12
Baja	(238)	3,1	2,7	36	3,2	3,2	4,0	18%	*	24	11
Posición Social:											
Baja	(504)	3,1	2,6	29	3,5	3,1	3,0	24%	*	28	8
Media	(554)	3,0	2,3	26	3,5	3,2	2,7	29%	*	18	12
Alta	(164)	3,0	2,3	29	3,4	3,3	2,3	24%	-	13	18
Intención de Voto:											
PP	(319)	2,8	1,8	-	5,2	3,4	2,6	100%	-	-	-
CDS	(3)	2,6	2,0	-	3,0	3,0	3,0	-%	100	-	-
PSOE	(265)	3,6	3,4	-	2,4	3,2	2,9	-%	-	100	-
IU	(140)	3,0	2,1	-	2,3	3,2	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 5-7% 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 3,7- 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 3 de cada 10 cabezas de familia trabajan por cuenta ajena en el sector privado y un 17% 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 30% 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 ± 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 49% 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 5,6 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, la mitad tiene un status socioeconómico medio y un 22% 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**

	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95
1	6%	7%	7%	7%	6%	7%	6%	7%	6%	7%	7%	5%
2	23	24	20	21	22	22	23	21	24	20	19	18
3	22	21	21	21	20	20	22	21	22	22	22	22
4	26	24	25	26	29	25	26	28	24	27	28	27
5	14	14	15	14	13	13	12	14	15	14	13	16
6	6	5	7	7	6	7	7	6	6	6	7	6
7	2	2	3	3	2	3	2	2	2	3	2	2
8 y más	1	3	1	2	1	2	2	1	1	1	1	2
NS/NC	*	*	1	*	*	1	*	*	*	*	*	1
Total	(1.221)	(1.208)	(1.212)	(1.212)	(1.210)	(1.210)	(1.215)	(1.211)	(1.219)	(1.213)	(1.213)	(1.221)
Tamaño Medio del Hogar	3,5	3,5	3,6	3,6	3,5	3,6	3,5	3,5	3,5	3,6	3,6	3,7

Cuadro 2.1.2.

Status Ocupacional del Cabeza de Familia

	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95
Alto	4%	5%	8%	6%	8%	5%	6%	6%	5%	5%	5%	8%
Medio	49	45	48	50	44	47	49	46	46	50	48	43
Bajo	6	6	4	6	6	7	6	6	6	6	6	6
En Paro	7	9	7	6	8	8	7	7	9	8	8	8
Ama de Casa	2	*	*	1	*	*	*	*	*	*	*	-
Jubilado	31	34	32	32	34	32	31	33	34	31	33	35
NS/NC	1	1	*	*	*	*	1	*	*	-	-	1
Total	(1.221)	(1.208)	(1.212)	(1.212)	(1.210)	(1.210)	(1.215)	(1.211)	(1.219)	(1.213)	(1.213)	(1.221)



Cuadro 2.1.3.

Sector Económico del Cabeza de Familia

	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95
No Activos	33%	34%	33%	32%	34%	32%	32%	34%	35%	31%	33%	35%
En Paro	7	9	7	6	8	8	7	7	9	8	8	8
Sector Público	6	6	6	7	7	5	6	6	5	5	6	6
Privados C. Ajena	40	37	41	40	34	40	40	41	39	43	39	33
Privados C. Propia	14	14	12	14	16	15	14	12	12	13	14	17
NS/NC	1	1	*	*	*	*	1	*	*	-	-	-
Total	(1.221)	(1.208)	(1.212)	(1.212)	(1.210)	(1.210)	(1.215)	(1.211)	(1.219)	(1.213)	(1.213)	(1.221)

Cuadro 2.1.4.

Distribución de los Hogares por Niveles de Renta Familiar

	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-93	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95
Menos de 45.000 pts.	3%	5%	4%	4%	6%	5%	4%	3%	5%	3%	4%	4%
De 45 a 75.000 pts.	15	16	16	16	15	16	17	14	16	15	15	14
De 75 a 100.000 pts.	18	15	16	15	19	18	18	18	17	15	17	13
De 100 a 150.000 pts.	21	20	21	19	19	20	21	25	22	22	21	18
De 150 a 200.000 pts.	10	8	9	10	9	10	11	9	9	11	9	10
De 200 a 275.000 pts.	5	4	3	6	5	3	4	5	4	5	5	5
De 275 a 350.000 pts.	2	3	3	2	3	2	2	2	2	2	2	3
De 350 a 450.000 pts.	1	1	1	2	1	1	1	2	1	1	1	1
Más de 450.000 pts.	*	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2
Sin Respuesta	25	27	25	26	23	24	22	20	24	25	24	30
Total	(1.221)	(1.208)	(1.212)	(1.212)	(1.210)	(1.210)	(1.215)	(1.211)	(1.219)	(1.213)	(1.213)	(1.221)



Cuadro 2.1.5.

Equipamiento de los Hogares

Porcentaje de Hogares con:	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95
Lavadora	96	95	94	96	95	94	96	95	96	96	97	96
T.V. color	98	98	97	98	97	97	97	98	98	97	97	98
Vivienda Propia	75	78	82	78	78	80	79	75	79	77	80	79
Teléfono	79	80	80	81	79	80	81	82	82	82	81	81
Automóvil	66	64	65	69	68	65	68	67	67	68	68	69
Equipo HIFI	42	41	41	44	44	41	39	41	44	43	42	45
Vídeo	57	57	60	59	60	60	62	60	61	62	61	64
Lavavajillas	14	17	14	18	17	16	14	15	14	16	14	16
Microordenador	14	13	14	15	13	14	14	15	12	16	14	16
Total	(1.221)	(1.208)	(1.212)	(1.212)	(1.210)	(1.210)	(1.215)	(1.211)	(1.219)	(1.213)	(1.213)	(1.221)
Media (\bar{x}) artículos por Hogar	5,4	5,4	5,4	5,6	5,5	5,5	5,5	5,5	5,5	5,6	5,5	5,6
Coefficiente de Variación (%)	33	33	34	33	32	34	32	32	32	32	32	32



Cuadro 2.1.6.

Equipamiento de los Hogares según Características Socioeconómicas de los Hogares.

JUNIO 1995	Total Muestra	Equipamiento:										CV%
		Vivienda Propia	Auto-móvil	TV Color	Vídeo	Telé-fono	Lava-dora	Lavava-jillas	HIFI	Microor-denador	X Art.	
TOTAL	(1221)	79%	69	98	64	81	96	16	45	16	5,6	32
Edad:												
18 a 29 años	(318)	73%	75	98	77	84	96	21	70	25	6,2	28
30 a 49 años	(415)	75%	81	99	72	78	97	15	50	16	5,8	29
50 a 64 años	(263)	85%	71	98	61	86	97	16	33	14	5,6	31
65 y más años	(224)	85%	37	97	32	79	92	8	12	4	4,5	35
Posición Social:												
Baja	(504)	81%	56	97	51	77	93	7	30	9	5,0	33
Media	(554)	76%	76	99	69	83	97	20	50	16	5,8	29
Alta	(164)	78%	86	98	85	92	98	27	72	35	6,7	25
Ideología:												
Izquierda	(495)	77%	71	98	66	78	98	11	48	13	5,6	30
Centro	(140)	81%	71	97	61	89	94	16	39	19	5,7	31
Derecha	(259)	80%	72	98	72	87	98	24	50	22	6,0	30
Status Socioeconómico:												
Alto, Medio alto	(275)	86%	91	99	87	95	99	33	74	34	6,9	20
Medio	(597)	77%	74	99	66	81	97	11	43	13	5,6	28
Medio Bajo	(317)	81%	47	97	45	77	96	10	27	7	4,9	33
Bajo	(31)	29%	3	84	-	10	49	3	-	-	1,8	22
Clientes de:												
Bancos	(352)	76%	78	98	65	85	97	19	51	20	5,9	29
Cajas	(823)	80%	70	98	65	83	96	15	45	15	5,6	31



Cuadro 2.1.7.

Índice de Status Socioeconómico Familiar

	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95
Alto, Medio Alto	18%	17%	18%	21%	20%	18%	19%	19%	17%	20%	18%	22%
Medio	58	54	55	53	53	55	55	58	57	54	56	49
Medio Bajo	22	27	23	23	25	24	24	21	24	24	24	26
Bajo	3	3	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2
	(1.221)	(1.208)	(1.212)	(1.212)	(1.210)	(1.210)	(1.215)	(1.211)	(1.219)	(1.213)	(1.213)	(1.221)

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 12% 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 (45% 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 casi 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**

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



Cuadro 2.2.2.

**Distribución de los Entrevistados por
Características Socioeconómicas**

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



Cuadro 2.2.3.

**Distribución de los Entrevistados por
Características Ecológicas**

	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95
Comunidad Autónoma												
Andalucía	17%	17%	18%	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	3	4	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	6	6	7	7	6	6	6	6	7	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	7	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	13	13	13	13	13	13	13	12	13	13
Murcia	2	3	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	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
C. Valenciana	10	10	11	10	10	10	10	10	10	10	10	10
Hábitat												
Rural	27%	27%	24%	24%	24%	25%	25%	25%	24%	26%	24%	24%
Urbano	45	45	48	48	48	48	48	48	50	48	48	48
Metropolitano	27	28	28	28	27	28	27	28	26	27	28	28
Total	(1.221)	(1.208)	(1.212)	(1.212)	(1.210)	(1.210)	(1.215)	(1.211)	(1.219)	(1.213)	(1.213)	(1.221)



Cuadro 2.2.4.

Índice de Posición Social

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

Cuadro 2.2.5.

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

	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95
Alta	*%	*%	*%	*%	*%	*%	-%	*%	*%	*%	*%	*%
Media Alta	3	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	3
Media Media	50	58	49	52	51	52	50	53	51	51	51	56
Media Baja	32	27	29	30	32	30	32	30	29	31	30	29
Baja	11	8	12	13	11	13	12	11	14	11	14	10
NS/NC	4	3	6	2	2	2	3	2	3	3	2	2
Total	(1.221)	(1.208)	(1.212)	(1.212)	(1.210)	(1.210)	(1.215)	(1.211)	(1.219)	(1.213)	(1.213)	(1.221)



Cuadro 2.2.6.

Relación entre las Variables Explicativas ASEP.

JUNIO 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	(1221)	26%	34	22	18	41	45	13	41	11	21	23	49	26	3
Edad:															
18 a 29 años	(318)	100%	-	-	-	42	54	4	44	8	24	28	55	16	1
30 a 49 años	(415)	-%	100	-	-	25	48	28	48	11	17	29	55	15	1
50 a 64 años	(263)	-%	-	100	-	32	55	13	33	14	23	20	47	30	3
65 y más años	(224)	-%	-	-	100	82	18	-	31	15	23	5	32	56	7
Posición Social:															
Baja	(504)	27%	20	17	37	100	-	-	38	12	19	4	53	37	5
Media	(554)	31%	36	26	7	-	100	-	41	12	23	28	49	23	1
Alta	(164)	9%	70	22	-	-	-	100	49	10	23	61	37	2	-
Ideología:															
Izquierda	(495)	28%	40	17	14	38	46	16	100	-	-	25	49	24	2
Centro	(140)	18%	31	27	24	42	47	12	-	100	-	22	54	22	2
Derecha	(259)	30%	26	24	20	37	49	14	-	-	100	30	46	23	1
Status Socioeconómico:															
Alto, Medio alto	(275)	32%	44	19	4	8	56	36	44	11	28	100	-	-	-
Medio	(597)	29%	38	21	12	45	45	10	41	13	20	-	100	-	-
Medio Bajo	(317)	16%	19	25	40	59	39	1	37	10	19	-	-	100	-
Bajo	(31)	13%	16	23	48	80	20	-	36	10	6	-	-	-	100
Clientes de:															
Bancos	(352)	24%	38	24	14	34	48	18	38	11	28	32	51	16	1
Cajas	(823)	23%	35	22	19	39	46	14	44	12	21	25	48	26	2

3. Actitudes y Comportamientos Económicos

Durante este mes de junio, la percepción que los españoles tienen sobre su situación económica personal y la de España está fuertemente vinculada a los resultados de las pasadas elecciones municipales y autonómicas, en los cuales el centro derecha se impuso con bastante claridad a los partidos de centro izquierda e izquierda.

Los resultados del presente sondeo deben relacionarse asimismo con la importante repercusión que tuvieron, durante las primeras semanas posteriores a los comicios, las noticias difundidas sobre posibles recortes en las desgravaciones por gastos médicos y por adquisición de vivienda, sin olvidar el protagonismo de la huelga indefinida de los médicos.

Ante el cambio político experimentado a nivel nacional y la predisposición de CIU a mantener su apoyo al gobierno, todos estos acontecimientos han creado una extraña mezcla de esperanza e incertidumbre en el sentimiento de algunos segmentos de la población, pero también de temor en los grupos sociales que sienten amenazado su futuro ante el nuevo panorama postelectoral.

A continuación se recuerdan, en primer lugar, los parámetros que sirven para medir la evaluación de la coyuntura económica, así como las pautas estables detectadas con los años por ASEP. Posteriormente se expone la forma en que la nueva coyuntura económica ha incidido sobre las distintas capas sociales durante este mes de junio.

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 Indices, 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 en Junio 1995

Como ya se apuntaba en la introducción, la coyuntura económica que se ha generado en junio ha afectado de una forma bien distinta a los distintos segmentos de la población, aunque bien es cierto que, tomando la población en su conjunto y el mes de mayo como punto de referencia, no se aprecia ninguna variación significativa en los cinco índices del sentimiento del consumidor habitualmente controlados, tal como se muestra a continuación:

	Mayo 95	Junio 95
(ISC-1) Situación Personal respecto a hace seis meses	79	80
(ISC-3) Situación del País respecto a hace seis meses	64	62
(ISC-2) Situación Personal dentro de seis meses	94	96
(ISC-4) Situación del País dentro de seis meses 83 84		
(ISC-5) Sentimiento del Consumidor	80	81

Sin embargo, al analizar estos índices para cada uno de los segmentos que conforman la muestra, se han constatado algunas tendencias significativas.

- Los menores de 30 años son menos pesimistas con respecto a su situación personal previsible para dentro de seis meses (+10 puntos) y con respecto a la situación futura del país (+8 puntos) lo que eleva en seis puntos su sentimiento general (ISC5), hasta situarse en el índice 89.
- Los mayores de 65 años, sin embargo, han agudizado su pesimismo de una forma muy especial cuando evalúan su situación personal y la del país con respecto a seis meses atrás (-7 puntos en ambos casos), lo que vendría a significar que la incertidumbre sobre las

pensiones y la inestabilidad del sector médico podrían estar ejerciendo alguna influencia negativa sobre su sentimiento general.

- Como era de prever, el índice sobre el sentimiento del consumidor sobre la situación futura del país (ISC4) ha supuesto una disminución del pesimismo entre los entrevistados con ideología de derecha, cuyo índice aumenta 10 puntos, mientras que el mismo indicador ha caído 2 puntos entre los entrevistados con ideología de izquierda, lo que guarda sin duda una relación con los últimos resultados electorales.
- Los individuos de status socioeconómico bajo, sin embargo, muestran en mayor medida que su situación personal actual es peor que hace seis meses (su ISC1 cae 9 puntos), pero se muestran mucho más esperanzados con respecto a la situación futura del país, lo que se traduce en un aumento de 12 puntos en su ISC4, aunque sigue siendo uno de los más bajos, en comparación con otros grupos de población.

Estas tendencias se trasladan lógicamente al Índice de Optimismo, en el que se comprueba con claridad cómo los menores de 30 años se muestran, no sólo como el segmento más optimista, sino también con respecto a su propio índice de hace un mes, que aumenta en 11 puntos para situarse en 105.

En el polo opuesto, los mayores de 65 años aparecen como el segmento con el índice de optimismo más reducido, experimentando además un descenso de 6 puntos que les sitúa en su nivel más bajo durante el último año (IO = 72).

En general, el índice de optimismo continúa apuntando más hacia la indiferencia, que representa un 53% de la muestra. Los pesimistas, por su parte (30%) siguen doblando a los optimistas (16%). El índice de evaluación de la situación económica del país también apunta hacia un aumento de la indiferencia (que es del 37%) y, aunque la proporción de pesimistas es, en este caso, dos puntos inferior a la del mes pasado, este grupo sigue representando a la mayor parte de la muestra (con un 46%), lo que no resta importancia a que la proporción de pesimistas haya disminuido en 18 puntos porcentuales durante los tres últimos meses.

	Mayo 95	Junio 95
- Índice de Optimismo	84	86
- Índice de Evaluación de la Situación Económica	68	70

En consecuencia, debe subrayarse que, con respecto a la situación de uno mismo, la actitud de indiferencia supera en veintitrés puntos porcentuales al grupo de los pesimistas mientras que, al analizar la situación económica del país, los pesimistas superan en 9 puntos a los indiferentes, siendo los menores de 30 años (+7) los individuos con ideología de derecha (+8), los endeudados (+12) y los de status socioeconómico bajo (+6) los que han conocido las mejoras más notables en sus respectivos índices de evaluación de la situación económica, cuyo nivel general sigue siendo bajo (70).



Cuadro 3.1.1.

Índices del Sentimiento del Consumidor

	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95
ISC-1												
Econ. Person. Presente	86	87	83	84	83	79	79	84	79	79	79	80
ISC-2												
Econ. Person. Futura	101	97	96	95	95	93	96	96	89	91	94	96
ISC-3												
Econ. País Presente	65	71	74	75	69	70	57	56	42	54	64	62
ISC-4												
Econ. País Futura	92	91	89	89	84	87	80	79	69	75	83	84
ISC-5	86	86	85	86	82	82	78	79	70	75	80	81



Cuadro 3.1.2.

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

	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95
Total ISC-5	86	86	85	86	82	82	78	79	70	75	80	81
Edad:												
Menos de 30 años	92	99	97	97	97	90	85	85	78	80	83	89
30 a 49 años	85	83	86	84	78	80	76	75	68	74	81	80
50 a 64 años	80	80	74	80	74	78	74	73	61	71	73	73
65 y más años	85	84	80	83	79	80	76	83	74	74	82	78
Posición Social:												
Baja	86	83	80	81	84	79	75	80	71	71	80	78
Media	84	88	87	88	82	83	77	77	68	76	80	82
Alta	91	91	99	91	79	90	87	80	73	84	84	84
Ideología:												
Izquierda	91	90	96	96	90	93	84	83	76	82	87	88
Centro	90	92	82	87	79	86	79	78	70	75	77	77
Derecha	80	82	79	72	73	68	68	76	58	66	69	71
Propensión al ahorro:												
Endeudados	71	77	75	75	69	70	67	75	52	65	65	75
Vive al día	84	82	81	82	81	79	74	76	68	74	77	76
Ahorran	95	100	101	99	94	96	90	87	82	84	95	92
Status Socioeconómico familiar:												
Alto, Medio Alto	88	96	98	99	92	97	85	84	76	82	86	83
Medio	86	87	85	85	83	78	77	78	69	75	79	81
Medio bajo	83	80	78	78	74	79	73	78	68	70	78	78
Bajo	92	70	70	72	82	83	85	68	71	61	78	78
Clientes de												
Bancos	86	90	90	88	83	88	77	79	71	76	80	81
Cajas	86	86	86	88	83	83	80	79	69	77	81	82



Cuadro 3.1.3.

Situación Económica Actual

Situación Personal Respecto a hace seis meses:

	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95
Mejor	10%	11%	10%	9%	10%	8%	9%	11%	9%	8%	8%	8%
Igual	66	66	63	65	63	63	61	62	61	63	63	63
Peor	24	24	27	25	27	29	30	27	30	29	29	29
NS/NC	1	*	-	*	1	*	*	*	*	*	1	*
Total	(1.221)	(1.208)	(1212)	(1.212)	(1.210)	(1.210)	(1.215)	(1.211)	(1.219)	(1.213)	(1.213)	(1.221)
ISC-1 (Econ. Personal Presente)	86	87	83	84	83	79	79	84	79	79	79	80

Situación del País respecto a hace seis meses:

	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95
Mejor	11%	14%	16%	14%	11%	13%	10%	10%	6%	7%	11%	9%
Igual	39	40	40	43	43	41	35	34	28	38	39	41
Peor	46	43	42	39	42	43	52	54	64	53	47	46
NS/NC	3	3	3	3	4	3	3	3	2	3	3	4
Total	(1.221)	(1.208)	(1212)	(1.212)	(1.210)	(1.210)	(1.215)	(1.211)	(1.219)	(1.213)	(1.213)	(1.221)
ISC-3 (Econ. del País Presente)	65	71	74	75	69	70	57	56	42	54	64	62



Cuadro 3.1.4.

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

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



Cuadro 3.1.5.

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

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



Cuadro 3.1.6.

Perspectivas Económicas

Situación Personal dentro de seis meses:

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

Situación de España dentro de seis meses:

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



Cuadro 3.1.7.

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

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



Cuadro 3.1.8.

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

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



Cuadro 3.1.9.

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

Índice de Optimismo

	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95
Optimista	20%	18%	18%	16%	17%	15%	18%	18%	15%	14%	15%	16%
Indiferente	54	58	54	56	55	55	51	52	52	55	55	53
Pesimista	26	24	28	28	28	30	31	30	33	31	30	30
Total	(1.221)	(1.208)	(1.212)	(1.212)	(1.210)	(1.210)	(1.215)	(1.211)	(1.219)	(1.213)	(1.213)	(1.221)
IO	94	93	90	88	89	86	88	88	82	83	84	86

Índice de Evaluación de la Situación Económica

	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95
Optimistas	23%	22%	24%	20%	18%	20%	17%	16%	12%	12%	16%	16%
Indiferentes	32	35	35	39	38	37	30	30	24	33	37	37
Pesimistas	45	42	42	41	44	44	53	54	64	55	48	46



Total	(1.221)	(1.208)	(1.212)	(1.212)	(1.210)	(1.210)	(1.215)	(1.211)	(1.219)	(1.213)	(1.213)	(1.221)
IESE	78	80	82	80	74	76	64	63	48	58	68	70



Cuadro 3.1.10.

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

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



Cuadro 3.1.11.

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

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

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 Junio 1995.

Los resultados registrados en junio 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 se estabiliza (IPA de junio 95 = 112) en el conjunto de los segmentos que conforman la población, situándose en un nivel, eso sí, inferior al 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, los más jóvenes, que han concluido sus clases, conozcan su índice de propensión al ahorro más bajo del año (105), mientras que los de 50 a 64 años, quizás inquietos por la incertidumbre sobre el futuro de las pensiones, vean como su índice de propensión al ahorro se dispara 7 puntos en un solo mes para colocarse en 112.



Cuadro 3.2.1.

Situación Financiera del Hogar

	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95
Me prestan dinero	4%	4%	4%	5%	5%	6%	4%	5%	3%	6%	5%	6%
Gasto mis ahorros	8	7	8	7	8	6	7	7	9	8	8	8
Gasto lo que gano	59	60	62	60	61	61	61	59	61	62	59	58
Ahorro algo	27	27	24	25	23	24	26	26	24	22	25	24
Ahorro bastante	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1
NS/NC	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	2
Total	(1.221)	(1.208)	(1212)	(1.212)	(1.210)	(1.210)	(1.215)	(1.211)	(1.219)	(1.213)	(1.213)	(1.221)
IPA	116	117	113	114	111	114	117	116	114	109	113	112



Cuadro 3.2.2.

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

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



Cuadro 3.2.3.

Actitud ante el Consumo

	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95
Total	(1.221)	(1.208)	(1.212)	(1.212)	(1.210)	(1.210)	(1.215)	(1.211)	(1.219)	(1.213)	(1.213)	(1221)
1. Pienso muy bien todos los gastos que hago e incluso reduzco todos los gastos que puedo.....	41%	42%	39%	40%	42%	45%	42%	40%	42%	41%	43%	44%
2.	24	25	28	27	26	27	29	29	30	29	25	24
3.	14	14	15	13	11	12	12	14	12	14	12	13
4.	11	10	9	10	10	8	9	9	8	9	11	10
5.	8	5	5	6	6	4	5	4	5	3	5	5
6.	1	1	2	2	3	2	2	2	1	2	2	2
7. Gasto con cierta alegría, o al menos sin preocupaciones.....	2	3	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2
NS/NC	1	*	*	1	*	*	1	*	*	*	*	1
% Cali f ican Gasto	99	100	100	99	100	100	99	100	100	100	100	99
Media X	2,3	2,2	2,2	2,2	2,3	2,1	2,1	2,2	2,1	2,1	2,2	2,2
% Discrepancia	64	67	64	66	68	68	64	65	64	64	66	68



Cuadro 3.2.4.

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

JUNIO 1995	Total	Pienso y reduzco los gastos	2	3	4	5	6	Gastos sin preocupaciones	NS/ NC	Cali- fican	Valoración Media	Discre- pancia
TOTAL	(1221)	44%	24	13	10	5	2	2	1	99	2,2	68
Edad:												
18 a 29 años	(318)	35%	22	13	13	7	5	5	1	99	2,7	66
30 a 49 años	(415)	44%	24	15	10	4	1	2	1	99	2,1	64
50 a 64 años	(263)	52%	24	10	8	2	1	2	1	99	1,9	70
65 y más años	(224)	48%	28	10	7	5	*	*	*	100	1,9	64
Posición Social:												
Baja	(504)	48%	25	13	8	3	1	1	1	99	2,0	64
Media	(554)	44%	22	12	10	5	2	4	*	100	2,3	71
Alta	(164)	32%	30	13	12	8	2	2	1	99	2,5	61
Ideología:												
Izquierda	(495)	45%	21	13	9	5	2	3	*	100	2,3	71
Centro	(140)	48%	29	11	8	3	1	-	1	99	1,9	60
Derecha	(259)	34%	31	15	10	5	2	2	2	98	2,3	63
Status Socioeconómico:												
Alto, Medio alto	(275)	31%	27	13	14	9	3	4	*	100	2,7	63
Medio	(597)	44%	24	14	10	4	2	2	1	99	2,2	66
Medio Bajo	(317)	54%	22	11	6	2	1	3	*	100	1,9	72
Bajo	(31)	55%	26	6	6	3	-	-	3	97	1,7	62
Clientes de:												
Bancos	(352)	38%	26	13	10	6	3	4	1	99	2,4	68
Cajas	(823)	44%	25	13	10	4	2	1	1	99	2,1	66

3.3. SATISFACCION CON LA VIDA

Aunque los datos de años anteriores habían venido confirmando de una forma sistemática que algo más del 75% de los españoles de 18 y más años se sienten satisfechos e incluso muy satisfechos con su calidad de vida, el primer semestre del año 95 ha ido proyectando una tendencia poco pronunciada, pero descendente, de esta proporción de individuos, que en febrero era del 80 por ciento, mientras que en junio no supera el 75 por ciento.

En el polo opuesto, durante este mismo periodo ha ido aumentando lentamente, la proporción de insatisfechos y muy insatisfechos, elevándose desde un 12 por ciento en febrero a un 15 por ciento en junio.

El resultado global se traduce en una disminución del índice de satisfacción con la calidad de vida (ISCV), que desciende hasta su punto más bajo del año (160), aunque se mantiene en un nivel muy superior al índice del equilibrio (100).

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 afirme 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.

El punto medio en la escala de satisfacción de 5 puntos resulta ser este mes de 3,6, 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 142 y 135, respectivamente. (En junio de 1995 el índice general se sitúa en el 160).

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, pero se sitúa ya ocho puntos por debajo del índice de hace un año.



Cuadro 3.3.1.

Nivel de Satisfacción con la Calidad de Vida

	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95
Muy Satisfechos	6%	4%	4%	6%	6%	7%	5%	6%	5%	5%	6%	6%
Satisfechos	75	72	72	70	71	72	73	74	72	72	70	69
Indiferentes	6	10	8	8	9	8	7	7	9	9	8	9
Insatisfechos	10	12	14	13	11	11	13	11	13	12	13	13
Muy Insatisfechos	2	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2
NS/NC	1	1	2	2	1	1	1	1	*	1	1	2

Total	(1.221)	(1.208)	(1.212)	(1.212)	(1.210)	(1.210)	(1.215)	(1.211)	(1.219)	(1.213)	(1.213)	(1.221)

ISCV	168	163	161	161	165	167	164	167	163	164	162	160
Valoración Media	3,7	3,6	3,6	3,6	3,7	3,7	3,7	3,7	3,7	3,7	3,7	3,6
% Discrepancia	23	23	24	24	22	22	23	22	23	23	24	25



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)**

	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95
Total ISCV	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)	160 (3,6)
Edad:												
Menos de 30 años	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)	166 (3,7)
30 a 49 años	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)	161 (3,7)
50 a 64 años	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)	151 (3,5)
65 y más años	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)	160 (3,6)
Posición social:												
Baja	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)	159 (3,6)
Media	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)	158 (3,6)
Alta	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)	168 (3,8)
Status Socioeconómico Familiar:												
Alto, Medio Alto	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)	176 (3,8)
Medio	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)	164 (3,7)
Medio bajo	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)	142 (3,4)
Bajo	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)	135 (3,4)



Ideología:												
Izquierda	167	159	166	166	166	172	167	165	165	161	160	163
	(3,7)	(3,6)	(3,7)	(3,7)	(3,7)	(3,8)	(3,7)	(3,7)	(3,7)	(3,6)	(3,6)	(3,7)
Centro	167	173	159	166	171	169	168	173	168	178	165	166
	(3,7)	(3,7)	(3,6)	(3,7)	(3,8)	(3,8)	(3,7)	(3,8)	(3,7)	(3,8)	(3,6)	(3,7)
Derecha	168	167	168	156	167	156	168	171	166	169	162	164
	(3,7)	(3,7)	(3,7)	(3,6)	(3,7)	(3,6)	(3,7)	(3,7)	(3,7)	(3,7)	(3,7)	(3,7)
Cientes de:												
Bancos	172	166	162	167	168	171	174	173	168	166	169	160
	(3,7)	(3,7)	(3,7)	(3,7)	(3,8)	(3,8)	(3,8)	(3,8)	(3,7)	(3,7)	(3,7)	(3,7)
Cajas	170	164	160	162	167	170	165	167	164	168	162	164
	(3,7)	(3,6)	(3,6)	(3,7)	(3,7)	(3,8)	(3,7)	(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, algo más de un 80 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 86% en junio.

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 (58%).

Aproximadamente un tercio de los españoles de 18 y más años tienen cuenta corriente o libreta en algún banco y un 15% 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 mayor status socioeconómico familiar (45%) y más alta posición social (42%).

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 35% 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 (10,1%) vuelve a superar al Central-Hispano (8,0%). El Santander, con un 3,0%, pierde medio punto y permanece por debajo de Banesto (4,5%).

Argentaria, por su parte no supera el 1,3%. 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 50% cita otras cajas de ahorros). Así, se puede comprobar que la Caixa y la Caja de Madrid (12,4% y 11,2%, 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.

No obstante, este mes de junio deben resaltarse algunos de los resultados registrados, pues han coincidido el mayor porcentaje conocido por el BBV y el último año con el peor del Banco Santander durante el mismo periodo.



Cuadro 3.4.1.

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

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

	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95
Total Clientes	86	86	85	83	85	87	88	88	87	84	92	86
Edad :												
Menos de 30 años	82	80	79	77	74	81	82	83	81	78	85	79
30 a 49 años	88	87	86	88	89	89	88	90	90	85	93	90
50 a 64 años	87	88	88	83	83	87	81	90	86	88	94	88
65 y más años	86	87	88	81	91	91	89	90	88	86	96	86
Posición Social :												
Baja	84	85	81	78	84	86	85	87	85	84	90	82
Media	87	87	88	84	84	86	89	88	86	82	92	88
Alta	88	83	90	92	90	90	90	93	92	89	96	91
Status Socioeconómico Familiar:												
Alto, Medio alto	91	89	91	91	90	92	95	93	93	90	95	92
Medio	88	86	85	85	86	86	88	89	88	86	92	88
Medio bajo	81	84	82	75	81	86	82	84	81	77	90	81
Bajo	69	81	86	51	62	73	60	73	69	73	77	58



Cuadro 3.4.2.

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

	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95
Total I.B.	33	30	30	30	30	31	30	31	29	31	31	34
Edad :												
Menos de 30 años	29	29	32	30	27	31	28	28	28	32	29	34
30 a 49 años	41	31	33	32	33	32	32	35	31	35	35	36
50 a 64 años	29	30	24	30	36	32	32	34	28	30	33	36
65 y más años	26	29	28	24	20	27	29	24	26	21	23	25
Posición Social :												
Baja	26	28	25	25	24	26	27	23	24	24	22	29
Media	34	31	31	30	32	33	30	35	30	34	34	35
Alta	46	33	40	41	40	40	39	40	39	39	47	42
Status Socioeconómico Familiar:												
Alto, Medio alto	48	43	43	40	42	41	37	42	37	44	46	45
Medio	30	29	30	31	28	31	30	30	29	30	30	34
Medio bajo	28	24	18	19	24	22	27	23	24	20	23	22
Bajo	13	22	27	-	20	36	17	6	10	23	15	17
Clientes de:												
Bancos	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Cajas	14	12	13	14	15	14	13	13	13	14	22	15



Cuadro 3.4.3.

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

	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95
Total C.A.	79	79	80	81	82	81	80	80	82	80	78	78
Edad :												
Menos de 30 años	78	82	79	79	84	81	82	81	83	81	71	76
30 a 49 años	74	78	79	81	82	22	78	80	81	78	80	78
50 a 64 años	78	78	84	82	77	77	81	76	82	80	76	78
65 y más años	87	79	80	85	87	81	80	83	83	84	86	83
Posición Social :												
Baja	81	82	83	85	84	82	82	84	83	82	80	79
Media	78	77	81	81	83	80	80	77	82	78	76	78
Alta	69	78	74	74	77	78	74	76	79	79	77	80
Status Socioeconómico Familiar:												
Alto, Medio alto	70	72	74	76	83	79	78	76	80	80	76	80
Medio	80	81	80	82	81	80	80	79	82	78	78	75
Medio bajo	80	81	88	85	84	85	82	85	83	85	80	82
Bajo	87	78	76	100	93	68	83	94	90	82	69	83
Clientes de:												
Bancos	33	30	34	38	41	38	34	35	37	35	55	35
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											
	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95
Base: Tiene C/C o Libreta	(1.052)	(1.034)	(1.031)	(1.006)	(1.032)	(1.052)	(1.064)	(1.068)	(1.055)	(1.018)	(1.112)	(1.221)
Santander	4,4%	2,8%	4,1%	5,6%	4,6%	4,5%	4,0%	2,9%	3,6%	4,5%	3,5%	3,0%
Popular	1,2	2,2	2,2	1,3	2,2	1,4	1,0	1,3	1,4	1,1	1,7	1,0
Banesto	7,4	5,5	3,8	4,1	4,5	4,8	4,1	5,5	4,5	5,0	5,7	4,5
Bilbao-Vizcaya	8,6	7,2	7,0	8,3	7,0	7,2	7,2	8,3	7,1	8,5	8,2	10,1
Central/Hispano	7,4	6,8	6,4	6,4	6,6	7,2	8,5	6,7	7,6	6,2	7,3	8,0
Exterior/Argentaria	1,0	1,1	2,2	2,3	1,6	2,3	2,2	1,7	1,0	2,1	1,6	1,3
Otros Bancos	6,8	7,8	7,1	5,1	5,9	6,9	6,4	7,0	6,4	6,6	7,6	8,2
Caja de Madrid	8,9	8,6	11,5	10,3	9,6	11,2	10,6	9,3	12,3	9,8	8,7	11,2
Caixa	12,9	13,1	12,1	12,2	12,7	12,1	11,7	11,9	11,3	11,6	10,2	12,4
Caja de Cataluña	2,0	1,5	2,4	2,5	1,5	2,3	1,1	2,3	2,1	2,9	3,3	1,8
Caja de Galicia	2,6	2,9	2,0	3,5	2,8	3,0	3,0	2,9	2,6	2,9	3,5	2,4
Ibercaja	3,4	3,6	2,6	4,1	4,3	3,6	3,9	3,1	3,5	3,0	3,0	3,5
Cajas de Ahorros (Otras)	51,5	51,0	52,5	50,5	54,3	51,9	51,9	52,5	53,5	51,6	52,9	50,5

(*) 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 autopoicionamiento 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 autopoicionamiento 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 autopoicionan en la izquierda es mayoritaria (en términos relativos) en casi todos los segmentos de la población, excepto entre los de alta y media práctica religiosa y los votantes del PP (que se posicionan sobre todo en la derecha).
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 50 y más años, más españolistas que nacionalistas, votantes a partidos nacionalistas de centro y derecha y los que dicen que votarán a partidos nacionalistas de derecha y los que no contestan su intención de voto, 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, 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 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 5-7% de los entrevistados se sienten sólo identificados con su Comunidad Autónoma (se sienten sólo vascos, o andaluces, o gallegos, etc.), alrededor de un 20-24% se sienten sólo españoles. Tomando en consideración a quienes se sienten más "nacionalistas" o más "españoles", se observa habitualmente que el españolismo supera claramente al nacionalismo.

Sin embargo, 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, los menores de 30 años, los autopoisionados en la izquierda, y los que dicen que votarán a otros partidos.

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 a partidos nacionalistas de izquierda (que obtienen un recuerdo algo superior al real) y los que mencionan el recuerdo de voto de IU (que obtienen un recuerdo de voto idéntico 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 el PSOE y otros partidos (-50% y -56%, respectivamente), hacia el PP (-21%), y hacia el PSOE y los partidos nacionalistas de derecha (-2% y -3%, respectivamente), lo que puede deberse en parte a la pérdida de imagen de estos partidos después de varias elecciones con resultados negativos. Sin embargo, los partidos nacionalistas de izquierda que tienen un valor positivo (18%). El recuerdo de la abstención en las últimas elecciones está como siempre infraestimado (-26%), 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 post-electoral, como en el que nos encontramos.

Finalmente, debe señalarse el hecho de que el 15% 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 15,0%, algo inferior al de los meses precedentes. Puesto que el sistema de muestreo es siempre el mismo, esta variación ha de atribuirse a un mayor ajuste entre el recuerdo de voto y el resultado real, consecuencia de las recientes elecciones autonómicas y locales que han provocado un menor "error" por parte de los entrevistados al contestar.

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, mantener un alto nivel de crecimiento económico, proteger el medio ambiente y luchar contra la delincuencia. 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, la lucha contra la delincuencia y dar a la gente mayores facilidades de participación, 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. Así, 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

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



Cuadro 4.1.2.

Autoposicionamiento Ideológico, por Características Socioeconómicas.

JUNIO 1995	TOTAL	Izquierda	Centro	Derecha
TOTAL	(1221)	40%	11	22
Edad:				
18 a 29 años	(318)	44%	8	24
30 a 49 años	(415)	48%	11	17
50 a 64 años	(263)	33%	14	23
65 y más años	(224)	31%	15	23
Posición Social:				
Baja	(504)	38%	12	19
Media	(554)	41%	12	23
Alta	(164)	49%	10	23
Status Socioeconómico:				
Alto, Medio alto	(275)	44%	11	28
Medio	(597)	41%	13	20
Medio Bajo	(317)	37%	10	19
Bajo	(31)	36%	10	6
Nacionalismo:				
Más nacionalista	(261)	51%	13	16
Tan nac.como esp.	(614)	39%	11	20
Más españolista	(321)	34%	11	28
Práctica Religiosa:				
Alta	(243)	23%	15	33
Media	(229)	25%	19	30
Baja	(703)	51%	8	15
Intención de Voto:				
PP	(319)	5%	13	64
CDS	(3)	67%	-	-
PSOE	(265)	74%	4	2
IU	(140)	90%	4	1
Nacion. derecha	(101)	36%	25	20
Nacion. izquierda	(30)	80%	7	3
Otros, En blanco	(39)	49%	10	5
No votará	(81)	28%	14	4



No sabe	(140)	23%	14	6
No contesta	(103)	21%	19	12
Clientes de:				
Bancos	(352)	38%	11	28
Cajas	(823)	44%	12	21



Cuadro 4.1.3.

Práctica Religiosa

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



Cuadro 4.1.4.

Práctica Religiosa, por Características Socioeconómicas.

JUNIO 1995	TOTAL	Alta	Media	Baja
TOTAL	(1221)	20%	19	58
Edad:				
18 a 29 años	(318)	11%	14	70
30 a 49 años	(415)	13%	18	65
50 a 64 años	(263)	30%	22	46
65 y más años	(224)	34%	23	40
Posición Social:				
Baja	(504)	25%	22	51
Media	(554)	17%	17	62
Alta	(164)	14%	16	63
Ideología:				
Izquierda	(495)	11%	12	72
Centro	(140)	26%	31	41
Derecha	(259)	31%	26	41
Status Socioeconómico:				
Alto, Medio alto	(275)	18%	19	57
Medio	(597)	16%	20	60
Medio Bajo	(317)	27%	17	54
Bajo	(31)	42%	6	52
Clientes de:				
Bancos	(352)	17%	21	59
Cajas	(823)	22%	18	57



Cuadro 4.1.5.

Sentimiento Nacionalista-Español

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



Cuadro 4.1.6.

Sentimiento Nacionalista-Español, por Características Socioeconómicas.

JUNIO 1995	TOTAL	Más Nacionalista	Igual	Más Español
TOTAL	(1221)	21%	50	26
Edad:				
18 a 29 años	(318)	28%	47	23
30 a 49 años	(415)	21%	49	27
50 a 64 años	(263)	19%	53	26
65 y más años	(224)	16%	53	30
Posición Social:				
Baja	(504)	21%	55	23
Media	(554)	22%	48	27
Alta	(164)	21%	45	31
Ideología:				
Izquierda	(495)	27%	49	22
Centro	(140)	24%	48	26
Derecha	(259)	16%	48	35
Status Socioeconómico:				
Alto, Medio alto	(275)	25%	48	24
Medio	(597)	21%	49	28
Medio Bajo	(317)	18%	54	25
Bajo	(31)	23%	55	23
Intención de Voto:				
PP	(319)	12%	54	33
CDS	(3)	-%	100	-
PSOE	(265)	15%	58	26
IU	(140)	23%	47	28
Nacion. derecha	(101)	57%	39	4
Nacion. izquierda	(30)	77%	20	3
Otros, En blanco	(39)	28%	51	18
No votara	(81)	20%	43	31
No sabe	(140)	19%	52	26
No contesta	(103)	16%	46	34
Cientes de:				
Bancos	(352)	23%	49	25
Cajas	(823)	22%	49	28



Cuadro 4.1.7.

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

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



Cuadro 4.1.8.

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

	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95
Diferencias en puntos												
Porcentuales:												
PP	- 6,3	- 8,5	- 7,1	- 7,2	- 7,3	- 8,7	-10,6	- 8,4	- 7,1	- 8,6	- 9,4	- 5,7
CDS	0,0	- 0,4	- 0,7	- 0,4	- 0,9	- 0,5	- 0,1	- 0,4	- 0,2	+ 0,2	- 0,1	- 0,7
PSOE	- 1,2	- 3,3	- 5,4	- 4,6	- 2,5	+ 1,1	- 1,0	- 1,0	+ 1,6	- 0,1	+ 2,7	- 0,6
IU	+ 0,4	+ 2,3	+ 3,0	+ 0,7	+ 1,9	+ 0,1	+ 2,1	+ 3,0	+ 2,4	+ 0,6	- 0,2	-
Nacionalistas Dcha.	- 0,7	- 1,2	- 2,0	- 1,4	- 2,4	- 2,3	- 1,7	- 1,4	- 2,1	- 2,0	- 3,4	- 0,2
Nacionalistas Izq.	+ 0,3	- 0,5	- 0,5	+ 0,3	- 1,0	0,0	+ 0,1	- 0,5	- 0,2	- 0,6	- 0,6	+ 0,3
Otros	- 2,4	- 2,4	- 2,4	- 2,1	- 2,2	- 2,4	- 2,6	- 2,6	- 2,6	- 1,6	- 1,0	- 2,0
No Votó	- 8,3	- 4,3	- 2,9	- 1,7	- 3,1	- 2,9	- 4,0	- 4,3	- 4,5	- 2,7	- 4,2	- 5,8
NS/NC	+18,2	+18,3	+18,0	+16,4	+17,5	+15,6	+17,8	+15,6	+12,7	+14,8	+16,2	+14,7
Indice de Discrepancia	18,9	20,6	21,0	17,4	19,4	16,8	20,0	18,6	16,7	15,6	18,9	15,0
Diferencias en porcentajes respecto a 1993:												
PP	-24	-32	-27	-27	-27	-32	-40	-31	-27	-32	-35	-21
CDS	0	-28	-50	-29	-64	-36	- 7	-29	-14	+14	+ 7	-50
PSOE	- 4	-11	-18	-15	- 8	+ 4	- 3	- 3	+ 5	- 0,3	+ 9	- 2
IU	+18	+31	+40	+ 9	+25	+ 1	+28	+40	+32	+ 8	- 3	-
Nacionalistas Dcha.	-10	-18	-29	-20	-35	-34	-25	-20	-31	-29	-50	- 3
Nacionalistas Izq.	+18	-29	-29	+18	-59	0	+ 6	-29	-12	-35	-35	+18
Otros	-67	-67	-67	-58	-61	-67	-72	-72	-72	-44	-28	-56
No Votó	-37	-19	-13	- 7	-14	-13	-18	-19	-20	-12	-18	-26



Cuadro 4.1.9.

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

JUNIO 1995 1ª Lista de Objetivos	1ª Mención	1ª y 2ª Mención	Ultima Mención
- Mantener el orden en la nación.....	33%	56%	16%
* - Dar a la gente más posi- bilidades para que parti- cipe en las decisiones importantes gubernamenta- les o políticas.....	20	40	22
- Luchar contra la subida de los precios.....	32	65	12
* - Proteger la libertad de expresión.....	13	32	20
- Ninguno.....	1	2	19
- NS/NC.....	2	2	11
Total	(1.221)	(1.221)	(1.221)



Cuadro 4.1.10.

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

JUNIO 1995 2ª Lista de Objetivos	1ª Mención	1ª, 2ª y 3ª Mención	Penúltima o Última Mención
- Mantener un alto nivel de crecimiento económico.....	31%	50%	15%
- Tener unas Fuerzas Armadas capaces de garantizar la defensa de España.....	6	18	36
*- Dar a la gente mayores fa- cilidades para que participe en las decisiones importan- tes que tengan que ver con su trabajo o la comunidad en la que viven.....	13	41	15
*- Proteger el medio ambiente..	12	49	10
- Mantener una economía es- table.....	15	50	11
- Luchar contra la delincuen- cia.....	14	47	15
*- Avanzar hacia una sociedad menos impersonal y más humana.....	4	22	20
*- Avanzar hacia una sociedad en la que las ideas sean más importantes que el dinero...	4	14	22
- Ninguno.....	*	1	18
- NS/NC.....	2	2	10
Total	(1.221)	(1.221)	(1.221)



Cuadro 4.1.11.

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

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

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 ONCE, Cáritas y la Corona son las instituciones mejor valoradas por los españoles. Por otra parte, hay que resaltar que la satisfacción con el funcionamiento de la democracia ha ascendido muy ligeramente, situándose nueve puntos por encima del nivel de equilibrio. Asimismo, la satisfacción con el Gobierno sigue siendo negativa, e incluso su valor se encuentra por debajo del nivel del mes pasado, lo que demuestra una profunda insatisfacción. El área de actuación del Gobierno mejor valorada es, como viene siendo habitual, la política de obras públicas, habiendo aumentado algo las valoraciones en algunas de las políticas gubernamentales, principalmente de la política internacional, y política de lucha contra el terrorismo, y se mantiene la valoración de la política contra la droga. 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: ONCE, Cáritas, los Médicos, 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 85% 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, idéntica a la obtenida en la última valoración. En la valoración de las otras instituciones fijas se observa también cierto empeoramiento respecto a su valoración del pasado mes, siendo las Fuerzas Armadas la institución cuya valoración desciende más. Además, la Corona sigue recibiendo una valoración promedio muy por encima de todas las demás instituciones fijas (7,2 puntos); y nuevamente este mes las FAS están mejor valoradas que el Gobierno y que los Bancos (5,4 puntos).

Por lo que respecta a las instituciones no fijas, debe resaltarse el aumento en la valoración de la ONCE respecto a la valoración de hace un año.

El orden de valoraciones este mes ha sido: La ONCE (8,0), Cáritas (7,8), la Corona (7,2), los Médicos (6,1), las Fuerzas Armadas (5,4), los Bancos (4,6) y el Gobierno de la Nación (4,0).

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.

El Gobierno de la Nación es la institución o grupo que tiene una imagen más controvertida este mes (73%). Le siguen con grados inferiores de controversia las Fuerzas Armadas (59%), los Bancos (53%), los Médicos (45%), la Corona (40%), Cáritas (31%) y la ONCE (26%), instituciones (las tres últimas), que como es habitual tienen 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, ONCE y Cáritas superan la valoración de la Corona que habitualmente, es la institución mejor valorada; así, la ONCE 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 y las tres instituciones no fijadas incluidas en el presente sondeo, 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, (salvo el caso de la ONCE). 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 de los Bancos y la ONCE).
- 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 es mayor entre los de izquierda, mientras que las demás instituciones (la Corona, las Fuerzas Armadas, los Bancos, los Médicos, la ONCE y Cáritas), 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 junio 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 29, de 32, 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 35% 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 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 tan sólo los de ideología de derecha son el segmento que se muestra más insatisfecho con el funcionamiento de la democracia. En general, se puede observar que el grado de satisfacción es mayor entre los mayores de 65 años, los de izquierda y bajo status y posición social.

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 desciende ligeramente este mes en relación con el registrado el mes anterior, y continúa en un nivel bajo, lo que evidencia una muy intensa insatisfacción.

Este mes el 25% de los españoles están satisfechos (en mayor o menor medida) con la labor que realiza el Gobierno, pero el 57% están insatisfechos. Así, el índice obtenido este mes (68), 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 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 (79%), aunque también es elevado.

Este mes de junio se observa, en general, una valoración ligeramente superior en todas las políticas por las que se ha preguntado respecto al mes pasado, excepto la lucha contra la droga que mantiene su valoración. 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 5,2 puntos, seguida a corta distancia por la política de servicios sociales (4,7 puntos). Las demás áreas reciben valoraciones medias inferiores y por lo tanto son peor valoradas: lucha contra el terrorismo y la política internacional (4,2, en ambos casos), lucha contra la droga y la delincuencia (4,0), y en último lugar, como ya viene siendo habitual, y a mucha mayor distancia, la política económica (3,3).

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, de 1994 y las recientes elecciones autonómicas y municipales, 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)**

	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95
- Fuerzas Armadas	99	99	99	99	99	98	100	98	99	99	100	99
- Bancos	99	99	99	99	99	98	99	98	98	99	100	99
- Gobierno de la Nación	99	99	99	100	100	99	100	99	100	100	100	100
- La Corona	100	100	99	100	100	99	100	99	99	100	100	100
- La Policía Nacional	-	-	-	100	-	-	100	-	-	-	-	-
- La Unión Europea	-	-	-	-	-	-	-	-	92	-	-	-
- Congreso de los Diputados	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	98	-
- Partidos Políticos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	98	-	-
- Los Sindicatos	-	98	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- OTAN	-	-	-	-	-	-	-	-	92	-	-	-
- Las Organizaciones Empresariales	-	-	-	-	-	-	-	-	-	92	-	-
- Guardia Civil	-	-	-	100	-	-	-	-	-	-	100	-
- ETA	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	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	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	99
- 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	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	98
- La Universidad	-	96	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- La Iglesia	-	99	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Los Medios de Comunicación	-	-	99	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- El Tribunal Constitucional	-	-	90	-	-	-	-	92	-	-	-	-
- Los Médicos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	100



Cuadro 4.2.2.

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

	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95
Fuerzas Armadas	90	88	88	90	91	81	88	88	86	86	89	85
Bancos	89	89	88	90	91	82	86	86	85	86	90	87
Gobierno de la Nación	93	92	92	93	93	87	92	93	93	92	94	93
La Corona	92	90	90	91	93	85	91	93	91	91	93	92
La Policía Nacional	-	-	-	93	-	-	91	-	-	-	-	-
La Unión Europea	-	-	-	-	-	-	-	-	78	-	-	-
Congreso de Diputados	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	83	-
Partidos Políticos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	84	-	-
Los Sindicatos	-	83	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
OTAN	-	-	-	-	-	-	-	-	74	-	-	-
Organizaciones Empresariales	-	-	-	-	-	-	-	-	-	73	-	-
Guardia Civil	-	-	-	93	-	-	-	-	-	-	92	-
ETA	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	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	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	95
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	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	91
La Universidad	-	84	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
La Iglesia	-	91	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Los Medios de Comunicación	-	-	93	-	-	-	-	-	-	-	-	-
El Tribunal Constitucional	-	-	69	-	-	-	-	72	-	-	-	-
Los Médicos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	95



Cuadro 4.2.3.

**Imagen de Instituciones y Grupos Sociales
(Valoración media)**

	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95
Fuerzas Armadas	6,0	5,5	5,7	5,8	5,9	5,4	5,8	5,7	5,0	5,3	6,2	5,4
Bancos	5,0	4,9	4,7	4,7	4,7	4,8	4,5	4,8	4,6	4,4	4,8	4,6
Gobierno de la Nación	3,9	3,8	4,0	4,2	3,4	4,2	3,7	3,9	3,6	3,6	4,0	4,0
La Corona	7,3	7,2	7,3	7,4	7,1	7,4	7,4	7,4	7,1	7,2	7,5	7,2
La Policía Nacional	-	-	-	6,2	-	-	6,0	-	-	-	-	-
La Unión Europea	-	-	-	-	-	-	-	-	5,6	-	-	-
Congreso de los Diputados	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4,3	-
Partidos Políticos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3,3	-	-
Los Sindicatos	-	4,4	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
OTAN	-	-	-	-	-	-	-	-	4,1	-	-	-
Organizaciones Empresariales	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4,4	-	-
Guardia Civil	-	-	-	6,1	-	-	-	-	-	-	6,6	-
ETA	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	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	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	8,0
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	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	7,8
La Universidad	-	6,5	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
La Iglesia	-	5,3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Los Medios de Comunicación	-	-	6,1	-	-	-	-	-	-	-	-	-
El Tribunal Constitucional	-	-	5,2	-	-	-	-	5,5	-	-	-	-
Los Médicos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	6,1



Cuadro 4.2.4.

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

	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95
Fuerzas Armadas	51	52	49	47	50	53	47	47	59	53	45	59
Bancos	48	46	48	50	47	48	50	47	51	54	48	53
Gobierno de la Nación	73	73	67	70	82	71	82	76	83	84	72	73
La Corona	40	38	38	38	41	38	37	37	43	40	37	40
La Policía Nacional	-	-	-	42	-	-	42	-	-	-	-	-
La Unión Europea	-	-	-	-	-	-	-	-	45	-	-	-
Congreso de los Diputados	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	62	-
Partidos Políticos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	76	-	-
Los Sindicatos	-	62	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
OTAN	-	-	-	-	-	-	-	-	67	-	-	-
Organizac. Empresariales	-	-	-	-	-	-	-	-	-	54	-	-
Guardia Civil	-	-	-	45	-	-	-	-	-	-	43	-
ETA	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	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	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	26
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	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	31
La Universidad	-	37	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
La Iglesia	-	54	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Los Medios de Comunicación	-	-	38	-	-	-	-	-	-	-	-	-
El Tribunal Constitucional	-	-	46	-	-	-	-	44	-	-	-	-
Los Médicos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	45



Cuadro 4.2.5.

Conocimiento y Valoración de Instituciones y Grupos Sociales

JUNIO 1994 - JUNIO 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 Médicos	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**

JUNIO 1994 - JUNIO 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 Los Médicos
	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**

JUNIO 1994 - JUNIO 1995

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



Cuadro 4.2.8.

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

JUNIO 1995	TOTAL	ONCE	CARITAS	FAS	Los Bancos	Los Médicos	Gobierno Nación	La Corona
TOTAL	(1221)	8,0	7,8	5,4	4,6	6,1	4,0	7,2
Edad:								
18 a 29 años	(318)	8,2	8,0	4,7	4,9	6,3	3,5	6,4
30 a 49 años	(415)	7,9	7,6	5,5	4,3	5,7	3,9	7,2
50 a 64 años	(263)	8,0	7,6	5,6	4,5	6,0	4,3	7,5
65 y más años	(224)	8,0	7,9	6,3	5,0	6,3	4,9	8,1
Posición Social:								
Baja	(504)	8,0	7,8	5,7	4,8	6,2	4,4	7,5
Media	(554)	8,0	7,8	5,3	4,7	6,1	3,8	7,0
Alta	(164)	8,1	7,4	5,1	4,1	5,7	3,5	6,9
Ideología:								
Izquierda	(495)	8,0	7,7	4,9	4,5	5,9	4,7	6,9
Centro	(140)	7,9	8,0	5,6	4,7	5,7	3,9	7,2
Derecha	(259)	8,4	8,1	6,4	4,9	6,3	2,6	7,6
Status Socioeconómico:								
Alto, Medio alto	(275)	8,2	7,7	5,2	4,8	6,1	3,7	7,0
Medio	(597)	8,1	7,7	5,4	4,6	6,0	3,9	7,1
Medio Bajo	(317)	7,8	7,8	5,6	4,6	6,1	4,5	7,5
Bajo	(31)	7,1	7,6	7,3	4,3	6,0	4,4	7,6
Clientes de:								
Bancos	(352)	8,1	7,8	5,5	5,0	5,9	3,8	7,0
Cajas	(823)	8,0	7,7	5,4	4,6	6,1	4,2	7,3



Cuadro 4.2.9.

Ranking de Notoriedad

JUNIO 94 - JUNIO 95	% Opinan
1. La Cruz Roja	97
2. La ONCE	96
3. ETA	95
4. Los Médicos	95
5. Medios de Comunicación	93
6. Guardia Civil	92
7. Gobierno de la Nación	92
8. Policía Nacional	92
9. Cáritas	92
10. Los Políticos	91
11. La Corona	91
12. Iglesia	91
13. Los Funcionarios	89
14. Partidos Políticos	88
15. Fuerzas Armadas	88
16. Tribunales de Justicia	88
17. Bancos	87
18. Jueces	86
19. Universidad	84
20. Congreso de los Diputados	83
21. Los Sindicatos	83
22. Unión Europea	81
23. El Senado	78
24. UGT	78
25. OTAN	78
26. ONU	77
27. Organizac. Empresariales	76
28. Comisiones Obreras	76
29. El Banco de España	76
30. Tribunal Constitucional	70
31. El Consejo General del Poder Judicial	66
32. La CEOE	54



Cuadro 4.2.10.

Ranking de Valoración

JUNIO 94 - JUNIO 95

Valoración media
(x)

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



Cuadro 4.2.11.

Ranking de Dispersión Opinática

JUNIO 94 - JUNIO 95

% Dispersión Opinática

(s/x)100

1. La Cruz Roja	28
2. La ONCE	28
3. Cáritas	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. Guardia Civil	44
12. Tribunal Constitucional	45
13. Los Médicos	45
14. Los Funcionarios	46
15. Consejo General del Poder Judicial	48
16. Bancos	49
17. Los Jueces	49
18. Fuerzas Armadas	51
19. Organizac. Empresariales	53
20. CEOE	54
21. Comisiones Obreras	54
22. La Iglesia	54
23. UGT	58
24. Los Tribunales de Justicia	60
25. OTAN	62
26. Los Sindicatos	62
27. Congreso de los Diputados	62



28. El Senado	65
29. Los Partidos Políticos	75
30. El Gobierno de la Nación	76
31. Los Políticos	85
32. ETA	492

Cuadro 4.2.12.

Grado de Satisfacción con el Funcionamiento de la Democracia en España

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



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)**

	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95
Total ISD	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)	109 (3,0)
Edad												
18 a 29 años	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)	100 (3,0)
30 a 49 años	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)	107 (3,0)
50 a 64 años	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)	108 (3,0)
65 y más años	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)	127 (3,3)
Posición Social												
Baja	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)	118 (3,1)
Media	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)	101 (3,0)
Alta	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)	108 (3,0)
Ideología												
Izquierda	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)	122 (3,2)
Centro	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)	109 (3,0)
Derecha	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)	88 (2,8)
Status Socioeconómico Familiar:												
Alto	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)	107 (3,0)
Medio	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)	108 (3,0)
Medio bajo	129 (3,3)	121 (3,2)	112 (3,0)	120 (3,2)	107 (3,0)	118 (3,2)	118 (3,1)	109 (3,0)	101 (2,9)	108 (3,0)	100 (2,9)	111 (3,1)



Bajo	101 (2,9)	140 (3,4)	103 (2,9)	96 (2,7)	141 (3,4)	138 (3,3)	130 (3,2)	136 (3,3)	117 (3,1)	97 (2,9)	158 (3,6)	126 (3,3)
Cientes de:												
Bancos	110 (3,1)	112 (3,1)	110 (3,0)	106 (3,0)	103 (3,0)	120 (3,2)	108 (3,0)	98 (2,9)	103 (3,0)	100 (2,9)	106 (3,0)	107 (3,0)
Cajas	118 (3,2)	123 (3,2)	109 (3,0)	117 (3,1)	109 (3,0)	120 (3,2)	112 (3,0)	108 (3,0)	99 (2,9)	105 (3,0)	105 (3,0)	111 (3,1)

Cuadro 4.2.14.

Índice de Satisfacción con la Labor del Gobierno (ISG)

	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95
Total	(1.221)	(1.208)	(1.212)	(1.212)	(1.210)	(1.210)	(1.215)	(1.211)	(1.219)	(1.213)	(1.213)	(1.221)
Muy Satisfecho	2%	2%	2%	3%	2%	3%	2%	2%	2%	2%	3%	2%
Algo Satisfecho	18	22	22	25	21	26	22	22	18	19	24	23
Indiferente	13	14	14	14	13	13	14	12	11	12	17	16
Algo Insatisfecho	38	37	39	35	39	36	33	36	35	33	32	34
Muy Insatisfecho	27	23	22	23	24	22	28	26	33	33	24	23
NS/NC	2	1	1	1	1	1	1	1	*	1	1	2
ISG	54	64	63	69	60	71	63	62	53	55	71	68
% Califican	98	99	99	99	99	99	99	99	100	99	99	98
Valoración Media	2,3	2,4	2,4	2,5	2,4	2,5	2,4	2,4	2,2	2,2	2,5	2,4
% Discrepancia	50	48	47	48	48	47	51	50	53	53	48	47



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)**

	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95
Total ISG	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)	68 (2,4)
Edad:												
- 30 años	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)	50 (2,2)
30-49 años	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)	62 (2,4)
50-64 años	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)	75 (2,5)
65 y más años	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)	97 (2,8)
Posición Social												
Baja	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)	82 (2,6)
Media	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)	59 (2,3)
Alta	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)	54 (2,3)
Ideología:												
Izquierda	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)	84 (2,7)
Centro	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)	69 (2,5)
Derecha	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)	29 (1,8)
Status Socioeconómico Familiar:												
Alto	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)	54 (2,2)
Medio alto	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)	64 (2,4)



Medio Bajo	80 (2,6)	78 (2,6)	72 (2,5)	88 (2,7)	74 (2,5)	91 (2,8)	79 (2,6)	82 (2,6)	68 (2,4)	66 (2,4)	86 (2,7)	84 (2,7)
Bajo	66 (2,4)	96 (2,9)	88 (2,7)	85 (2,6)	121 (3,2)	117 (3,0)	120 (3,2)	123 (3,1)	104 (2,9)	83 (2,5)	131 (3,3)	104 (2,9)
Cientes de:												
Bancos	47 (2,1)	50 (2,4)	62 (2,4)	68 (2,5)	49 (2,2)	69 (2,5)	65 (2,4)	61 (2,4)	52 (2,2)	40 (2,0)	66 (2,4)	58 (2,3)
Cajas	55 (2,3)	48 (2,4)	65 (2,4)	72 (2,5)	60 (2,4)	74 (2,6)	64 (2,4)	60 (2,4)	51 (2,2)	57 (2,2)	73 (2,5)	70 (2,5)



Cuadro 4.2.16.

Valoración de la Actuación del Gobierno en las siguientes áreas

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

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

95	% Dispersión Opinática											
	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-
-												
- Política Económica	80	75	75	76	78	80	79	76	83	84	77	74
- Lucha contra el Terrorismo	64	60	69	64	63	62	65	65	64	65	68	63
- Política Internacional	52	49	53	52	54	54	54	53	54	65	71	61
- Lucha contra la Droga y la Delincuencia	63	61	68	68	67	66	65	64	62	63	64	65
- Política de Obras Públicas y Transportes	46	44	45	46	48	50	47	46	48	44	47	46
- Política de Servicios Sociales	59	56	54	58	52	59	55	53	56	53	55	53



Cuadro 4.2.17.

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

JUNIO 1995	Total	Política Económica	Lucha contra terrorismo	Política Internacion.	Lucha contra droga y del.	Obras Públicas	Servicios Sociales
TOTAL	(1221)	3,3	4,2	4,2	4,0	5,2	4,7
Edad:							
18 a 29 años	(318)	3,2	4,3	4,1	4,0	5,1	4,6
30 a 49 años	(415)	3,1	4,1	4,1	3,9	5,1	4,5
50 a 64 años	(263)	3,3	4,2	4,2	3,9	5,2	4,7
65 y más años	(224)	3,8	4,3	4,7	4,1	5,4	5,1
Posición Social:							
Baja	(504)	3,4	4,2	4,4	4,0	5,3	4,9
Media	(554)	3,2	4,1	4,1	3,9	5,1	4,5
Alta	(164)	3,1	4,6	4,2	4,0	5,1	4,6
Ideología:							
Izquierda	(495)	3,7	4,8	4,7	4,4	5,7	5,1
Centro	(140)	3,2	4,0	4,1	3,8	5,0	4,6
Derecha	(259)	2,3	3,4	3,3	3,3	4,3	4,1
Status Socioeconómico:							
Alto, Medio alto	(275)	3,3	4,5	4,3	4,1	5,2	4,7
Medio	(597)	3,2	4,0	4,1	3,9	5,1	4,6
Medio Bajo	(317)	3,4	4,3	4,4	4,1	5,3	4,8
Bajo	(31)	3,6	3,6	4,1	3,2	5,4	5,5
Satisfacción con el Gobierno:							
Satisfechos	(307)	5,0	5,6	5,8	5,3	6,2	5,8
Indiferentes	(192)	3,7	4,5	4,7	4,0	5,4	4,8
Insatisfechos	(699)	2,4	3,5	3,5	3,4	4,6	4,2
Clientes de:							
Bancos	(352)	3,1	4,0	3,9	3,8	5,0	4,5
Cajas	(823)	3,4	4,3	4,3	4,1	5,2	4,8

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, Celia Villalobos, Alberto Ruiz Gallardón, Manuel Hermoso, Antonio Romero, Pascual Maragall y Miguel Roca. Pascual Maragall y Alberto Ruiz Gallardón son este mes los personajes públicos con mejor imagen social, siendo Manuel Hermoso quien tiene la peor imagen de todos los personajes por los que se ha preguntado en el presente estudio.

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 conocen a otros líderes políticos, y alrededor de la mitad conocen a Celia Villalobos y a Antonio Romero, y una quinta parte conoce a Manuel Hermoso.

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 junio 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 90% 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 dos tercios opinan sobre Miguel Roca, Pascual Maragall y Ruiz Gallardón, algo más de un tercio opina sobre Antonio Romero y Celia Villalobos, y sólo un 14% sobre Manuel Hermoso.
- c. Las valoraciones asignadas a estos nueve personajes han sido: Pascual Maragall (5,5), Alberto Ruiz Gallardón (5,4), Celia Villalobos (5,1), Julio Anguita y Antonio Romero (4,6), José M^a. Aznar (4,5), Felipe González y Miguel Roca (4,4 en ambos casos), y Manuel Hermoso (3,6).

Todos los líderes incrementan ligeramente su valoración este mes, excepto González y Aznar, que mantienen la misma del mes pasado.

En todo caso, la peor valoración de todos los líderes por los que se ha preguntado desde junio 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, José Barrionuevo, Xabier Arzallus, Narcís Serra, José Luis Corcuera, José M^a Aznar, José M^a Benegas y Felipe González resultan ser los personajes públicos más controvertidos de todos los incluidos desde junio de 1994.

Al observar la evolución de la valoración de los líderes españoles desde hace un año hay que destacar el deterioro que se ha observado en la de Anguita, y en la de González hasta el pasado mes de abril (aunque en los dos últimos meses parecen haber recuperado imagen); y en cuanto a Aznar se observa un progresivo incremento a partir de noviembre.

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, Ruiz Gallardón y Celia Villalobos este mes, reciben una valoración más alta entre los de derecha; Miguel Roca entre los de centro; y González, Anguita 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^a 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

	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95
Felipe González	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Adolfo Suárez	98	-	-	98	-	-	-	98	99	-	-	-
Alfonso Guerra	98	98	99	98	98	98	-	-	-	-	-	-
Príncipe Felipe	-	-	-	-	99	-	-	-	-	-	-	-
Reina Dña. Sofía	-	-	-	-	99	-	-	-	-	-	-	-
Julio Anguita	98	98	98	98	98	97	99	98	98	98	98	97
J. María Aznar	99	99	99	99	99	99	99	99	99	98	99	99
Javier Solana	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	85	-
Narcís Serra	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	93	-
José Luis Corcuera	-	-	-	-	-	-	-	87	-	-	-	-
Infanta Cristina	-	-	-	-	-	100	100	-	-	-	-	-
Infanta Elena	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
El Rey Juan Carlos	-	-	-	-	-	-	-	-	100	-	-	-
Antonio Gutiérrez	-	-	-	-	-	75	-	-	-	-	-	-
Miguel Roca	-	-	-	-	88	-	-	-	-	-	-	84
José M ^a 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	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Juan Alberto Belloch	-	61	70	-	72	-	76	78	-	-	-	-
El Juez Moreiras	-	55	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Antonio Romero	-	51	-	-	-	-	-	-	-	-	-	50
Luis Ramallo	-	50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Jose M ^a 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 ^a Castellón	-	-	-	-	-	-	40	-	-	-	-	-
Rafael Vera	-	-	-	-	-	-	-	76	-	-	-	-
José Borrell	-	-	-	-	-	-	-	-	-	77	-	-
Joaquín Leguina	-	-	-	-	-	-	-	-	-	80	-	-
Coronel Rodríguez Galindo	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	50	-
Celia Villalobos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	56
Alberto Ruiz Gallardón	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	70
Manuel Hermoso	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	26
Pascual Maragall	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	80



Cuadro 4.3.2.

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

	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95
Felipe González	92	92	92	91	92	91	95	96	96	92	93	90
Adolfo Suárez	86	-	-	83	-	-	-	92	92	-	-	-
Alfonso Guerra	87	85	85	84	85	84	-	-	-	-	-	-
Príncipe Felipe	-	-	-	-	90	-	-	-	-	-	-	-
Reina Dña. Sofía	-	-	-	-	90	-	-	-	-	-	-	-
Julio Anguita	87	87	87	85	86	84	89	92	91	88	87	86
J.María Aznar	89	88	90	87	88	87	90	93	94	90	90	88
Javier Solana	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	64	-
Narcis Serra	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	74	-
José Luis Corcuera	-	-	-	-	-	-	-	75	-	-	-	-
Infanta Cristina	-	-	-	-	-	84	-	-	-	-	-	-
Infanta Elena	-	-	-	-	-	-	87	-	-	-	-	-
El Rey Juan Carlos	-	-	-	-	-	-	-	-	94	-	-	-
Antonio Gutiérrez	-	-	-	-	-	59	-	-	-	-	-	-
Miguel Roca	-	-	-	-	72	-	-	-	-	-	-	67
José M ^a 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	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Juan Alberto Belloch	-	44	52	-	55	-	61	66	-	-	-	-
El Juez Moreiras	-	40	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Antonio Romero	-	37	-	-	-	-	-	-	-	-	-	35
Luis Ramallo	-	36	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-



Jose M ^a 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 ^a Castellón	-	-	-	-	-	-	30	-	-	-	-	-
Rafael Vera	-	-	-	-	-	-	-	65	-	-	-	-
José Borrell	-	-	-	-	-	-	-	-	-	58	-	-
Joaquín Leguina	-	-	-	-	-	-	-	-	-	57	-	-
Coronel Rodríguez Galindo	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	34	-
Celia Villalobos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	35
Alberto Ruiz Gallardón	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	53
Manuel Hermoso	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	14
Pascual Maragall	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	63



Cuadro 4.3.3.

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

	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95
Felipe González	4,4	4,4	4,3	4,4	4,0	4,7	4,1	4,2	3,9	3,9	4,4	4,4
Adolfo Suárez	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	5,1	4,9	4,7	4,7	4,5	4,7	4,4	4,7	4,5	4,3	4,5	4,6
José María Aznar	4,5	4,1	4,1	4,0	3,6	3,9	3,8	4,1	4,0	3,7	4,5	4,5
Javier Solana	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4,2	-
Narcís Serra	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3,6	-
José Luis Corcuera	-	-	-	-	-	-	-	3,3	-	-	-	-
Infanta Cristina	-	-	-	-	-	7,2	-	-	-	-	-	-
Infanta Elena	-	-	-	-	-	-	7,0	-	-	-	-	-
El Rey Juan Carlos	-	-	-	-	-	-	-	-	7,7	-	-	-
Antonio Gutiérrez	-	-	-	-	-	4,7	-	-	-	-	-	-
Miguel Roca	-	-	-	-	3,8	-	-	-	-	-	-	4,4
José M ^a 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	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Juan Alberto Belloch	-	4,1	3,7	-	3,7	-	3,7	3,7	-	-	-	-
El Juez Moreiras	-	5,1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Antonio Romero	-	4,4	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4,6
Luis Ramallo	-	3,7	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-



Jose M ^a 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 ^a Castellón	-	-	-	-	-	-	5,0	-	-	-	-	-
Rafael Vera	-	-	-	-	-	-	-	2,9	-	-	-	-
José Borrell	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3,7	-	-
Joaquín Leguina	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3,5	-	-
Coronel Rodríguez Galindo	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3,7	-
Celia Villalobos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	5,1
Alberto Ruiz Gallardón	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	5,4
Manuel Hermoso	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3,6
Pascual Maragall	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	5,5



Cuadro 4.3.4.

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

	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95
Felipe González	71	70	69	71	79	71	76	74	82	81	72	73
Adolfo Suárez	53	-	-	54	-	-	-	38	51	-	-	-
Alfonso Guerra	99	97	92	95	103	93	-	-	-	-	-	-
Príncipe Felipe	-	-	-	-	37	-	-	-	-	-	-	-
Reina Dña. Sofía	-	-	-	-	37	-	-	-	-	-	-	-
Julio Anguita	50	53	58	57	60	55	59	56	60	60	58	59
José María Aznar	71	72	71	75	84	79	76	74	77	80	67	72
Javier Solana	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	63	-
Narcis Serra	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	74	-
José Luis Corcuera	-	-	-	-	-	-	-	77	-	-	-	-
Infanta Cristina	-	-	-	-	-	37	-	-	-	-	-	-
Infanta Elena	-	-	-	-	-	-	36	-	-	-	-	-
El Rey Juan Carlos	-	-	-	-	-	-	-	-	36	-	-	-
Antonio Gutiérrez	-	-	-	-	-	57	-	-	-	-	-	-
Miguel Roca	-	-	-	-	72	-	-	-	-	-	-	63
José M ^a 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	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Juan Alberto Belloch	-	60	69	-	69	-	73	69	-	-	-	-
El Juez Moreiras	-	53	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Antonio Romero	-	58	-	-	-	-	-	-	-	-	-	55
Luis Ramallo	-	67	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-



Jose M ^a 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 ^a Castellón	-	-	-	-	-	-	60	-	-	-	-	-
Rafael Vera	-	-	-	-	-	-	-	90	-	-	-	-
José Borrell	-	-	-	-	-	-	-	-	-	69	-	-
Joaquín Leguina	-	-	-	-	-	-	-	-	-	73	-	-
Coronel Rodríguez Galindo	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	84	-
Celia Villalobos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	58
Alberto Ruiz Gallardón	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	54
Manuel Hermoso	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	73
Pascual Maragall	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	50



Cuadro 4.3.5.

Conocimiento y Valoración de Personajes Públicos

JUNIO 94 - JUNIO 95

		VALORACION		
		Alta (+5,5)	Media (4,0-5,5)	Baja (-4,0)
CONOCIMIENTO	Alto (+70%)	Reina Dña. Sofía El Rey Juan Carlos Príncipe Felipe Infanta Cristina Infanta Elena Baltasar Garzón Adolfo Suárez	Felipe González J. María Aznar Julio Anguita 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 Alberto Ruiz Gallardón Pascual Maragall	Joaquín Leguina José M ^a Benegas Pedro Solbes José M ^a Cuevas Xabier Arzallus Rodrigo Rato J.A. Belloch Rafael Vera José Borrell
	Bajo (-50%)		Cristina Alberdi Carmen Alborch Jerónimo Saavedra Pascual Sala Juez Moreiras Antonio Romero Marino Barbero Manuel García Castellón Celia Villabolos	Luis Ramallo Luis Atienza Cándido Méndez A. Pérez Rubalcaba Luis Angel Rojo Coronel Rodríguez Galindo Manuel Hermoso



Cuadro 4.3.6.

Conocimiento e Imagen Controvertida de Personajes Públicos

JUNIO 94 - JUNIO 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 ^a Benegas Pedro Solbes José M ^a Cuevas Xabier Arzallus Rodrigo Rato Juan Alberto Belloch José Borrell Joaquín Leguina	Antonio Gutiérrez Javier Solana Alberto Ruiz Gallardón Pascual Maragall	
	Bajo (-50%)	Luis Ramallo Luis Atienza Cándido Méndez A. Pérez Rubalcaba Coronel Rodríguez Galindo Manuel Hermoso	Jorge Semprún Pascual Sala Juez Moreiras Antonio Romero Cristina Alberdi Carmen Alborch	



Jerónimo Saavedra
Luis Angel Rojo
Marino Barbero
Manuel García Castellón
Celia Villalobos



Cuadro 4.3.7.

Valoración e Imagen Controvertida de
Personajes Públicos

JUNIO 94 - JUNIO 95

VALORACION	IMAGEN CONTROVERTIDA		
	Alta (+65%)	Media (50-65%)	Baja (-50%)
Alta (+5,5)		Baltasar Garzón	Reina Dña. Sofía El Rey Juan Carlos Principe Felipe Infanta Cristina Infanta Elena Adolfo Suárez
Media (4,0-5,5)	José María Aznar Felipe González	Pascual Maragall Manuel García Castellón Julio Anguita Alberto Ruiz Gallardón Carmen Alborch Antonio Gutiérrez Marino Barbero Pascual Sala José María Cuevas Antonio Romero Juez Moreiras Cristina Alberdi Jerónimo Saavedra Javier Solana Celia Villalobos	
Baja (-4,0)	Juan Alberto Belloch José Luis Corcuera Miguel Roca Alfonso Guerra Mario Conde		



José Barrionuevo
Mariano Rubio
Narcís Serra
Luis Ramallo
Pedro Solbes
José M^a 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
Manuel Hermoso



Cuadro 4.3.8.

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

JUNIO 1995	TOTAL	Celia Villalobos	Alberto R. Gallardón	Felipe González	Julio Anguita	Manuel Hermoso	Antonio Romero	Pascual Maragall	Miquel Roca	José M ^a Aznar
TOTAL	(1221)	5,1	5,4	4,4	4,6	3,6	4,6	5,5	4,4	4,5
Edad:										
18 a 29 años	(318)	5,0	5,2	3,9	5,0	3,6	4,5	5,1	4,2	4,3
30 a 49 años	(415)	4,9	5,3	4,3	4,7	3,9	4,7	5,6	4,3	4,4
50 a 64 años	(263)	5,3	5,7	4,5	4,1	2,9	4,6	5,6	4,8	4,8
65 y más años	(224)	5,3	5,8	5,2	3,9	4,0	4,7	5,9	4,6	4,6
Posición Social:										
Baja	(504)	5,1	5,3	4,7	4,4	3,4	4,6	5,4	4,2	4,5
Media	(554)	5,0	5,5	4,1	4,5	3,7	4,4	5,4	4,3	4,5
Alta	(164)	5,1	5,5	4,5	5,0	3,7	5,0	5,8	5,2	4,5
Ideología:										
Izquierda	(495)	3,5	4,0	5,3	4,9	3,5	5,0	5,8	4,5	2,9
Centro	(140)	5,3	6,0	4,1	4,1	3,5	4,0	5,4	4,8	4,9
Derecha	(259)	7,1	7,5	2,7	4,2	3,4	4,4	4,7	4,0	7,3
Status Socioeconómico:										
Alto, Medio alto	(275)	5,1	5,8	4,1	4,9	3,5	4,6	5,5	4,7	4,7
Medio	(597)	5,2	5,5	4,1	4,5	3,7	4,7	5,4	4,3	4,5
Medio Bajo	(317)	4,7	4,9	5,0	4,3	3,5	4,4	5,6	4,2	4,3
Bajo	(31)	5,5	3,8	5,8	4,2	4,3	3,0	4,6	4,5	3,7
Clientes de:										
Bancos	(352)	5,4	5,9	4,0	4,8	3,6	4,5	5,4	4,6	4,9
Cajas	(823)	5,0	5,3	4,6	4,5	3,5	4,6	5,5	4,4	4,4



Cuadro 4.3.9.

Ranking de Notoriedad de Personajes Públicos

JUNIO 94 - JUNIO 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 ^a Aznar	90
6. Adolfo Suárez	88
7. Julio Anguita	87
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. José Luis Corcuera	76
16. Narcís Serra	74
17. José Barrionuevo	72
18. Miguel Roca	70
19. Antonio Gutiérrez	65
20. Rafael Vera	65
21. Javier Solana	64
22. José M ^a Benegas	64
23. Pascual Maragall	63
24. Xabier Arzallus	59
25. José Borrell	58
26. Joaquín Leguina	57
27. Juan Alberto Belloch	56
28. José M ^a Cuevas	55
29. Alberto Ruiz Gallardón	53
30. Pedro Solbes	53
31. Rodrigo Rato	51
32. Marino Barbero	49



33. Cándido Méndez	42
34. Carmen Alborch	41
35. A. Pérez Rubalcaba	41
36. Juez Moreiras	40
37. Cristina Alberdi	39
38. Antonio Romero	36
39. Luis Ramallo	36
40. Celia Villalobos	35
41. Luis Atienza	34
42. Coronel Rodríguez Galindo	34
43. Luis Angel Rojo	33
44. Manuel G ^a Castellón	30
45. Pascual Sala	26
46. Jerónimo Saavedra	22
47. Manuel Hermoso	14



Cuadro 4.3.10.

Ranking de Valoración de Personajes Públicos

JUNIO 94 - JUNIO 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	5,6
8. Pascual Maragall	5,5
9. Alberto Ruiz Gallardón	5,4
10. Marino Barbero	5,2
11. Celia Villalobos	5,1
12. Juez Moreiras	5,1
13. Cristina Alberdi	5,0
14. Manuel G ^a Castellón	5,0
15. Pascual Sala	4,7
16. Julio Anguita	4,6
17. Antonio Gutiérrez	4,5
18. Antonio Romero	4,5
19. Jerónimo Saavedra	4,4
20. Carmen Alborch	4,4
21. Javier Solana	4,2
22. Felipe González	4,2
23. José M ^a Aznar	4,1
24. Miguel Roca	4,1
25. Rodrigo Rato	3,9
26. Luis Angel Rojo	3,9
27. A. Pérez Rubalcaba	3,8
28. Juan Alberto Belloch	3,8
29. José Borrell	3,7
30. Luis Ramallo	3,7
31. Coronel Rodríguez Galindo	3,7
32. Pedro Solbes	3,6



33. Cándido Méndez	3,6
34. Manuel Hermoso	3,6
35. Narcís Serra	3,6
36. Joaquín Leguina	3,5
37. José Luis Corcuera	3,5
38. Luis Atienza	3,5
39. Jordi Pujol	3,4
40. José M ^a Benegas	3,3
41. José M ^a Cuevas	3,3
42. Xabier Arzallus	3,2
43. José Barrionuevo	3,1
44. Alfonso Guerra	3,0
45. Rafael Vera	2,9
46. Mario Conde	2,3
47. Mariano Rubio	1,1



Cuadro 4.3.11.

Ranking de Dispersión Opinática de Personajes Públicos

JUNIO 94 - JUNIO 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. Pascual Maragall	50
9. Cristina Alberdi	50
10. Baltasar Garzón	53
11. Julio Anguita	53
12. Juez Moreiras	53
13. Alberto Ruiz Gallardón	54
14. Marino Barbero	54
15. Jerónimo Saavedra	55
16. Antonio Romero	56
17. Antonio Gutiérrez	58
18. Celia Villalobos	58
19. Carmen Alborch	59
20. Manuel G ^a Castellón	60
21. Javier Solana	63
22. Luis Angel Rojo	63
23. A. Pérez Rubalcaba	66
24. Pedro Solbes	67
25. Luis Ramallo	67
26. Juan Alberto Belloch	68
27. Miguel Roca	68
28. Luis Atienza	68
29. José Borrell	69
30. Cándido Méndez	69
31. Rodrigo Rato	70



32. José M ^a Cuevas	72
33. Manuel Hermoso	73
34. Joaquín Leguina	73
35. Narcis Serra	74
36. Felipe González	74
37. José M ^a Aznar	75
38. José Luis Corcuera	76
39. José M ^a Benegas	77
40. Xabier Arzallus	80
41. José Barrionuevo	82
42. Coronel Rodríguez Galindo	84
43. Jordi Pujol	86
44. Rafael Vera	90
45. Alfonso Guerra	96
46. Mario Conde	116
47. 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 PP y del PSOE, que alcanzan el 33 y 29 por ciento respectivamente, proporciones algo superiores a las del último sondeo que posiblemente resultan de la mayor politización del electorado a causa de las últimas elecciones. IU se sitúa en el 22%, 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 5% 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 5%. 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, el PSOE y los partidos nacionalistas de izquierda como es habitual, son los partidos con un electorado inasequible más importante, con un 35%, en el primer caso, y un 23% y un 22% 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 generales 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 (19,9%) incluye previsiblemente a estos "ocultadores".

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

Pues bien, si estas intenciones de voto fuesen ciertas, implicarían pérdidas electorales de casi todos los partidos, excepto IU y los nacionalistas, respecto a las elecciones de 1993. La proporción de quienes no manifiestan sus intenciones alcanza a un 20% de los entrevistados, que es algo menor que la registrada en el último sondeo, posiblemente como consecuencia de las últimas elecciones autonómicas. Y, la abstención declarada es muy baja (6,6% 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 (26,5%) sería algo 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 de los nacionalistas y descenso del PSOE) se debe posiblemente al actual clima electoral y a los resultados obtenidos en las últimas elecciones locales.

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 y los nacionalistas de izquierda (que registran un 55% y 47% de incremento, respectivamente), relativa buena imagen para los nacionalistas de derecha (que registran una ganancia del 22%), peor imagen para todos los demás, principalmente para el PSOE, que pierde un 27% por comparación con sus resultados de junio de 1993. Por su parte, el PP registra una pérdida del 2%.

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 IU y los nacionalistas de izquierda muestran un recuerdo de voto que sub-estima sus resultados reales en 1993.

Como ya se ha señalado, 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 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 y los partidos nacionalistas de izquierda y derecha son los únicos partidos que tienen este mes una intención de voto superior al recuerdo y a los resultados reales de junio, hecho que puede sugerir un crecimiento de dichos partidos.

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.
- b. El voto al CDS es este mes insignificante en todos los segmentos sociales.
- 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 y status alto.
- e. Los votantes a partidos nacionalistas de centro y derecha , a su vez, están relativamente más representados entre los de alta posición social y los de centro.
- 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 29 años, los de izquierda, y los de posición social alta.
- 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 64% 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 PP y el del PSOE 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. No obstante, el electorado estable de IU, que se había reducido notablemente el pasado sondeo, asciende ligeramente, y el de los nacionalistas de derecha ha aumentado notablemente.

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 IU que resulta idéntico y los nacionalistas de izquierda que esta sobre-estimado.
- c) Intención de voto superior a los resultados reales de 1.993 para IU y los partidos nacionalistas de centro y derecha y de izquierda.

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
JUNIO 1995**

	Resultados Reales en junio 1993	Recuerdo de Voto	Intenciones Directas de Voto	Estimación de Voto
PP	26,7%	21,0%	26,1%	29,1%
CDS	1,4	0,7	0,2	0,2
PSOE	29,7	29,1	21,7	21,1
IU	7,4	7,4	11,5	10,6
Nac.Centro y Dcha.	6,8	6,6	8,3	7,4
Nac.Izqda.	1,7	2,0	2,5	2,1
Otros	3,6	1,6	3,2	3,0
Abstención	22,7	16,9	6,6	26,5
NS/NC	-	14,7	19,9	-

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 ocho 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 y al PP.
- Cierta aumento del voto a los partidos nacionalistas de izquierda y de centro derecha.
- Cierta disminución del voto para otros partidos y para el CDS.
- Fuerte disminución del voto al PSOE.



Cuadro 4.4.1.

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

	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95
Podría Votar:												
PP	32%	29%	29%	28%	26%	26%	26%	29%	30%	30%	32%	33%
CDS	6	6	4	5	4	5	4	8	6	6	5	3
PSOE	30	30	29	29	26	34	29	30	28	29	23	29
IU	28	28	22	21	22	20	23	26	26	22	21	22
Nacionalistas Derecha	11	12	8	10	9	8	10	10	9	10	8	12
Nacionalistas Izquierda	4	4	3	3	2	2	4	2	3	3	3	5
Otros	8	8	6	6	4	4	4	4	6	5	6	6
No Votará	6	9	10	10	11	11	12	7	8	10	7	6
NS	9	9	11	10	12	11	10	10	11	12	12	9
NC	9	6	8	8	7	5	7	6	4	5	6	6
Total	(1.221)	(1.208)	(1.212)	(1.212)	(1.210)	(1.210)	(1.215)	(1.211)	(1.219)	(1.213)	(1.213)	(1.221)
No Podría Votar ni Rechazaría:												
PP	40%	43%	45%	42%	42%	43%	43%	39%	39%	40%	41%	32%
CDS	88	88	93	90	91	91	91	86	90	90	91	92
PSOE	50	48	52	50	53	46	47	46	46	46	48	48
IU	62	61	67	67	67	69	66	61	63	68	69	66
Nacionalistas Derecha	80	79	82	78	83	84	82	81	83	83	84	81
Nacionaistas Izquierda	64	66	70	67	72	74	71	68	71	72	64	73
Otros	89	88	90	90	94	94	94	93	92	93	92	93
Total	(1.221)	(1.208)	(1.212)	(1.212)	(1.210)	(1.210)	(1.215)	(1.211)	(1.219)	(1.213)	(1.213)	(1.221)
Nunca Votaría:												
PP	28%	28%	26%	30%	32%	31%	31%	32%	31%	30%	27%	35%
CDS	6	6	3	5	5	4	5	6	4	4	4	5
PSOE	20	22	19	21	21	20	24	24	26	25	19	23
IU	10	11	11	12	11	11	11	13	11	10	10	12
Nacionalistas Derecha	9	9	10	12	8	8	8	9	8	7	8	7
Nacionalistas Izquierda	32	30	27	30	26	24	25	30	26	25	33	22



Otros	3	4	4	4	2	2	2	3	2	2	2	1
No Votará	4	6	7	7	6	7	7	4	4	6	5	4
NS	13	15	17	13	12	14	12	14	12	14	16	13
NC	8	7	8	7	7	6	7	5	6	6	5	6
Total	(1.221)	(1.208)	(1.212)	(1.212)	(1.210)	(1.210)	(1.215)	(1.211)	(1.219)	(1.213)	(1.213)	(1.221)

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

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

	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-
Diferencia en Puntos Porcentuales:												
PP	- 1,1	- 3,9	- 4,0	- 5,5	- 4,6	- 6,5	- 6,5	- 4,7	- 2,9	- 3,9	- 3,0	- 0,6
CDS	0,0	- 0,4	- 0,2	- 0,6	- 0,6	- 0,9	- 0,4	+ 0,1	- 0,2	- 0,4	- 0,6	- 1,2
PSOE	- 9,4	- 8,7	- 8,4	- 9,1	- 8,7	- 2,7	- 8,9	- 8,6	- 8,8	- 7,4	- 6,0	- 8,0
IU	+ 5,6	+ 6,8	+ 4,9	+ 4,7	+ 5,8	+ 3,4	+ 5,8	+ 8,2	+ 7,0	+ 4,8	+ 3,2	+ 4,1
Nacionalist.Derecha	- 0,4	+ 0,1	- 2,1	- 0,6	- 1,4	- 1,9	- 2,2	- 1,5	- 2,2	- 0,8	- 3,0	+ 1,5
Nacionalis.Izq.	+ 0,5	- 0,1	- 0,2	+ 0,5	- 0,8	+ 0,1	+ 0,6	- 0,6	- 0,4	- 0,5	0,0	+ 0,8
Otros	- 0,2	- 0,1	- 0,1	+ 0,4	+ 1,2	- 0,2	- 0,3	+ 0,5	+ 1,2	+ 0,2	+ 0,3	- 0,4
No Votará	-15,6	-12,4	-10,7	-11,4	- 9,9	-11,2	-10,3	-13,9	-13,3	-12,0	-14,3	-16,1
NS/NC	+20,6	+18,7	+20,8	+21,6	+19,0	+19,9	+22,2	+20,5	+19,6	+20,0	+23,4	+19,9
Indice Discrepancia	26,7	25,6	25,7	27,2	26,0	23,4	28,6	29,3	27,8	25,0	26,9	26,3



Diferencia en porcentaje respecto a 1993:

PP	- 4	-15	-15	-21	- 17	- 24	- 24	-18	-11	-15	-11	- 2
CDS	0	-29	-14	-43	- 43	- 64	- 28	+ 7	-14	-28	-43	- 8
PSOE	-32	-29	-28	-31	- 29	- 9	- 30	-29	-30	-25	-20	-27
IU	+76	+92	+66	+64	+ 78	+ 46	+ 78	+111	+95	+26	+43	+55
Nacionalis.Derecha	- 6	+ 2	-31	-9	+ 20	- 28	- 32	-22	-32	-12	-44	+22
Nacionalis.Izq.	+29	- 6	-12	+29	- 47	+ 6	+ 35	-35	-23	-29	0	+47
Otros	- 6	- 3	- 3	+11	+ 33	- 6	- 8	+14	+33	+ 6	+ 8	-11
No Votará	-69	-55	-47	-50	- 56	- 49	- 45	-61	-58	-53	-63	-71



Cuadro 4.4.3.

Diferencias entre Intención de Voto y Recuerdo de Voto

	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95
Diferencia en Puntos												
Porcentuales:												
PP	+ 5,2	+ 4,6	+ 3,1	+ 1,7	+ 2,7	+ 2,2	+ 4,1	+ 3,7	+ 4,2	+ 4,7	+ 6,4	+ 5,1
CDS	0,0	0,0	+ 0,5	- 0,2	+ 0,3	- 0,4	- 0,3	+ 0,5	0,0	- 0,6	- 0,5	- 0,5
PSOE	- 8,2	- 5,4	- 3,0	- 4,5	- 6,2	- 3,8	- 7,9	- 7,6	-10,4	- 7,3	- 8,7	- 7,4
IU	+ 5,2	+ 4,5	+ 1,9	+ 4,0	+ 3,9	+ 3,3	+ 3,7	+ 5,2	+ 4,6	+ 4,2	+ 3,4	+ 4,1
Nacionalis.Derecha	+ 0,3	+ 1,3	- 0,1	+ 0,8	+ 1,0	+ 0,4	- 0,5	- 0,1	- 0,1	+ 1,2	+ 0,4	+ 1,7
Nacionalis.Izq.	+ 0,2	+ 0,4	+ 0,3	+ 0,2	+ 0,2	+ 0,1	+ 0,5	- 0,1	- 0,2	+ 0,1	+ 0,6	+ 0,5
Otros	+ 2,2	+ 2,3	+ 2,3	+ 2,5	+ 3,4	+ 2,2	+ 2,3	+ 3,1	+ 3,8	+ 1,8	+ 1,3	+ 1,6
No Votará	- 7,3	- 8,1	- 7,8	- 9,7	- 6,8	- 8,3	- 6,3	- 9,6	- 8,8	- 9,3	-10,1	-10,3
NS/NC	+ 2,4	+ 0,4	+ 2,8	+ 5,2	+ 1,5	+ 4,3	+ 4,4	+ 4,9	+ 6,9	+ 5,2	- 7,2	+ 5,2
Indice Discrepancia	15,5	13,5	10,9	14,4	13,0	12,5	15,0	17,4	19,5	17,2	19,3	18,2
Diferencia en porcentaje respecto a												
Recuerdo de Voto:												
PP	+ 25	+ 25	+ 16	+ 9	+ 14	+ 12	+ 25	+ 20	+ 21	+26	+37	+24
CDS	0	0	+ 71	- 20	+ 60	- 44	- 23	+ 50	0	-38	-38	-71
PSOE	- 29	- 20	- 12	- 18	- 23	- 12	- 28	- 26	- 33	-25	-27	-25
IU	+ 67	+ 46	+ 18	+ 49	+ 42	+ 44	+ 39	+ 50	+ 47	+52	+47	+55
Nacionalis.Derecha	+ 5	+ 23	- 2	+ 15	+ 23	+ 9	- 10	- 2	- 2	+25	+12	+26
Nacionalis.Izq.	+ 10	+ 33	+ 25	+ 10	+ 28	+ 6	+ 28	- 8	- 13	+ 9	+54	+25
Otros	+183	+192	+192	+167	+243	+183	+230	+310	+380	+90	+50	+100
No Votará	- 51	- 44	- 39	- 46	- 35	- 42	- 34	- 52	- 48	-46	-55	-61
NS/NC	+ 13	+ 2	+ 16	+ 32	+ 9	+ 28	+ 25	+ 31	+ 54	+36	+44	+35



Cuadro 4.4.4.

Intención de Voto Directa, por Características Socioeconómicas.

JUNIO 1995	Total	PP	CDS	PSOE	IU	Nacion.		Otros	NV	NS	NC
						Dcha	Izda				
TOTAL	(1221)	26%	*	22	11	8	2	3	7	11	8
Edad:											
18 a 29 años	(318)	26%	1	16	16	10	5	5	8	10	5
30 a 49 años	(415)	26%	-	17	15	8	3	2	7	11	10
50 a 64 años	(263)	26%	*	27	6	8	2	3	4	16	8
65 y más años	(224)	26%	-	33	4	7	-	2	7	9	12
Posición Social:											
Baja	(504)	24%	*	28	8	7	1	3	6	13	9
Media	(554)	29%	*	18	12	9	3	3	6	10	8
Alta	(164)	24%	-	13	18	11	2	4	10	10	8
Ideología:											
Izquierda	(495)	3%	*	40	25	7	5	4	5	6	4
Centro	(140)	31%	-	8	4	18	1	3	8	14	14
Derecha	(259)	79%	-	2	1	8	*	1	1	3	5
Status Socioeconómico:											
Alto, Medio alto	(275)	33%	1	13	13	12	5	4	6	9	4
Medio	(597)	27%	-	20	13	8	3	4	6	11	9
Medio Bajo	(317)	21%	*	31	8	7	1	2	8	13	11
Bajo	(31)	6%	-	39	10	6	-	-	3	22	13
Clientes de:											
Bancos	(352)	30%	1	17	14	8	2	5	5	11	7
Cajas	(823)	25%	*	23	11	10	3	2	7	11	8



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

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



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



Cuadro 4.4.7.

Estimación de la Intención de Voto Según el Modelo Predictivo ASEP

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

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 junio, 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.

En junio, el IEI ha alcanzado el nivel 80, el más alto del último año y explicable por la enorme relevancia que ha adquirido la actualidad política tras las últimas elecciones municipales y autonómicas, unidos a otros acontecimientos de gran notoriedad, como las muertes de Lola y Antonio Flores y de Joaquín Prat y las finales de acontecimientos deportivos de fútbol, tenis y baloncesto. Ni siquiera en los meses que cuentan tradicionalmente con altos Índices de Exposición a la Información (octubre y noviembre) se había producido un índice tan elevado, aunque siga situándose por debajo del nivel de equilibrio (100).

Los individuos de alto status (113), con alta posición social (136) y con ideología de derecha (110) son una vez más los que 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**

	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95
Alta-Media	37%	36%	37%	38%	38%	36%	38%	33%	36%	35%	36%	40%
Baja	37	40	39	39	42	40	39	41	43	41	41	41
Ninguna	26	24	24	24	19	25	23	26	21	24	23	20
IEI	74	72	74	75	77	71	75	66	72	69	72	80



Cuadro 5.1.2.

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

	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95
Total IEI	74	72	74	75	77	71	75	66	72	69	72	80
Edad:												
- 30 años	77	84	85	79	76	76	73	74	78	76	80	92
30-49 años	86	83	82	88	85	80	96	68	78	80	79	86
50-64 años	63	64	68	70	82	68	61	65	66	66	72	77
65 y más años	59	44	51	53	57	54	56	54	62	44	45	56
Posición Social:												
Baja	47	43	49	44	50	46	46	39	47	40	45	52
Media	84	86	83	86	87	79	85	76	83	80	83	88
Alta	121	121	121	129	130	123	127	112	118	115	115	136
Ideología:												
Izquierda	83	80	85	78	82	82	83	71	79	70	76	76
Centro	80	76	78	83	78	66	88	75	88	83	74	79
Derecha	85	86	85	101	97	81	83	78	74	93	87	110
Hábitat:												
Rural	59	49	60	51	66	59	57	50	58	63	55	64
Urbano	71	77	69	79	71	69	80	63	78	60	72	81
Metropolitano	92	86	95	91	98	87	83	85	76	92	86	91
Status Socioeconómico Familiar:												
Alto, Medio Alto	115	100	114	108	118	111	112	111	114	103	113	113
Medio	70	73	69	73	72	69	71	61	71	67	68	77
Medio Bajo	54	56	60	56	58	51	57	43	51	51	52	61
Bajo	44	37	28	21	41	53	50	36	28	33	39	32
Clientes:												
Bancos	86	82	90	97	87	88	91	76	81	77	88	93
Cajas	71	70	72	73	76	68	75	68	74	70	72	81

5.2. PRENSA DIARIA

El porcentaje de lectores de prensa diaria ha sido del 47%, es decir dos puntos superior al registrado en mayo, con lo que se completa un ciclo de cuatro meses de subidas consecutivas, con un aumento acumulado en el porcentaje de lectores de cinco puntos porcentuales desde el pasado mes de marzo, gracias a lo cuál se alcanza el nivel más alto en el último año.

Los segmentos que habitualmente leen más la prensa han vuelto a experimentar alzas en sus porcentajes de lectura. Así, por ejemplo, los lectores de posición social alta (80%) representan una proporción 3 puntos superior a la del mes pasado y diez puntos por encima de la de marzo.

Los lectores con ideología de derecha (62%) también aumentan en nueve puntos porcentuales, representando una de las proporciones más importante de la muestra, mientras que los entrevistados de centro (43%) se ven superados en esta ocasión por los de ideología de izquierda (47%).

Analizando los porcentajes de lectura según la publicación, El País ha padecido una pérdida de 0,4 puntos quedando en un 6,1 por ciento. También pierden lectores los diarios El Mundo y ABC, con retrocesos de 0,1 y 0,4 puntos porcentuales para situarse en un 3,9% y un 3,6% respectivamente, de lo que se deduce que el incremento general en la lectura de diarios no procede de una mayor aceptación de los periódicos de difusión nacional. Al contrario, cuando se desglosan los porcentajes para cada publicación, se constata que el incremento general en la lectura de prensa obedece a los buenos resultados cosechados por todos los diarios del norte de España, sobre todo los de Asturias, País Vasco y Cataluña.

El diario deportivo Marca se mantiene como 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.

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 junio.



Cuadro 5.2.1.

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

	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95
Total Lectores Periódicos	45	45	44	45	46	41	43	43	42	43	45	47
Edad:												
-30 años	50	53	52	48	49	46	47	51	47	52	55	55
30-49 años	52	52	48	54	49	45	52	44	46	47	52	52
50-64 años	36	40	42	41	48	38	36	41	40	42	42	43
65 y más años	32	28	31	31	32	31	30	30	32	26	24	29
Posición Social:												
Baja	28	29	31	27	28	28	27	26	27	26	26	30
Media	51	52	49	52	53	46	49	49	49	49	53	52
Alta	74	76	71	75	76	68	72	71	70	73	77	80
Ideología:												
Izquierda	49	48	49	48	48	45	46	46	46	42	46	47
Centro	48	48	45	47	46	38	50	46	51	49	52	43
Derecha	49	53	53	61	55	48	49	51	47	59	53	62
Status Socioeconómico Familiar:												
Alto, Medio Alto	71	67	66	64	69	62	64	68	66	65	72	70
Medio	43	44	42	44	44	41	41	40	42	42	44	45
Medio bajo	31	34	37	34	34	30	32	29	29	30	30	33
Bajo	25	25	17	14	20	24	30	18	17	20	23	16
Clientes de:												
Bancos	52	53	53	58	52	49	49	47	47	51	55	54
Cajas	43	44	45	45	45	40	44	44	43	43	46	48



Cuadro 5.2.2.

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

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



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

(*) Se incluyen sólo 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 (39%)
- Con alta posición social (30%)
- Con un alto status socioeconómico familiar (37%)
- Con un elevado nivel de educación (37%)
- Residentes en áreas metropolitanas (34%).

Al contrario de lo apuntado el mes pasado, en junio sí hay que indicar que la muerte de Lola Flores, Antonio Flores y Joaquín Prat han distorsionado los datos, lo que se ha traducido en un incremento importante de los lectores con un nivel de educación medio y posición social media, cuyos índices incluso han superado a los de los individuos con alta posición social y alto nivel educativo. Las revistas del corazón han vuelto a marcar unos índices de lectura superiores a los de las publicaciones de información general, con notables incrementos en el número de lectores con respecto a los porcentajes registrados hace un mes. De hecho, son especialmente significativas las alzas registradas por *Hola* (+1 punto) y *Pronto* (+1,4 puntos), cuyos porcentajes son ahora de 4,8% y 5% respectivamente. De esta forma, la revista *Pronto* es la segunda que en alguna ocasión ha sido capaz de alcanzar la cuota del 5% de lectores.

Entre las revistas de información general, *Tiempo* ha sido la más leída, con un 1,3% de seguidores, es decir igual que en mayo, lo que confirma la inutilidad 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 cuatro meses. *Tribuna*, con un índice de lectura del 0,9%, conoce su mejor resultado 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 la actualidad política tiene un protagonismo especial en las últimas semanas, lo que, a priori, debería servir de detonante para que la lectura de estas publicaciones fuera algo superior en junio, 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**

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



Status Socioeconómico Familiar:

Alto, Medio Alto	32	36	41	33	37	32	36	35	36	35	46	37
Medio	21	25	28	27	27	26	25	25	27	27	24	30
Medio bajo	15	19	19	19	16	18	16	18	19	18	16	18
Bajo	19	3	8	17	25	15	15	18	14	10	4	6

Clientes de:

Bancos	26	31	35	30	30	31	31	29	32	30	32	33
Cajas	20	26	27	25	27	25	24	25	26	26	26	27



Cuadro 5.3.2.

Porcentaje de Lectores de Revistas la Semana Anterior (*)

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

(*) Se incluyen sólo 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

El mes de junio ha confirmado el "esplendor" que está atravesando el medio radiofónico durante los últimos meses, sobrepasando constantemente su propio techo de audiencia. En esta ocasión, la radio en general ha logrado alcanzar la barrera del 70%, un índice que casi parece más propio de la televisión que de la propia radio.

El éxito de audiencia no obedece al comportamiento de algún segmento de la población en particular, sino a todos ellos, tomados de forma individual. En efecto, el incremento de audiencia en el medio radio se produce en todos y cada uno de los segmentos de la muestra, y tan sólo cae en dos puntos porcentuales entre los individuos de alto nivel educativo, si bien ésto es lógico puesto que es justamente el segmento de individuos que escuchan este medio en una proporción superior, con un total del 82%, muy superior a la media.

Por franjas horarias, se constata que el aumento de la audiencia ha tenido lugar durante la mañana, la sobremesa y la noche, lo que viene a significar que los espacios informativos son los que están impulsando la audiencia total en este medio. Sin embargo, se ha detectado una fuerte caída en la audiencia posterior a las 24 horas, lo que guarda relación con los malos resultados cosechados últimamente por José María García en la COPE.

Las tertulias de la tarde pierden en su conjunto dos puntos de audiencia, pero siguen siendo el segundo período horario con más seguidores.

Después de señalar el importante auge de la audiencia de radio, como dato más relevante de este mes, debe resaltarse asimismo el nuevo liderazgo de la Cadena SER en radio convencional, al superar, con un 25%, el índice obtenido por la COPE (22%). Además, esta novedad es especialmente importante si se tiene en cuenta que la SER ha superado a la COPE en todas las franjas horarias, aumentando las diferencias según avanza el día y alcanzando su máxima diferencia durante la madrugada.

En frecuencia modulada, 40 Principales (20%) y Cadena Dial (15%) siguen concentrando los principales niveles de audiencia, mientras que el conjunto de emisoras de frecuencia modulada restantes no concentran más del 34%, por un 45% que afirma no escuchar ninguna emisora de este tipo.

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 junio de 1995, esta cifra se ha elevado hasta un 45%. Sin embargo, la estabilidad es evidente en las dos principales cadenas, tal y como ya se ha indicado.

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 24% dice no escuchar ninguna emisora de este tipo.

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.

Así, en esta ocasión, encontramos que los entrevistados dicen escuchar por la noche, la COPE (22%) en una proporción inferior a la SER (25%) cuando, en el polo opuesto, un pregunta posterior nos está indicando, gracias a los mismos entrevistados, que La Linterna, de Luis Herrero (13%) es un programa tan escuchado como Hora 25, de Carlos Llamas, en la Cadena

SER (13%), y que éste, a su vez, es más escuchado que "La Brújula", de Ernesto Sáenz de Buruaga (10%) de Onda Cero.

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 13 puntos porcentuales durante el mes de junio en beneficio de la cadena SER.

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

- Entre los oyentes de Hora 25, de la SER, los mayores sobrepesos se dan entre los individuos de posición social media (56%) y entre los adultos de 30 a 49 años (41%).
- Por otra parte, "La Linterna", de Luis Herrero (COPE), cuenta con proporciones especialmente importantes de oyentes entre los individuos de 30 a 49 años (40%), entre los de posición social media (54%) y entre los oyentes con ideología de derecha (30%).
- La audiencia de "La Brújula" (Onda Cero) es por su parte similar a la de "Hora 25", pero con un sobrepeso aún mayor de seguidores con posición social alta (29%) y alto status socioeconómico (36%).



Cuadro 5.4.1.

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

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



Status Socioeconómico Familiar:

Alto, Medio Alto	64	58	67	77	80	75	79	78	80	78	78	80
Medio	49	52	52	64	64	63	65	65	70	65	66	70
Medio Bajo	39	43	44	49	53	47	55	54	55	56	56	62
Bajo	32	22	37	56	58	44	30	45	45	54	39	52

Clientes:

Bancos	56	50	59	67	71	64	72	70	69	67	71	68
Cajas	48	48	51	63	64	60	65	65	69	64	65	69

* 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. (*)**

	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95
Mañana (7 a 14 h.)	60%	64%	64%	70%	70%	69%	70%	75%	73%	74%	68%	69%
Sobremesa (14 a 18 h.)	26	23	23	22	24	22	22	25	22	22	22	23
Tarde (18 a 21 h.)	26	24	26	30	31	28	28	28	32	30	32	30
Noche (21 a 24 h.)	19	23	18	24	24	25	28	25	24	26	24	26
Madrugada (+ 24 h.)	10	11	10	9	9	8	9	11	9	9	13	8
NS/NC	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	2
Total radioyentes	(599)	(597)	(634)	(766)	(779)	(733)	(783)	(780)	(824)	(788)	(792)	(849)



Cuadro 5.4.3.

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

	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95

Radio Convencional:												
Radio Nacional 1	10%	9%	8%	18%	17%	18%	19%	19%	16%	19%	18%	15%
Cadena SER	12	14	18	22	22	22	25	26	26	22	22	25
Radio Popular (COPE)	18	14	16	29	23	27	28	26	33	27	23	22
Radio 5 Todo Noticias	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5	5	6
Onda Cero	17	15	17	20	18	15	18	18	19	20	18	18
Cadena Ibérica	-	-	-	1	1	1	1	1	1	*	1	1
Radio Intercontinental	-	-	-	-	1	1	*	1	1	1	*	1
Otras	3	1	1	7	7	9	9	5	7	8	8	12
Ninguna	54	59	57	24	28	24	23	24	22	25	25	24
NS/NC	3	2	1	*	1	1	1	*	*	*	1	1
Frecuencia Modulada:												
40 Principales	20%	26%	17%	20%	18%	21%	19%	19%	20%	18%	19%	20%
Cadena 100 (COPE)	10	11	11	5	8	7	6	6	8	6	6	6
Sinfo Radio (Antena 3)	7	5	4	3	4	2	2	4	2	2	3	2
M-80	2	3	4	6	7	4	4	6	6	4	3	5
Top 40 (Radio España)	-	-	3	2	1	1	3	3	2	2	1	3
Onda Cero Música	-	-	-	6	7	6	7	5	6	4	6	6
Cadena Dial	-	-	-	16	14	13	11	13	13	14	13	15
Otras	15	15	14	9	11	9	10	13	12	10	15	12
Ninguna	29	26	30	43	42	44	48	45	48	48	42	45
NS/NC	1	3	1	1	1	2	2	1	1	1	3	2
Total Radio Oyentes	(599)	(597)	(634)	(766)	(779)	(733)	(783)	(780)	(824)	(788)	(792)	(849)

* 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 (*)

JUNIO 1995	Total aud. Radio	Mañana	Sobre- mesa	Tarde	Noche	Madru- gada
TOTAL	(849)	(588)	(192)	(253)	(218)	(63)
Emisoras de Radio Convencional:						
Cadena SER	26%	25%	30%	27%	33%	48%
Cadena COPE	18	19	19	19	24	27
Onda Cero	15	16	15	15	16	8
Radio Nacional Españ	11	11	9	11	10	5
Radio 5 Todo Noticia	4	3	5	5	4	-
Cadena Ibérica	*	*	-	*	*	-
R. Intercontinental	*	1	-	-	*	-
Otras Radio Convenc.	11	12	16	11	9	10
Emisoras de Radio Música:						
Cadena Dial	12%	13%	9%	14%	10%	11%
40 Principales	17	16	22	22	20	24
Top 40	2	2	2	1	3	2
Cadena 100	4	4	3	5	6	8
Onda Cero Música	5	5	4	6	6	-
Sinfo Radio (A3)	1	1	2	2	1	3
M-80	4	3	4	6	5	5
Otras Radio Música	11	12	9	11	9	5

(*) 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. (*)

JUNIO 1995	TOTAL MUESTRA	Total Audiencia Radio	Audiencia Radio Convenc.	Audiencia Radio Música
TOTAL	(1221)	(849)	(634)	(456)
Edad:				
18 a 29 años	26%	31%	24%	49%
30 a 49 años	34	35	35	36
50 a 64 años	22	19	23	11
65 y más años	18	14	18	4
Posición Social:				
Baja	41%	37%	35%	35%
Media	45	47	49	49
Alta	13	16	16	16
Ideología:				
Izquierda	41%	42%	41%	44%
Centro	11	12	13	10
Derecha	21	22	23	22
Status Socioeconómico:				
Alto, Medio alto	23%	26%	27%	27%
Medio	49	49	48	52
Medio Bajo	26	23	24	19
Bajo	3	2	2	2
Clientes de:				
Bancos	29%	28%	28%	31%
Cajas	67	67	69	63

(*) 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	VI-95
-									
(1.221)									
TOTAL	(1.212)	(1.210)	(1.210)	(1.215)	(1.211)	(1.219)	(1.213)	(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	-	-	5
- "24 Horas", de Angela Nuñez (RN1).....	-	-	4	-	-	4	-	-	5
- "La Brújula", de Ernesto Sáenz de Buruaga (ONDA CERO).....	-	-	5	-	-	9	-	-	10
- "La Linterna", de Luis Herrero (COPE).....	-	-	14	-	-	16	-	-	13
- "Hora 25", de Carlos Llamas (SER).....	-	-	11	-	-	11	-	-	13



Cuadro 5.4.7.

Perfil de Radioyentes de los Sigüientes Programas de Radio.

JUNIO 1995	Total aud. Radio	EL OJO CRITICO			24 HORAS			LA BRUJULA			LA LINTERNA			HORA 25		
		Si	No	Ns/Nc	Si	No	Ns/Nc	Si	No	Ns/Nc	Si	No	Ns/Nc	Si	No	Ns/Nc
TOTAL	(1221)	(57)	(1162)	(2)	(57)	(1162)	(2)	(125)	(1096)	(-)	(164)	(1053)	(4)	(155)	(1062)	(4)
Edad:																
18 a 29 años	26%	21%	26%	-%	23%	26%	-%	27%	26%	-%	26%	26%	-%	24%	26%	-%
30 a 49 años	34	45	33	100	40	34	100	42	33	-	40	33	75	41	33	75
50 a 64 años	22	23	22	-	25	21	-	24	21	-	21	22	-	27	21	-
65 y más años	18	10	19	-	12	19	-	7	20	-	13	19	25	9	20	25
Posición Social:																
Baja	41%	28%	42%	-%	30%	42%	-%	22%	43%	-%	22%	44%	25%	23%	44%	25%
Media	45	47	45	100	46	45	100	48	45	-	54	44	75	56	44	75
Alta	13	25	13	-	25	13	-	29	12	-	23	12	-	21	12	-
Ideología:																
Izquierda	41%	51%	40%	-%	51%	40%	-%	42%	40%	-%	34%	42%	25%	41%	40%	50%
Centro	11	9	12	51	7	12	51	13	11	-	12	11	25	14	11	25
Derecha	21	25	21	-	21	21	-	23	21	-	30	20	-	23	21	-
Status Socioeconómico:																
Alto, Medio alto	23%	33%	22%	-%	33%	22%	-%	36%	21%	-%	31%	21%	-%	32%	21%	-%
Medio	49	40	49	100	38	49	100	47	49	-	45	49	75	45	49	75
Medio Bajo	26	25	26	-	27	26	-	15	27	-	23	26	25	20	27	25
Bajo	3	2	3	-	2	3	-	2	3	-	1	3	-	3	3	-
Clientes de:																
Bancos	29%	42%	28%	49%	30%	29%	49%	33%	28%	-%	29%	29%	25%	33%	28%	25%
Cajas	67	56	68	51	65	68	51	63	68	-	66	68	75	68	67	75
Exposición a Información:																
Alta	40%	68%	38%	100%	53%	39%	100%	60%	38%	-%	60%	37%	75%	58%	37%	75%
Baja	41	19	42	-	37	41	-	31	42	-	26	43	25	31	42	25
Ninguna	19	12	20	-	10	20	-	9	21	-	15	20	-	12	21	-



Cuadro 5.4.8.

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

JUNIO 1995	Total aud. Radio	EL OJO CRITICO			24 HORAS			LA BRUJULA			LA LINTERNA			HORA 25		
		Si	No	Ns/Nc	Si	No	Ns/Nc	Si	No	Ns/Nc	Si	No	Ns/Nc	Si	No	Ns/Nc
TOTAL	(849)	(54)	(793)	(2)	(53)	(794)	(2)	(114)	(735)	(-)	(152)	(693)	(4)	(145)	(700)	(4)
Emisoras de Radio Convencional:																
Cadena SER	26%	35%	25%	-%	34%	26%	-%	22%	27%	-%	33%	25%	-%	49%	21%	-%
Cadena COPE	18	17	18	-	32	17	-	22	18	-	51	11	-	24	17	-
Onda Cero	15	19	15	100	13	15	100	49	10	-	18	14	50	15	15	50
Radio Nacional Españ	11	15	10	-	26	10	-	11	11	-	9	11	-	10	11	-
Radio 5 Todo Noticia	4	6	4	-	6	4	-	4	4	-	3	4	25	2	4	-
Cadena Ibérica	*	-	*	-	-	*	-	-	*	-	-	*	-	-	*	-
R. Intercontinental	*	-	*	-	-	*	-	-	1	-	-	1	-	-	1	-
Otras Radio Convenc.	11	6	11	-	4	11	-	2	12	-	3	13	-	8	12	-
Emisoras de Radio Música:																
Cadena Dial	12%	13%	12%	-%	9%	13%	-%	13%	12%	-%	11%	13%	-%	10%	13%	-%
40 Principales	17	11	17	51	13	17	51	15	17	-	15	17	25	14	17	25
Top 40	2	4	1	-	4	1	-	1	2	-	2	1	-	2	1	-
Cadena 100	4	-	4	-	4	4	-	4	4	-	5	4	-	5	4	-
Onda Cero Música	5	5	5	49	2	5	49	8	4	-	1	5	25	3	5	25
Sinfo Radio (A3)	1	2	1	-	2	1	-	2	1	-	2	1	-	1	1	-
M-80	4	9	3	-	2	4	-	4	4	-	3	4	-	1	4	-
Otras Radio Música	11	9	11	-	4	11	-	10	11	-	5	12	-	9	11	-

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 (78%) y la sobremesa (50%) siguen siendo los momentos que cuentan con más televidentes, mientras que la madrugada (8%) y la mañana (6%) 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 junio de 1995.

La televisión ha experimentado una recuperación de dos puntos porcentuales en su número de espectadores. El índice actual es del 85%, es decir tres puntos por encima con respecto al mismo período del año anterior con lo que el índice general de audiencia se mantiene dentro de los porcentajes que se dan habitualmente.

En contraposición a lo sucedido en mayo, este incremento general se ha traducido también en un aumento del porcentaje de telespectadores que han visto los boletines informativos, cuyo nivel se ha elevado hasta un 70%, lo que vendría a significar que las pasadas elecciones han permitido que la audiencia sintonice con este tipo de espacios televisivos.

TVE-1 vuelve a superar, con un 47%, la audiencia de Antena 3TV (43%), aunque los porcentajes registrados indican la escasa diferencia de aceptación entre ambos. El hecho de que Telecinco no gane audiencia y se sitúe en un 27% señala que la pérdida de televidentes es común a los principales canales privados, siendo especialmente pronunciada en el caso de Antena 3TV, que cede ya cinco puntos porcentuales en los últimos dos meses. Por otra parte, un análisis de la distribución de audiencias por canales y por franjas horarias permite constatar que TVE-1 gana la "batalla" con claridad a Antena 3TV durante todas las franjas horarias, mientras que durante la madrugada, Antena 3TV no ha sido capaz en esta ocasión de distanciarse de TVE-1 como venía sucediendo últimamente, elevando su cuota hasta el 68%.

En esta ocasión, es TVE-1 quien supera a Antena 3TV en todas las Comunidades Autónomas excepto en Cataluña donde se impone TV-3, y en Valencia, donde Antena 3TV es líder.

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 (40%) y por Antena 3TV (20%), así como en Valencia, donde Antena 3TV es líder, con tres puntos porcentuales de ventaja sobre TVE-1.

Todos los canales han experimentado leves mejoras en los índices de audiencia de sus boletines informativos, excepto TVE-1, cuya diferencia con respecto a Antena 3TV vuelve a ser tan sólo de 3 puntos porcentuales, 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 (10%), lejos de sus principales competidores.

Para complementar este análisis, se ha consultado sobre el seguimiento de los boletines de la última edición, constatando que el espacio dirigido por José María Carrascal en Antena 3TV (35%) supera en quince puntos porcentuales al de Pedro Altares en TVE-1 (20%), aunque con un peor registro que en las dos últimas consultas (diciembre 94 = 41% y marzo 95 = 37%). El informativo de Fernando Onega, en Telecinco, aunque no supera el 18%, es mejor que el 17% conocido hace tres meses, mientras que el boletín informativo de Pedro Altares presenta también mejores resultados que los de hace tres meses y supera al informativo de Onega.

En general, puede decirse que los datos del mes de junio han supuesto una pérdida generalizada en la audiencia de los principales canales de televisión privada, así como una nueva recuperación para TVE-1, cuya oferta televisiva parece contar con una aceptación superior a la de las cadenas privadas. De hecho, el liderazgo que TVE-1 conoce obedece en esta ocasión a la obtención de unos resultados mejores de audiencia, no estando 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	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95
TVE-1	45%	54%	51%	49%	50%	51%	51%	50%	50%	46%	45%	47%
La 2	15	19	18	15	17	18	16	21	16	15	16	18
Canal Plus	3	2	4	5	4	5	4	6	4	5	5	5
Antena 3	46	40	43	46	47	44	47	46	47	48	44	43
Telecinco	28	23	25	25	31	25	31	29	31	28	27	27
Vía Satélite	1	1	*	1	1	1	*	1	*	1	1	1
Canales Autonómicos	23	20	25	22	24	23	28	26	26	24	25	25
Ninguno/no vio	17	16	16	15	13	16	12	14	12	15	16	14
NS/NC	1	1	1	1	*	*	1	1	*	1	1	1
Total Audiencia												
T.V.	82%	83%	84%	84%	87%	84%	87%	86%	88%	84%	83%	85%



Cuadro 5.5.2.

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

JUNIO 1995	Total	Cataluña	País Vasco	Galicia	Andalucía	Madrid	Comunidad Valencia
TOTAL	(1221)	(192)	(65)	(85)	(215)	(156)	(123)
CANALES							
TVE 1	47%	35%	43%	54%	55%	45%	35%
La 2	18	12	9	19	24	20	10
Canales Autonómicos	25	49	38	27	38	23	26
Canal Plus	5	5	11	6	6	5	5
Antena 3	43	33	25	35	53	40	50
Telecinco	27	20	19	20	40	15	36
Via Satélite	1	-	2	-	3	1	2
Ninguno, no vió	14	15	15	12	9	17	14
NS/NC	1	-	-	-	1	-	1
Total Audiencia	85%	85%	82%	89%	90%	81%	85%



Cuadro 5.5.3.

Audiencia de Televisión en diferentes bloques horarios

	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95
Mañana (7 a 14 h.)	5%	6%	5%	5%	6%	8%	6%	7%	6%	6%	3%	6%
Sobremesa (14 a 18 h.)	50	51	50	49	49	48	55	52	52	50	46	50
Tarde (18 a 21 h.)	39	41	38	40	44	46	43	43	42	41	41	44
Noche (21 a 24 h.)	77	74	76	80	80	78	82	82	77	81	82	78
Madrugada (+ 24 h.)	9	8	6	6	7	7	7	7	5	6	8	8
NS/NC	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Total: Televidentes	(1.004)	(998)	(1.017)	(1.019)	(1.047)	(1.014)	(1.061)	(1.036)	(1.066)	(1.018)	(1.002)	(1.035)



Cuadro 5.5.4.

Audiencia de Canales de Televisión en diferentes bloques horarios.

JUNIO 1995	Total Audiencia	Mañana	Sobre- mesa	Tarde	Noche	Madru- gada
Total Audiencia	(1035)	(58)	(515)	(450)	(810)	(81)
CANALES						
TVE 1	56%	62%	62%	57%	57%	47%
La 2	21	26	24	26	23	23
Canales Autonómicos	30	33	36	33	30	30
Canal Plus	6	7	5	8	6	7
Antena 3	51	52	53	54	54	68
Telecinco	32	45	32	38	34	41
Via Satélite	2	3	1	2	2	4
Ninguno, no vió	*	-	*	-	*	-
NS/NC	*	-	-	*	*	-



Cuadro 5.5.5.

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

JUNIO 1995	Total Muestra	TVE 1	La 2	Canales Autonómicos	Canales Privados
TOTAL	(1221)	(578)	(222)	(310)	(695)
Edad:					
18 a 29 años	26%	21%	28%	27%	29%
30 a 49 años	34	30	38	31	35
50 a 64 años	22	26	16	26	19
65 y más años	18	24	18	16	17
Posición Social:					
Baja	41%	45%	32%	36%	43%
Media	45	42	49	47	44
Alta	13	13	19	17	13
Ideología:					
Izquierda	41%	43%	51%	46%	39%
Centro	11	11	11	14	12
Derecha	21	21	20	20	24
Status Socioeconómico:					
Alto, Medio alto	23%	19%	25%	24%	21%
Medio	49	49	49	45	50
Medio Bajo	26	29	24	28	26
Bajo	3	3	2	3	2
Clientes de:					
Bancos	29%	27%	30%	29%	28%
Cajas	67	68	68	71	67



Cuadro 5.5.6.

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

	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95
TVE 1	32%	33%	34%	33%	35%	33%	34%	30%	31%	28%	31%	29%
La 2	2	2	2	2	2	3	1	2	3	2	2	2
Canal Plus	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Antena 3	23	22	22	22	23	22	23	21	26	25	26	26
Telecinco	9	6	7	7	8	8	10	10	11	8	8	10
Vía Satélite	*	*	-	*	*	*	*	*	*	-	*	*
Canales Autono- micos	12	12	11	14	14	13	16	14	14	12	13	15
Ninguno	36	35	36	34	30	34	31	38	31	36	35	29
NS/NC	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Total Audiencia Informativos	62%	63%	63%	65%	70%	65%	68%	61%	68%	63%	63%	70%



Cuadro 5.5.7.

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

JUNIO 1995	Total	Cataluña	País Vasco	Galicia	Andalucía	Madrid	Comunidad Valencia
TOTAL	(1221)	(192)	(65)	(85)	(215)	(156)	(123)
CANALES							
TVE 1	29%	14%	29%	35%	29%	40%	25%
La 2	2	3	-	1	2	3	-
Canales Autonómicos	15	40	26	14	16	10	12
Canal Plus	1	2	5	1	*	1	-
Antena 3	26	20	8	26	28	29	28
Telecinco	10	10	2	5	11	3	15
Via Satélite	*	-	-	-	*	-	-
Ninguno, no vió	29	24	37	27	31	25	29
NS/NC	1	1	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	VI-95
TOTAL	(1.212)	(1.210)	(1.210)	(1.215)	(1.211)	(1.219)	(1.213)	(1.213)	(1.221)
- 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	-	-	18
- ANTENA 3 NOTICIAS con José Mª Carrascal.....	-	-	41	-	-	37	-	-	35
- TELEDIARIO 3ª EDICION, con Pedro Altares y Montserrat Balcegó.....	-	-	20	-	-	16	-	-	20
- LAS NOTICIAS de la Madrugada del Canal Autonómico.....	-	-	11	-	-	8	-	-	12



Cuadro 5.5.9.

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

JUNIO 1995	Total	MESA DE REDACCION			ANTENA 3 NOTICIAS			TELEDIARIO 3ª EDICION			NOTICIAS MADRUGADA CANAL AUTONOMICO		
		Si	No	Ns/Nc	Si	No	Ns/Nc	Si	No	Ns/Nc	Si	No	Ns/Nc
TOTAL	(1221)	(226)	(992)	(3)	(430)	(788)	(3)	(246)	(970)	(5)	(151)	(1044)	(26)
Edad:													
18 a 29 años	26%	27%	26%	-%	32%	23%	67%	27%	26%	40%	29%	26%	31%
30 a 49 años	34	38	33	100	39	32	33	36	33	60	32	34	42
50 a 64 años	22	21	22	-	19	23	-	21	22	-	25	21	20
65 y más años	18	14	19	-	10	23	-	16	19	-	14	19	8
Posición Social:													
Baja	41%	33%	43%	-%	30%	47%	34%	33%	43%	60%	32%	43%	15%
Media	45	46	45	100	52	42	66	48	45	40	50	44	77
Alta	13	21	12	-	18	11	-	19	12	-	18	13	8
Ideología:													
Izquierda	41%	43%	40%	66%	37%	42%	100%	46%	39%	60%	45%	40%	46%
Centro	11	10	12	34	10	12	-	11	11	20	12	11	8
Derecha	21	27	20	-	31	16	-	24	21	-	21	21	19
Status Socioeconómico:													
Alto, Medio alto	23%	28%	21%	-%	30%	19%	-%	27%	21%	-%	28%	22%	15%
Medio	49	46	49	100	48	50	66	49	49	60	46	49	50
Medio Bajo	26	25	26	-	21	29	-	22	27	20	23	26	27
Bajo	3	1	3	-	1	3	34	2	3	20	3	2	8
Clientes de:													
Bancos	29%	34%	28%	-%	34%	26%	-%	33%	28%	20%	33%	29%	19%
Cajas	67	63	68	100	65	69	66	66	68	80	67	67	77



Exposición a Información:

Alta	40%	55%	37%	34%	50%	34%	67%	48%	38%	41%	49%	38%	54%
Baja	41	36	42	33	38	42	-	40	41	40	38	42	15
Ninguna	19	9	22	33	12	24	33	13	21	20	13	20	30

Cuadro 5.5.10.

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

JUNIO 1995	Total	MESA DE REDACCION			ANTENA 3 NOTICIAS			TELEDIARIO 3ª EDICION			NOTICIAS MADRUGADA CANAL AUTONOMICO		
		Si	No	Ns/Nc	Si	No	Ns/Nc	Si	No	Ns/Nc	Si	No	Ns/Nc
TOTAL	(1221)	(226)	(992)	(3)	(430)	(788)	(3)	(246)	(970)	(5)	(151)	(1044)	(26)
AUDIENCIA DE TELEVISION													
TVE 1	47%	52%	46%	33%	44%	49%	67%	55%	45%	40%	38%	48%	58%
La 2	16	18	16	-	16	16	34	18	16	20	19	16	4
Canales Autonómicos	24	24	24	-	23	24	-	26	24	-	51	21	4
Canal Plus	4	4	4	-	5	3	-	2	5	-	1	5	-
Antena 3	41	53	38	100	60	31	33	44	40	80	38	41	58
Telecinco	24	42	19	33	27	22	67	22	24	20	21	24	42
Vía Satélite	1	1	1	-	*	1	-	1	1	-	2	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 junio son Federico Jiménez Losantos, José Luis Gutiérrez, Pedro J. Ramírez, José Luis Martín Prieto y Paco Morales.

Federico Jiménez Losantos es periodista en ABC y contertulio en los informativos de la COPE. José Luis Martín Prieto también es articulista de prensa y es firma invitada en "Mesa de Redacción", de Telecinco.

Paco Morales lleva más de un año conduciendo el programa de Telecinco Karaoke, y Pedro J. Ramírez y José Luis Gutiérrez dirigen, respectivamente, los diarios El Mundo y Diario 16.

En realidad, los cinco comunicadores de este mes presentan resultados muy similares, con unos porcentajes de conocimiento de tipo medio o bajo y con una calificación de nivel medio en los cinco casos, generando poca controversia.

Así, el conocimiento es de tipo medio en los periodistas Pedro J. Ramírez (45%), Jiménez Losantos (35%) y Paco Morales (31%), mientras que no alcanza el 30% en los casos de José Luis Martín Prieto (29%) y José Luis Gutiérrez (24%).

Sin embargo, José Luis Martín Prieto recibe la calificación más alta (6,6 puntos) probablemente por su enconado ataque a ETA, aunque también son bien calificados con puntuaciones muy similares Jiménez Losantos (6,2 puntos), Pedro J. Ramírez (6,0), Paco Morales (5,9) y José Luis Gutiérrez (5,8).

El índice de controversia es bajo en los cinco casos y sólomente Pedro J. Ramírez alcanza un 52%, debido a la escasa calificación que recibe entre los individuos con ideología de izquierda (4,8 puntos) por contraste con los de derecha (7,2 puntos).

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^a Mateo, Mercedes Milá, Iñaki Gabilondo, Luis Mariñas, Paco Lobatón, Constantino Romero, Jose M^a 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^a 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^a 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

	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95
Rosa M ^a 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 ^a Ansón	-	-	43	-	-	-	-	-	-	-	-	-
José M ^a 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	-
Isabel Gemio	91	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Antonio Herrero	-	-	56	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Ana Blanco	-	-	-	49	-	-	-	-	-	-	-	-
Carmen Sevilla	-	-	-	-	-	98	-	-	-	-	-	-
Iñaki Gabilondo	-	-	-	-	-	-	-	-	89	-	-	-
Olga Viza	-	-	-	-	-	-	-	-	66	-	-	-
Elena Sánchez	-	-	-	-	-	-	-	-	-	61	-	-
F. Jiménez Losantos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	35
Ramón Pellicer	-	-	-	55	-	-	-	-	-	-	-	-



María Rey	-	-	-	38	-	-	-	-	-	-	-	-
Carmen Tomás	-	-	-	-	-	-	-	-	-	53	-	-
José A. Gavira	-	-	-	-	-	-	-	-	-	38	-	-
Ramón Sánchez Ocaña	-	-	-	-	-	-	-	-	-	78	-	-
Luis Herrero	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	57	-
Encarna Sánchez	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	73	-
José Luis Gutiérrez	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	24
Pedro J. Ramírez	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	45
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 ^a Delgado	-	-	-	-	-	-	22	-	-	-	-	-
Anne Igartiburu	-	-	-	-	-	-	-	34	-	-	-	-
M ^a José Sáez	-	-	-	-	-	-	-	28	-	-	-	-
Mercedes Milá	-	-	-	-	-	-	-	89	-	-	-	-
Joaquín Estefanía	-	-	-	-	-	-	-	-	17	-	-	-
José Luis Martín Prieto	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	29
Paco Morales	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	31



Cuadro 5.6.2.

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

	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-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	-
Isabel Gemio	84	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Antonio Herrero	-	-	44	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Ana Blanco	-	-	-	39	-	-	-	-	-	-	-	-
Carmen Sevilla	-	-	-	-	-	92	-	-	-	-	-	-
Iñaki Gabilondo	-	-	-	-	-	-	-	-	79	-	-	-
Olga Viza	-	-	-	-	-	-	-	-	53	-	-	-
Elena Sánchez	-	-	-	-	-	-	-	-	-	50	-	-



F. Jiménez Losantos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	20
Ramón Pellicer	-	-	-	46	-	-	-	-	-	-	-	-
María Rey	-	-	-	28	-	-	-	-	-	-	-	-
Carmen Tomás	-	-	-	-	-	-	-	-	-	41	-	-
José Antonio Gavira	-	-	-	-	-	-	-	-	-	26	-	-
Ramón Sánchez Ocaña	-	-	-	-	-	-	-	-	-	66	-	-
Luis Herrero	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	44	-
Encarna Sánchez	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	55	-
José Luis Gutiérrez	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	12
Pedro J. Ramírez	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	32
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 ^a Delgado	-	-	-	-	-	-	15	-	-	-	-	-
Anne Igartiburu	-	-	-	-	-	-	-	29	-	-	-	-
M ^a José Sáez	-	-	-	-	-	-	-	21	-	-	-	-
Mercedes Milá	-	-	-	-	-	-	-	83	-	-	-	-
Joaquín Estefanía	-	-	-	-	-	-	-	-	8	-	-	-
José Luis Martín Prieto	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	16
Paco Morales	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	19



Cuadro 5.6.3.

**Imagen de Comunicadores Sociales
(Valoración media)**

	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-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	-
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	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	6,2
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	-
José Luis Gutiérrez	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	6,0
Pedro J. Ramírez	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	5,8
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 ^a Delgado	-	-	-	-	-	-	5,7	-	-	-	-	-
Anne Igartiburu	-	-	-	-	-	-	-	5,2	-	-	-	-
M ^a José Sáez	-	-	-	-	-	-	-	5,5	-	-	-	-
Mercedes Milá	-	-	-	-	-	-	-	6,5	-	-	-	-
Joaquín Estefanía	-	-	-	-	-	-	-	-	5,7	-	-	-
José Luis Martín Prieto	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	6,6
Paco Morales	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	5,9



Cuadro 5.6.4.

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

	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-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 Piñeras	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	-
Isabel Gemio	53	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Antonio Herrero	-	-	38	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Ana Blanco	-	-	-	34	-	-	-	-	-	-	-	-
Carmen Sevilla	-	-	-	-	-	74	-	-	-	-	-	-
Iñaki Gabilondo	-	-	-	-	-	-	-	-	27	-	-	-
Olga Viza	-	-	-	-	-	-	-	-	29	-	-	-
Elena Sánchez	-	-	-	-	-	-	-	-	-	36	-	-



F. Jiménez Losantos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	38
Ramón Pellicer	-	-	-	33	-	-	-	-	-	-	-	-
María Rey	-	-	-	35	-	-	-	-	-	-	-	-
Carmen Tomás	-	-	-	-	-	-	-	-	-	39	-	-
José Antonio Gavira	-	-	-	-	-	-	-	-	-	34	-	-
Ramón Sánchez Ocaña	-	-	-	-	-	-	-	-	-	35	-	-
Luis Herrero	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	40	-
Encarna Sánchez	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	69	-
José Luis Gutiérrez	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	33
Pedro J. Ramírez	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	52
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 ^a José Sáez	-	-	-	-	-	-	-	38	-	-	-	-
Mercedes Milá	-	-	-	-	-	-	-	39	-	-	-	-
Joaquín Estefanía	-	-	-	-	-	-	-	-	36	-	-	-
José Luis Martín Prieto	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	33
Paco Morales	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	41



Cuadro 5.6.5.

Conocimiento y Valoración de Comunicadores Sociales

JUNIO 94 - JUNIO 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 ^a 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 ^a García	
		Pedro Piqueras	José M ^a Carrascal	
		Mercedes Milá	Luis del Olmo	
		Medio (30-70%)	Manuel Campo Vidal	Pilar Cernuda
Olga Viza	María Escario		Alfonso Arús	
Ramón Sánchez Ocaña	C. García Ramos		Myriam Díaz Aroca	
Antonio Herrero	Luis María Ansón			
	Ana Blanco			
	Ramón Pellicer			
	María Rey			
	Julio César Iglesias			
	Fernando Jaúregui			
	Pepe Carroll			
	Fernando Onega			
	Elena Sánchez			
	Carmen Tomás			
	Luis Herrero			
	Pedro J. Ramírez			



Bajo
(-30%)

J. L. Martín Prieto Jaime Campmany Ernesto S. de Buruaga
José Antonio Gavira
F. Jiménez Losantos
José Luis Gutiérrez
Marta Robles
Fernando García Delgado
Anne Igartiburu
M^a José Sáez
Joaquín Estefanía
Manuel Martín Ferrand
Paco Morales



Cuadro 5.6.6.

Conocimiento e Imagen Controvertida de Comunicadores Sociales

JUNIO 94 - JUNIO 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 ^a García	Rosa M ^a 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 ^a Carrascal	Mercedes Milá
Medio (30-70%)	Encarna Sánchez	Luis M ^a Ansón	Cristina G ^a Ramos
	Myriam Díaz Aroca	Alfonso Arús	Pilar Cernuda
		Pepe Carroll	Manuel Campo Vidal
		Luis Herrero	María Escario
		Pedro J. Ramírez	Antonio Herrero
			Olga Viza
			Elena Sánchez
			Ana Blanco
			Ramón Pellicer
			Julio César Iglesias
			María Rey
			Ramón Sánchez Ocaña
			Fernando Jaúregui
		Fernando Onega	
		Carmen Tomás	



Bajo
(-30%)

Marta Robles
Jaime Campmany
Paco Morales

José Antonio Gavira
M. Martín Ferrand
F. Jiménez Losantos
José Luis Gutiérrez
Ernesto S. de Buruaga
Fernando G^a Delgado
Anne Igartiburu
M^a José Sáez
Joaquín Estefanía
José Luis Martín Prieto



Cuadro 5.6.7.

Valoración e Imagen Controvertida de Comunicadores Sociales

JUNIO 94 - JUNIO 95			
IMAGEN CONTROVERTIDA			
Alta (+65%)	Media (40-65%)	Baja (-40%)	
VALORACION	Emilio Aragón	Manuel Campo Vidal	
		Pedro Piqueras	
Alto (+6,5)		Rosa M ^a Mateo	
		Constantino Romero	
		Matías Prats	
		Luis del Olmo	
		Luis Mariñas	
		Iñaki Gabilondo	
		Olga Viza	
		Paco Lobatón	
		Ramón Sánchez Ocaña	
		Antonio Herrero	
		José Luis Martín Prieto	
	Medio (5,5-6,5)	Jesús Hermida	Cristina García Ramos
		Joaquín Prat	María Escario
Isabel Gemio		Pilar Cernuda	
Jesús Puente		Julio César Iglesias	
Nieves Herrero		Ana Blanco	
Luis María Ansón		Julia Otero	
José M ^a García		Ramón Pellicer	
Pepe Carroll		María Rey	
Marta Robles		Carmen Tomás	
José M ^a Carrascal		José Antonio Gavira	
Jaime Campmany		F. Jiménez Losantos	
Luis Herrero		José Luis Gutiérrez	
Pedro J. Ramírez		Fernando Jaúregui	
Paco Morales	Fernando Onega		



Fernando G^a Delgado
Mercedes Milá
Joaquín Estefanía
Elena Sánchez
M. Martín Ferrand

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



Cuadro 5.6.8.

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

JUNIO 1995	TOTAL MUESTRA	José Luis Martín Prieto	F. Jiménez Losantos	Paco Morales	José Luis Gutiérrez	Pedro J. Ramírez
TOTAL	(1221)	16	20	19	12	32
Edad:						
18 a 29 años	(318)	17	24	26	13	32
30 a 49 años	(415)	22	26	24	17	41
50 a 64 años	(263)	13	15	12	8	29
65 y más años	(224)	9	10	8	5	18
Posición Social:						
Baja	(504)	8	11	14	7	20
Media	(554)	19	23	22	13	36
Alta	(164)	34	36	23	25	56
Ideología:						
Izquierda	(495)	16	20	20	12	34
Centro	(140)	19	21	17	15	34
Derecha	(259)	23	26	21	16	39
Status Socioeconómico:						
Alto, Medio alto	(275)	24	28	24	19	47
Medio	(597)	16	19	19	11	30
Medio Bajo	(317)	12	14	15	9	24
Bajo	(31)	7	20	10	3	13
Clientes de:						
Bancos	(352)	20	23	17	13	34
Cajas	(823)	16	20	20	12	33
Exposición a Información:						
Alta	(487)	26	29	24	18	48
Baja	(496)	11	17	17	9	26
Ninguna	(238)	9	9	11	5	12



Cuadro 5.6.9.

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

JUNIO 1995	TOTAL MUESTRA	José Luis Martín Prieto	F. Jiménez Losantos	Paco Morales	José Luis Gutiérrez	Pedro J. Ramírez
TOTAL	(1221)	6,6	6,2	5,9	6,0	5,8
Edad:						
18 a 29 años	(318)	6,3	6,2	5,5	5,9	6,2
30 a 49 años	(415)	6,5	6,1	6,1	6,0	5,5
50 a 64 años	(263)	6,2	6,5	5,6	5,4	6,0
65 y más años	(224)	8,0	6,4	6,9	6,9	6,1
Posición Social:						
Baja	(504)	7,1	6,4	6,2	6,6	6,0
Media	(554)	6,4	6,2	5,7	5,6	5,9
Alta	(164)	6,5	6,1	5,8	6,1	5,6
Ideología:						
Izquierda	(495)	6,1	5,5	5,8	5,5	4,8
Centro	(140)	6,8	6,3	5,8	6,7	6,2
Derecha	(259)	6,8	7,0	5,9	6,2	7,2
Status Socioeconómico:						
Alto, Medio alto	(275)	6,2	6,2	5,8	5,9	5,5
Medio	(597)	6,8	6,2	6,0	6,3	6,2
Medio Bajo	(317)	6,6	6,3	5,8	5,6	5,6
Bajo	(31)	7,0	5,2	4,7	4,0	6,7
Clientes de:						
Bancos	(352)	6,9	6,4	5,8	6,3	6,2
Cajas	(823)	6,4	6,1	5,9	5,8	5,5
Exposición a Información:						
Alta	(487)	6,7	6,3	5,7	6,1	5,9
Baja	(496)	6,3	6,0	6,0	5,6	5,6
Ninguna	(238)	6,2	6,3	6,7	6,3	6,3



Cuadro 5.6.10.

Ranking de Notoriedad

JUNIO 94 - JUNIO 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 ^a Mateo	75
18. Luis Mariñas	75
19. José M ^a 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. Encarna Sánchez	55
30. Olga Viza	53
31. Elena Sánchez	50



32. María Escario	46
33. Antonio Herrero	44
34. Luis Herrero	44
35. Cristina García Ramos	43
36. Fernando Jaúregui	43
37. Carmen Tomás	41
38. Ramón Pellicer	40
39. Pilar Cernuda	38
40. Ana Blanco	36
41. Julio César Iglesias	36
42. Pedro J. Ramírez	32
43. Luis M ^a Ansón	31
44. Fernando Onega	30
45. Anne Igartiburu	29
46. Manuel M. Ferrand	29
47. Marta Robles	28
48. José Antonio Gavira	26
49. María Rey	25
50. María José Sáez	21
51. F. Jiménez Losantos	20
52. Paco Morales	19
53. José Luis Martín Prieto	16
54. Fernando García Delgado	15
55. José Luis Gutierrez	12
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**

JUNIO 94 - JUNIO 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. José Luis Martín Prieto	6,6
13. Ramón Sánchez Ocaña	6,5
14. Luis del Olmo	6,5
15. Mercedes Milá	6,5
16. José M ^a 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. María Escario	6,2
22. Ramón Pellicer	6,2
23. Julia Otero	6,2
24. F. Jiménez Losantos	6,2
25. Joaquín Prat	6,1
26. Pepe Carroll	6,1
27. Elena Sánchez	6,0
28. Fernando Jaúregui	6,0
29. María Rey	6,0
30. Fernando Onega	6,0



31. José Luis Gutiérrez	6,0
32. Jesús Hermida	5,9
33. José Antonio Gavira	5,9
34. Julio César Iglesias	5,9
35. Paco Morales	5,9
36. Carmen Tomás	5,8
37. Pilar Cernuda	5,8
38. Jaime Campmany	5,8
39. Isabel Gemio	5,8
40. Pedro J. Ramírez	5,8
41. Jesús Puente	5,7
42. Fernando García Delgado	5,7
43. Joaquín Estefanía	5,7
44. Luis M ^a Ansón	5,6
45. Marta Robles	5,6
46. José María García	5,5
47. M ^a 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

JUNIO 94 - JUNIO 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 ^a Mateo	31
8. José Luis Gutiérrez	33
9. Ramón Pellicer	33
10. Cristina García Ramos	33
11. José Luis Martín Prieto	33
12. José Antonio Gavira	34
13. Ana Blanco	34
14. Anne Igartiburu	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. Luis del Olmo	37
25. F. Jiménez Losantos	38
26. Julia Otero	38
27. Antonio Herrero	38
28. Pilar Cernuda	38
29. Julio César Iglesias	38
30. M ^a José Sáez	38
31. Carmen Tomás	39
32. Mercedes Milá	39



33. Fernando Onega	39
34. Ernesto Sáenz de Buruaga	39
35. Luis Herrero	40
36. Paco Lobatón	40
37. Emilio Aragón	40
38. Marta Robles	40
39. Jaime Campmany	40
40. Paco Morales	41
41. Joaquín Prat	44
42. José M ^a Carrascal	45
43. Pepe Carroll	45
44. Jesús Hermida	46
45. Luis M ^a Ansón	46
46. Jesús Puente	50
47. Alfonso Arús	52
48. José Luis Coll	52
49. Pedro J. Ramírez	52
50. Isabel Gemio	53
51. Nieves Herrero	54
52. José M ^a 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

Las cuestiones de actualidad de este mes se han centrado, como es habitual después de unas elecciones, en las propias elecciones y sus consecuencias, pero también, y a causa del recrudecimiento del conflicto en la ex-Yugoslavia, debido a la toma de rehenes por parte de los serbio-bosnios (entre ellos dos españoles), a la opinión sobre lo que España debería hacer en relación con ese conflicto. Y, como es habitual, se ha continuado con la serie de preguntas sobre la pertenencia de España a la Unión Europea.

6.1. ELECCIONES AUTONOMICAS Y MUNICIPALES

Un 82% de los entrevistados afirman haber votado en las pasadas elecciones, lo que constituye una evidente exageración, ya que votó el 70% en ambas elecciones; pero es también un hecho sobradamente conocido que la gente tiende a mentir sobre esta cuestión, debido a la presión social en favor de ejercer el derecho y deber democráticos de votar en las elecciones.

El recuerdo de participación electoral, especialmente cuando se pregunta a los pocos días de celebrarse unas elecciones, es siempre exagerado. Así, en las elecciones generales de 1993 votó el 77,3%, pero en el sondeo post- electoral realizado por ASEP en junio un 85% de los entrevistados dijeron haber votado. De manera similar, un 74% de los entrevistados en junio de 1994 dijeron haber votado en las elecciones europeas que se acababan de celebrar, cuando la participación real fué del 40,3%. Por ello, no resulta extraño comprobar que un 82% de los entrevistados en este sondeo afirmen haber votado en las recientes elecciones, cuando la participación real fué del 70%.

Todos los segmentos sociales afirman haber votado en proporción próxima al 80%, lo que hace suponer que todos sobreestiman su participación de manera más o menos similar, aunque, por esa misma razón, parece que la participación fué inferior entre los menores de 30 años y entre los parados, y mayor entre los votantes del PSOE y del PP.

Sólo un 7% de entrevistados dicen haber sido abordados por alguna persona perteneciente a algún partido político antes de las elecciones, y de éstos, más de un tercio afirman haber sido abordados por alguien del PP, y solo una cuarta parte por alguien del PSOE. Un 8% de los entrevistados trató de convencer a alguien de lo que debía votar, y un 13% fueron a algún mítin, conferencia, etc. de algún partido político.

Los datos post-electorales de 1993 y 1994 muestran proporciones de entrevistados que dicen haber sido abordados por alguien perteneciente a algún partido político para hablar de las elecciones que son muy similares (6% y 5% respectivamente) a los que dicen haber sido abordados en estas elecciones (7%), proporción que es muy similar en todos los segmentos sociales, aunque algo más alta entre los menores de 30 años y los de alta posición social y alto status socioeconómico.

En estas elecciones, la persona que abordó al entrevistado pertenecía, mayoritariamente al PP, y en menor medida al PSOE, situación inversa a la que se encontró en 1993, mientras que en las elecciones europeas de 1994 las personas abordadas lo fueron en proporciones similares por simpatizantes del PP, PSOE e IU.

A la inversa, la proporción de entrevistados que intentaron convencer a otras personas para que apoyasen a algún partido o candidato (8%) fué idéntica a la de las elecciones generales de 1993 (8%), pero casi doble que en las europeas de 1994 (4%). Esta proporción no es muy diferente en los distintos segmentos sociales, pero es algo mayor entre los menores de 30 años, los de

posición social y status socioeconómico más altos, los trabajadores en el sector privado, y los votantes del PSOE, IU y nacionalistas de izquierda.

La "movilización" electoral parece haber sido sin embargo mayor en estas elecciones que en las generales de 1993 y en las europeas de 1994 (13%, 9% y 5% respectivamente afirman haber asistido a algún mitin, conferencia, etc.), lo que sugiere que estas elecciones han despertado un mayor interés en el electorado, que se ha visto más implicado activamente en ellas.

Esta "movilización" parece haber sido mayor, además, entre los entrevistados de "derechas" y entre los votantes del PP y de IU (así como entre los votantes de nacionalistas de izquierda y otros partidos).

Algo menos de la mitad de los entrevistados dicen que antes de las elecciones pensaban que éstas serían reñidas, pero una proporción casi idéntica dice que creían que habría una diferencia importante. En este mismo sentido de existencia de opiniones muy contrapuestas entre sí, cabe también señalar que un 43% de los entrevistados dice haber estado preocupado antes de las elecciones por quién las ganaría, pero una proporción algo mayor afirma no haber estado preocupado por esa cuestión.

Por comparación con las dos elecciones anteriores, puede comprobarse que la gran mayoría de entrevistados (80%) pensó en 1993 que las generales serían reñidas, mientras que esa mayoría fue más pequeña en las europeas de 1994, repartiéndose más o menos por igual los entrevistados entre quienes pensaron que estas elecciones de 1995 serían reñidas (44%) y los que pensaban que habría diferencias importantes entre unos partidos y otros (45%). Este dato parece sugerir que, tal y como los sondeos pre-electorales señalaban, la opinión pública pronosticaba una clara victoria de un partido, en este caso el PP. Eso explica que sean precisamente los de derechas y los votantes del PP los que en mayor proporción afirman haber creído que los resultados electorales mostrarían una gran diferencia de un partido a otro, y que los de izquierda y los votantes del PSOE, IU y nacionalistas de derechas fuesen los que en mayor proporción creían que los resultados serían reñidos.

Por otra parte, los entrevistados preocupados por el resultado de estas elecciones representan una proporción algo inferior que la de los no-preocupados (43% vs. 54%), más o menos como en las europeas (36% vs. 60%), mientras que parece haber existido mayor preocupación en las generales de 1993 (52% vs. 46%), posiblemente por haber sido percibidas como más reñidas. Como puede comprobarse, además, aunque la proporción de no-preocupados es igual o mayor que la de los preocupados en casi todos los segmentos sociales, los preocupados son significativamente mayoritarios entre los votantes de los tres principales partidos, PP, PSOE e IU.

Un 70% de los entrevistados dicen que "siempre votan", pero sólo un 6% parecen haber tomado su decisión de votar o no votar después de convocadas las elecciones. Aunque un 47% de los entrevistados afirma votar siempre a un mismo partido, nada menos que un 24% tomaron su decisión antes de convocarse las elecciones, y solo alrededor de un 13% dicen haber tomado su decisión respecto a si votar o no votar, y en caso afirmativo, por qué partido, después de haber sido convocadas las elecciones.

Los resultados son similares a los de las elecciones de 1993 y 1994, en cuanto que más de dos terceras partes de los entrevistados afirman votar siempre, sin que puedan apreciarse diferencias significativas entre segmentos sociales, excepto la menor propensión a votar por parte de los menores de 30 años. Y lo mismo puede afirmarse de la decisión de a qué partido votar, ya que algo menos de la mitad de los entrevistados afirman votar siempre al mismo partido, sin que tampoco en este caso se aprecien diferencias significativas entre unos segmentos sociales y otros, excepto que la "fidelidad" del voto parece variar directamente con la edad.

A pesar del interés que estas elecciones parecen haber despertado en el electorado, solo algo más de un tercio de los españoles de 18 y más años afirman haber seguido con mucho o bastante interés en la televisión las noticias sobre la campaña electoral, pero un 20% dice no haberlas seguido con ningún interés o no las han seguido en absoluto. El seguimiento a través de los periódicos ha sido aún menor, siendo las respectivas proporciones del 19% y del 24%. En cuanto a medios concretos, un 28% dicen haber seguido esta información a través de TVE-1 (17% a través de Antena-3 TV), pero ninguna emisora de radio ni ningún periódico o revista son citados, en relación con esta cuestión, por más de un 1% de los entrevistados.

Por comparación con los resultados de los sondeos post- electorales de 1993 y 1994 se comprueba que el seguimiento a través de la TV ha sido similar al de las elecciones de 1993, y bastante superior al de las europeas, mientras que el seguimiento a través de los periódicos ha sido inferior y similar en las tres elecciones. Al analizar los datos por segmentos sociales, por otra parte, destacan los de derecha y los votantes del PP por el mayor interés con que siguieron las noticias sobre la campaña electoral a través de la televisión, pero no se observan diferencias significativas de unas elecciones a otras respecto al principal medio utilizado, ya que TVE-1 fué mayoritariamente el más seguido.

Nueve de cada diez entrevistados afirman no haber modificado su intención de votar o no, o de votar por un partido o por otro, como consecuencia de las encuestas pre-electorales que se han publicado.

Este resultado es semejante al de las dos elecciones precedentes, y no parece haber diferencias significativas entre segmentos sociales.

Por otra parte, un 59% parece estar de acuerdo con la afirmación de que la gente como el entrevistado no tiene ninguna influencia en lo que hace el Gobierno, un 58% dice no creer en que a los que gobiernan les importe mucho lo que piensa la gente como ellos, y un 53% afirma que la política y las tareas de Gobierno le parecen a veces tan complicadas que personas como ellos no pueden realmente comprender lo que sucede.

Los resultados son, en los tres casos, similares a los ya encontrados en los estudios post-electorales de 1993 y 1994, y aunque no parece haber diferencias significativas entre segmentos sociales, sí se observa un mayor grado de acuerdo con cada una de las tres frases entre los insatisfechos con el Gobierno y con el funcionamiento de la democracia.



Cuadro 6.1.1.

Comportamiento Electoral en las Elecciones.

	Generales de 1993 ----- (VI-93)	Europeas de 1994 ----- (VI-94)	Autonómicas y Municipales de 1995 ----- (VI-1995)
Total	(1.219)	(1.221)	(1.221)
Si	85%	74%	82%
No	14	25	16
NS/NC	1	1	2



Cuadro 6.1.2.

% de Entrevistados que votaron o no, en las pasadas Elecciones Autonómicas y Municipales del 28 de mayo, por Características Socioeconómicas.

JUNIO 1995	Total	Si votó	No votó	NS/NC
Total	(1221)	82%	16	2
Edad:				
18 a 29 años	(318)	72%	26	2
30 a 49 años	(415)	86%	13	1
50 a 64 años	(263)	89%	9	2
65 y más años	(224)	84%	15	1
Posición Social:				
Baja	(504)	84%	14	2
Media	(554)	81%	18	1
Alta	(164)	83%	17	1
Sector Económico:				
No activos	(671)	83%	15	2
En paro	(145)	79%	19	1
Sec.Publico	(48)	83%	17	-
Sec.Priv.c/ajena	(247)	82%	17	1
Sec.Priv.c/propia	(108)	83%	16	1
Clientes de:				
Bancos	(352)	80%	19	1
Cajas	(823)	86%	13	1
Intención de Voto Directa:				
PP	(319)	90%	10	*
CDS	(3)	34%	66	-
PSOE	(265)	90%	9	1
IU	(140)	85%	15	-
Nacion. derecha	(101)	88%	12	-
Nacion. izquierda	(30)	77%	23	-
Otros	(25)	80%	16	4
No votará	(81)	30%	69	1
No sabe	(154)	79%	19	2
No contesta	(103)	80%	10	10



Cuadro 6.1.3

Entrevistados a los que se ha dirigido alguna persona perteneciente a algún partido político para hablar de las elecciones

	Generales ----- (VI-93)	Europeas ----- (VI-94)	Autonómicas y Municipales ----- (VI-95)
----- Total	(1.219)	(1.221)	(1.221)
Si	6%	5%	7%
No	93	94	92
NS/NC	*	1	1



Cuadro 6.1.4.

Entrevistados a los que se ha dirigido alguna persona perteneciente a algún partido político para hablar de las elecciones. por Características Socioeconómicas.

JUNIO 1995	Total	Sí	No	NS/NC
Total	(1221)	7%	92	1
Edad:				
18 a 29 años	(318)	10%	89	1
30 a 49 años	(415)	6%	93	1
50 a 64 años	(263)	7%	92	1
65 y más años	(224)	3%	97	*
Posición Social:				
Baja	(504)	5%	94	1
Media	(554)	7%	92	1
Alta	(164)	11%	89	1
Status Socioeconómico Familiar:				
Alto, Medio alto	(275)	11%	88	1
Medio	(597)	6%	94	1
Medio Bajo	(317)	6%	93	1
Bajo	(31)	3%	97	-
Sector Económico:				
No activos	(671)	4%	95	1
En paro	(145)	10%	89	1
Sec.Publico	(48)	15%	85	-
Sec.Priv.c/ajena	(247)	8%	91	1
Sec.Priv.c/propia	(108)	12%	87	1
Clientes de:				
Bancos	(352)	9%	90	1
Cajas	(823)	6%	93	*
Intención de Voto Directa:				
PP	(319)	9%	90	*
CDS	(3)	34%	66	-
PSOE	(265)	4%	95	*
IU	(140)	8%	92	-



Nacion. derecha	(101)	6%	94	-
Nacion. izquierda	(30)	10%	90	-
Otros	(25)	4%	92	4
No votará	(81)	7%	91	1
No sabe	(154)	7%	92	1
No contesta	(103)	5%	92	3



Cuadro 6.1.5.

Partido Político al que pertenece la persona que se dirigió al Entrevistado.

	Generales ----- (VI-93)	Europeas ----- (VI-94)	Autonómicas y Municipales ----- (VI-95)
Base: Se dirigió alguna persona	(74)	(57)	(84)
PP	30%	30%	39%
CDS	1	-	1
PSOE	46	29	25
IU	5	23	7
CIU	3	-	2
PNV	3	9	-
Otros	10	9	15
NS/NC	3	1	9

Cuadro 6.1.6.

Entrevistados que intentaron convencer a alguien para que apoyase a algún Partido o Candidato

	Generales ----- (VI-93)	Europeas ----- (VI-94)	Autonómicas y Municipales ----- (VI-95)
Total	(1.219)	(1.221)	(1.221)
Si	8%	4%	8%
No	92	95	90
NS/NC	*	1	2



Cuadro 6.1.7.

Entrevistados que intentaron convencer a alguien para que apoyase a algún Partido o Candidatura, por Características Socioeconómicas.

JUNIO 1995	Total	Sí	No	NS/NC
----- Total	(1221)	8%	90	2
Edad:				
18 a 29 años	(318)	10%	89	1
30 a 49 años	(415)	8%	90	2
50 a 64 años	(263)	8%	91	2
65 y más años	(224)	6%	93	1
Posición Social:				
Baja	(504)	7%	93	*
Media	(554)	9%	89	2
Alta	(164)	10%	86	4
Status Socioeconómico Familiar:				
Alto, Medio alto	(275)	10%	88	2
Medio	(597)	7%	91	2
Medio Bajo	(317)	8%	90	2
Bajo	(31)	3%	97	-
Sector Económico:				
No activos	(671)	7%	91	1
En paro	(145)	7%	92	1
Sec.Publico	(48)	8%	92	-
Sec.Priv.c/ajena	(247)	10%	88	3
Sec.Priv.c/propia	(108)	11%	88	1
Clientes de:				
Bancos	(352)	10%	89	1
Cajas	(823)	9%	90	2
Intención de Voto Directa:				
PP	(319)	9%	90	1
CDS	(3)	-%	100	-
PSOE	(265)	11%	89	1
IU	(140)	14%	84	2
Nacion. derecha	(101)	4%	96	-



Nacion. izquierda	(30)	16%	80	3
Otros	(25)	8%	92	-
No votará	(81)	5%	91	4
No sabe	(154)	3%	95	2
No contesta	(103)	4%	93	3

Cuadro 6.1.8.

**Entrevistados que asistieron a algún mitin, conferencia,
fiesta o algo parecido de algún Partido Político**

	Generales ----- (VI-93)	Europeas ----- (VI-94)	Autonómicas y Municipales ----- (VI-95)
----- Total	(1.219)	(1.221)	(1.221)
Si	9%	5%	13%
No	91	93	84
NS/NC	*	1	3



Cuadro 6.1.9.

Entrevistados que asistieron a algún mitin, conferencia, fiesta o algo parecido de algún partido político, por Características Socioeconómicas.

JUNIO 1995	Total	Sí	No	NS/NC
Total	(1221)	13%	84	3
Edad:				
18 a 29 años	(318)	14%	83	3
30 a 49 años	(415)	16%	81	3
50 a 64 años	(263)	13%	85	2
65 y más años	(224)	8%	89	3
Ideología:				
Izquierda	(495)	16%	81	3
Centro	(140)	4%	91	4
Derecha	(259)	18%	79	3
Status Socioeconómico Familiar:				
Alto, Medio alto	(275)	16%	82	3
Medio	(597)	13%	84	3
Medio Bajo	(317)	12%	85	3
Bajo	(31)	13%	87	-
Sector Económico:				
No activos	(671)	12%	85	4
En paro	(145)	15%	85	-
Sec.Publico	(48)	15%	81	4
Sec.Priv.c/ajena	(247)	17%	81	2
Sec.Priv.c/propia	(108)	12%	84	4
Clientes de:				
Bancos	(352)	15%	82	3
Cajas	(823)	13%	84	3
Intención de Voto Directa:				
PP	(319)	18%	80	2
CDS	(3)	-%	100	-
PSOE	(265)	15%	83	3
IU	(140)	18%	80	2
Nacion. derecha	(101)	8%	88	4



Nacion. izquierda	(30)	20%	73	7
Otros	(25)	24%	76	-
No votará	(81)	4%	94	2
No sabe	(154)	5%	94	1
No contesta	(103)	12%	81	8

Cuadro 6.1.10.

Apreciación de los Entrevistados respecto a como iban a ser los resultados de las Elecciones.

	Generales ----- (VI-93)	Europeas ----- (VI-94)	Autonómicas y Municipales ----- (VI-95)
----- Total	(1.219)	(1.221)	(1.221)
Reñidos	80%	53%	44%
Diferencia importante	15	35	45
NS/NC	5	12	11



Cuadro 6.1.11.

Apreciación de los Entrevistados respecto a como iban a ser los resultados de las Elecciones, por Características Socioeconómicas.

JUNIO 1995	Total	Reñidos	Diferencia importante	NS/NC
Total	(1221)	44%	45	11
Edad:				
18 a 29 años	(318)	44%	49	7
30 a 49 años	(415)	44%	48	8
50 a 64 años	(263)	45%	41	14
65 y más años	(224)	44%	36	20
Posición Social:				
Baja	(504)	45%	39	16
Media	(554)	42%	49	9
Alta	(164)	49%	48	3
Ideología:				
Izquierda	(495)	55%	39	6
Centro	(140)	53%	36	11
Derecha	(259)	28%	64	8
Status Socioeconómico Familiar:				
Alto, Medio alto	(275)	46%	49	5
Medio	(597)	43%	47	10
Medio Bajo	(317)	45%	38	17
Bajo	(31)	35%	26	38
Clientes de:				
Bancos	(352)	43%	49	8
Cajas	(823)	46%	44	10
Intención de Voto Directa:				
PP	(319)	29%	64	6
CDS	(3)	-%	100	-
PSOE	(265)	60%	28	12
IU	(140)	51%	44	4
Nacion. derecha	(101)	51%	40	9
Nacion. izquierda	(30)	47%	47	7



Otros	(25)	48%	48	4
No votará	(81)	38%	44	17
No sabe	(154)	40%	41	19
No contesta	(103)	43%	36	21

Cuadro 6.1.12.

Preocupación por los resultados de las Elecciones.

	Generales ----- (VI-93)	Europeas ----- (VI-94)	Autonómicas y Municipales ----- (VI-95)
Total	(1.219)	(1.221)	(1.221)
Le preocupa mucho	52%	36%	43%
No le importaba mucho	46	60	54
NS/NC	2	5	3



Cuadro 6.1.13.

**Preocupación por los resultados de las Elecciones,
por Características Socioeconómicas.**

JUNIO 1995	Total	Le preocupaba mucho	No le importaba mucho	NS/NC
Total	(1221)	43%	54	3
Edad:				
18 a 29 años	(318)	46%	54	1
30 a 49 años	(415)	45%	53	3
50 a 64 años	(263)	39%	56	4
65 y más años	(224)	39%	53	8
Posición Social:				
Baja	(504)	39%	56	5
Media	(554)	44%	53	3
Alta	(164)	50%	49	1
Ideología:				
Izquierda	(495)	51%	48	1
Centro	(140)	35%	59	6
Derecha	(259)	54%	43	3
Status Socioeconómico Familiar:				
Alto, Medio alto	(275)	47%	52	1
Medio	(597)	44%	53	3
Medio Bajo	(317)	39%	55	6
Bajo	(31)	19%	81	-
Clientes de:				
Bancos	(352)	47%	51	2
Cajas	(823)	44%	53	3
Intención de Voto Directa:				
PP	(319)	55%	42	3
CDS	(3)	-%	100	-
PSOE	(265)	50%	45	5
IU	(140)	54%	46	1
Nacion. derecha	(101)	37%	63	-
Nacion. izquierda	(30)	50%	50	-



Otros	(25)	28%	72	-
No votará	(81)	20%	79	1
No sabe	(154)	25%	69	5
No contesta	(103)	23%	67	10

Cuadro 6.1.14.

Momento en el que decidió ir a votar.

	Generales	Europeas	Autonómicas y Municipales
	(VI-93)	(VI-94)	(VI-95)
-----	-----	-----	-----
Total	(1.219)	(1.221)	(1.221)
Siempre voto	67%	64%	70%
Antes de convocarse las Elecciones	10	4	9
Después de convocarse las Elecciones	5	3	2
Tras el debate de Antena 3	*	-	-
Tras el debate de Tele 5	1	-	-
El día antes (día de reflexión)	1	1	1
El mismo día de la votación	3	4	3
No voto/nuca voto	12	23	14
NS/NC	2	2	1



Cuadro 6.1.15.

**Momento en el que decidió ir a votar,
por Características Socioeconómicas.**

JUNIO 1995	Total	Siempre voto	Antes de convocarse las elecciones	Después de convocarse las elecciones	El día antes (día de reflexión)	El mismo día de la votación	No voto/ No voto nunca	NS/NC
Total	(1221)	70%	9	2	1	3	14	1
Edad:								
18 a 29 años	(318)	56%	12	3	2	3	23	1
30 a 49 años	(415)	72%	9	3	1	3	12	1
50 a 64 años	(263)	78%	7	1	2	3	7	2
65 y más años	(224)	78%	5	1	-	2	12	1
Posición Social:								
Baja	(504)	73%	9	2	1	3	12	1
Media	(554)	67%	10	3	2	3	15	1
Alta	(164)	72%	6	2	1	3	17	1
Ideología:								
Izquierda	(495)	71%	8	3	1	3	13	1
Centro	(140)	67%	9	5	1	4	14	-
Derecha	(259)	82%	8	1	2	2	6	-
Status Socioeconómico Familiar:								
Alto, Medio alto	(275)	67%	10	3	2	2	15	1
Medio	(597)	70%	9	2	1	3	14	1
Medio Bajo	(317)	72%	7	1	1	3	14	2
Bajo	(31)	68%	3	10	-	10	6	3
Clientes de:								
Bancos	(352)	69%	9	1	1	2	16	1
Cajas	(823)	73%	8	2	1	3	12	1
Intención de Voto Directa:								
PP	(319)	80%	9	2	1	2	7	-
CDS	(3)	34%	-	-	-	-	66	-
PSOE	(265)	84%	5	1	-	2	8	*
IU	(140)	66%	9	4	1	6	11	2
Nacion. derecha	(101)	72%	13	1	2	3	9	-



Nacion. izquierda	(30)	56%	7	3	3	7	23	-
Otros	(25)	56%	16	8	-	4	12	4
No votará	(81)	12%	9	5	1	1	69	2
No sabe	(154)	61%	10	3	2	5	16	2
No contesta	(103)	73%	9	2	1	2	8	6

Cuadro 6.1.16.

Momento en el que decidió a qué Partido iba a votar.

	Generales ----- (VI-93)	Europeas ----- (VI-94)	Autonómicas y Municipales ----- (VI-95)
Total	(1.219)	(1.221)	(1.221)
Siempre voto al mismo partido	49%	46%	47%
Antes de convocarse las Elecciones	18	15	24
Después de convocarse las Elecciones	8	7	6
Después del debate de Antena 3	1	-	-
Después del debate de Tele 5	3	-	-
El día antes (día de reflexión)	2	2	3
El mismo día de la votación	5	4	4
No voto	12	23	13
NS/NC	3	3	3



Cuadro 6.1.17.

**Momento en el que decidió a qué Partido iba a votar,
por Características Socioeconómicas.**

JUNIO 1995	Total	Siempre voto al mismo partido	Antes de convocarse las elecciones	Después de convocarse las elecciones	El día antes (día de reflexión)	El mismo día de la votación	No voto/ No voto nunca	NS/ NC
Total	(1221)	47%	24	6	3	4	13	3
Edad:								
18 a 29 años	(318)	36%	25	5	5	5	22	2
30 a 49 años	(415)	44%	26	8	3	5	11	3
50 a 64 años	(263)	55%	23	6	3	4	7	2
65 y más años	(224)	61%	18	3	*	3	12	4
Posición Social:								
Baja	(504)	51%	22	3	3	6	12	3
Media	(554)	44%	24	8	3	4	14	2
Alta	(164)	46%	26	6	2	3	14	3
Ideología:								
Izquierda	(495)	51%	21	6	3	5	13	1
Centro	(140)	39%	29	6	2	6	15	1
Derecha	(259)	60%	25	5	2	1	5	1
Status Socioeconómico Familiar:								
Alto, Medio alto	(275)	41%	28	8	4	4	15	1
Medio	(597)	45%	26	6	3	5	13	3
Medio Bajo	(317)	55%	19	4	1	4	13	3
Bajo	(31)	65%	3	13	-	6	6	6
Clientes de:								
Bancos	(352)	48%	21	5	3	5	15	3
Cajas	(823)	48%	26	6	3	4	11	1
Intención de Voto Directa:								
PP	(319)	52%	31	5	3	3	6	1
CDS	(3)	-%	-	34	-	-	66	-
PSOE	(265)	72%	9	4	2	5	7	-
IU	(140)	45%	26	8	6	4	11	1



Nacion. derecha	(101)	46%	36	5	1	3	9	-
Nacion. izquierda	(30)	50%	17	3	-	7	23	-
Otros	(25)	24%	32	8	8	8	12	8
No votará	(81)	14%	7	5	-	4	67	4
No sabe	(154)	23%	35	8	5	8	16	6
No contesta	(103)	42%	20	10	3	5	8	13

Cuadro 6.1.18.

Grado de Interés con que los Entrevistados han seguido las Noticias sobre la Campaña Electoral, en los distintos Medios de Comunicación.

	En TV			En Periódicos		
	Generales (VI-93)	Europeas (VI-94)	Autonómicas y Municipales (VI-95)	Generales (VI-93)	Europeas (VI-94)	Autonómicas y Municipales (VI-95)
Total	(1.219)	(1.221)	(1.221)	(1.219)	(1.221)	(1.221)
Mucho	12%	5%	10%	5%	4%	4%
Bastante	29	19	28	15	12	15
Algo	26	22	25	18	14	18
Poco	19	23	16	20	19	16
Nada	7	17	12	23	25	24
No ha visto	7	13	8	18	24	22
NS/NC	*	1	*	1	2	2
INDICE	89	61	85	59	57	62



Cuadro 6.1.19.

Indice del Grado de Interés con el que ha seguido las Noticias sobre la campaña electoral en la Televisión y en los Periódicos, por Características Socioeconómicas.

JUNIO 1995	Total	Televisión	Periódicos
Total	(1221)	85	62
Edad:			
18 a 29 años	(318)	81	51
30 a 49 años	(415)	85	65
50 a 64 años	(263)	85	66
65 y más años	(224)	89	65
Posición Social:			
Baja	(504)	77	54
Media	(554)	88	61
Alta	(164)	95	88
Ideología:			
Izquierda	(495)	78	57
Centro	(140)	84	61
Derecha	(259)	112	81
Status Socioeconómico Familiar:			
Alto, Medio alto	(275)	84	70
Medio	(597)	84	59
Medio Bajo	(317)	86	58
Bajo	(31)	74	61
Clientes de:			
Bancos	(352)	91	71
Cajas	(823)	84	62
Intención de Voto Directa:			
PP	(319)	105	75
CDS	(3)	65	33
PSOE	(265)	89	63
IU	(140)	81	59
Nacion. derecha	(101)	93	55
Nacion. izquierda	(30)	53	57



Otros	(25)	73	49
No votará	(81)	65	52
No sabe	(154)	56	52
No contesta	(103)	76	57



Cuadro 6.1.20.

Medio de Información en el que se ha seguido principalmente la Campaña Electoral

	Generales (VI-93)	Europeas (VI-94)	Autonómicas y Municipales (VI-95)
Total	(1.219)	(1.221)	(1.221)
TELEVISION	(74,9%)	(58,0%)	(70,1%)
TV en general	19%	8%	7%
TVE1	22	21	28
TVE2	*	-	1
Antena 3	16	17	17
Telecinco	12	5	4
Canal Plus	*	-	6
Canal Autonómico	5	-	-
TV-3	-	3	2
Canal Sur	-	-	2
Canal 9	-	2	2
Tele-Madrid	-	-	1
TVG	-	1	1
ETB	-	-	1
Otros canales	-	-	1
RADIO	(3,4)	(4,0%)	(3,6%)
Radio en general	1	1	*
Radio Nacional	1	-	-
SER	*	1	1
COPE	*	2	1
Antena 3 radio	*	*	-
Onda Cero	1	1	1
Cataluña radio	*	-	-
Otras emisoras	-	-	1



PERIODICOS	(8,5)	(8,6%)	(10,4)
Periódicos en general	1	2	*
El País	2	2	2
ABC	*	1	*
El Mundo	1	1	1
Diario 16	*	*	*
La Vanguardia	*	1	1
El Periódico	1	1	1
Faro de Vigo	*	-	*
Las Provincias	*	*	*
Avui	*	1	-
Voz de Galicia	*	*	1
Heraldo de Aragón	*	-	*
Norte de Castilla	*	*	-
La Opinión	*	-	-
Diario Vasco	*	*	*
Levante	*	*	*
Nueva España	*	*	*
La Verdad	*	*	*
El Día	*	*	*
Otros periódicos	1	-	1
REVISTAS	(0,2)	(0,3%)	(0,4)
Revistas en general	*	-	-
Tiempo	-	*	-
Panorama	-	-	*
Tribuna	-	-	*
Cambio 16	-	*	-
Epoca	*	-	-
Otras revistas	-	-	-
Ninguno	10	-	*
Otros	-	23	-
NS/NC	4	8	15



Cuadro 6.1.21.

**Influencias de las Encuestas Pre-electorales que se han
Publicado en la Modificación de su Intención de Voto**

	Generales (VI-93)	Europeas (VI-94)	Autonómicas y Municipales (VI-95)
Total	(1.219)	(1.221)	(1.221)
- No he modificado mi intención de votar o no, ni el votar a un partido u otro.....	87%	89%	91%
- Sí, me ha influido para no ir a votar.....	1	1	1
- Sí, me ha hecho ir a votar y he votado al partido.....	2	2	2
- Sí, me ha hecho ir a votar, pero a un partido diferente al que ha sido siempre de mi preferencia.....	2	1	2
- NS/NC	9	8	4



Cuadro 6.1.22.

Influencia de las Encuestas Pre-electorales que se han publicado en la Intención de Voto, por Características Socioeconómicas.

JUNIO 1995	Total	(1)	(2)	(3)	(4)	NS/NC
Total	(1221)	91%	1	2	2	4
Edad:						
18 a 29 años	(318)	90%	1	3	1	5
30 a 49 años	(415)	90%	1	2	3	4
50 a 64 años	(263)	93%	*	2	2	3
65 y más años	(224)	92%	-	2	1	5
Posición Social:						
Baja	(504)	90%	1	3	2	5
Media	(554)	91%	1	3	1	4
Alta	(164)	94%	1	-	2	3
Ideología:						
Izquierda	(495)	93%	*	3	2	2
Centro	(140)	92%	1	1	2	4
Derecha	(259)	92%	1	3	1	4
Status Socioeconómico Familiar:						
Alto, Medio alto	(275)	95%	*	1	2	2
Medio	(597)	90%	1	3	1	4
Medio Bajo	(317)	90%	-	2	2	6
Bajo	(31)	87%	-	-	3	10
Clientes de:						
Bancos	(352)	90%	1	2	3	4
Cajas	(823)	94%	*	2	1	3
Intención de Voto Directa:						
PP	(319)	92%	1	3	2	3
CDS	(3)	100%	-	-	-	-
PSOE	(265)	93%	*	4	1	1
IU	(140)	90%	-	4	4	3
Nacion. derecha	(101)	95%	-	1	1	3
Nacion. izquierda	(30)	100%	-	-	-	-
Otros	(25)	92%	4	4	-	-



No votará	(81)	90%	2	-	-	7
No sabe	(154)	87%	1	1	2	10
No contesta	(103)	85%	1	-	1	13

- (1) No he modificado mi intención de votar o no, ni el votar a un partido u otro.
- (2) Sí, me ha influido para no ir a votar.
- (3) Sí, me ha hecho ir a votar y he votado al partido.
- (4) Sí, me ha hecho ir a votar, pero a un partido diferente al que ha sido siempre de mi preferencia.

Cuadro 6.1.23.

Grado de Acuerdo con las Sigüientes Frases

JUNIO 1995	Muy de Acuerdo	De Acuerdo	Indiferente	Desacuerdo	Muy en Desacuerdo	NS/NC	INDICE	JUNIO 1993	JUNIO 1994
- La gente como yo no tiene ninguna influencia en lo que hace el Gobierno.....	13%	46	10	22	2	6	135	127	140
- No creo que a los que gobiernen les importe mucho lo que piensa la gente como yo.....	13%	45	10	23	3	6	132	126	143
- La política y las tareas de gobierno parecen a veces tan complicadas que personas como yo no pueden realmente comprender lo que sucede.....	11%	42	11	24	7	6	122	127	125



Cuadro 6.1.24.

**Indice del Grado de Acuerdo con las siguientes frases,
por Características Socioeconómicas.**

JUNIO 1995	Total	(1)	(2)	(3)
-----	-----	-----	-----	-----
Total	(1221)	135	132	122
Edad:				
18 a 29 años	(318)	130	132	113
30 a 49 años	(415)	138	135	117
50 a 64 años	(263)	139	132	130
65 y más años	(224)	131	129	138
Posición Social:				
Baja	(504)	128	130	136
Media	(554)	141	138	123
Alta	(164)	135	124	80
Ideología:				
Izquierda	(495)	128	120	116
Centro	(140)	152	141	131
Derecha	(259)	133	139	113
Status Socioeconómico Familiar:				
Alto, Medio alto	(275)	132	124	97
Medio	(597)	136	138	127
Medio Bajo	(317)	134	130	133
Bajo	(31)	155	122	161
Clientes de:				
Bancos	(352)	136	134	110
Cajas	(823)	132	130	123
Satisfacción con el Gobierno:				
Satisfechos	(307)	120	106	120
Indiferentes	(192)	136	138	131
Insatisfechos	(699)	141	143	121
Satisfacción con la Democracia:				
Satisfechos	(537)	126	119	118
Indiferentes	(226)	136	140	138
Insatisfechos	(428)	144	145	120



- (1) ·La gente como yo no tiene ninguna influencia en lo que hace el Gobierno.
- (2) ·No creo que a los que gobiernen les importe mucho lo que piensa la gente como yo.
- (3) ·La política y las tareas de gobierno parecen a veces tan complicadas que personas como yo no pueden realmente comprender lo que sucede.

6.2. PRONOSTICOS Y RESULTADOS ELECTORALES

La comparación entre los pronósticos elaborados por ASEP (incluidos en el Informe de Mayo) y los resultados reales muestran unas diferencias pequeñas, que en cualquier caso se refieren a las cifras, y no a las tendencias y resultados, como puede comprobarse a continuación:

	Elecciones Autonómicas		Elecciones Municipales	
	Estimación ASEP sobre 100 electores	Resultados Reales 1995	Estimación ASEP sobre 100 electores	Resultados Reales 1995
PP	26,2%	32,6%	23,5%	24,4%
CDS	0,5	-	0,2	0,2
PSOE	19,7	23,1	18,6	21,3
IU	8,4	8,2	9,1	8,1
Otros	10,3	5,8	12,3	15,7
Abstención	34,9	30,3	36,3	30,3
Total	100,0	100,0	100,0	100,0

- 1) En lo que respecta a las elecciones autonómicas, nuestros pronósticos y comentarios en el Informe de mayo fueron los siguientes:

"No parece probable que la participación sea muy superior a la de anteriores elecciones...." (pág. 210) "aplicando el modelo habitual 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.... 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..." (págs. 214, 215).

Los resultados han demostrado que la abstención ha sido idéntica a la de 1991, y sólo 4,6 puntos porcentuales inferior a la estimación de ASEP (basada lógicamente en datos recogidos durante la semana anterior a las dos semanas de campaña oficial).

Por otra parte, y como se había anticipado, la mayor participación no alteró significativamente la distribución de votos, pues aunque la diferencia real entre PP y PSOE ha sido incluso mayor (9,9 puntos porcentuales) que la esperada (6,5 puntos porcentuales), al comparar las ratios PP/PSOE se comprueba la diferencia ha sido muy pequeña (1,33 en la estimación y 1,41 en el resultado real). Pero lo más importante es que la desviación se ha producido precisamente en el sentido de incrementar la diferencia, y no de reducirla.

Tanto el PSOE como sobre todo el PP han obtenido una proporción de electores superior a la prevista, procedentes de la mayor participación ya señalada y de un voto bastante inferior a los "otros" partidos que el previsto (muy inferior también al de 1991), consecuencia a su vez de una campaña que por su dureza ha conducido a la bipolarización entre PP y PSOE.

- 2) En cuanto a las elecciones municipales, la comparación entre pronósticos y resultados muestra unas desviaciones incluso menores:

Así, si bien en lo que respecta a la abstención, ha sido 6 puntos porcentuales inferior a la prevista, las diferencias han sido muy pequeñas en lo que respecta a los partidos, de manera que el PP ha obtenido nueve décimas porcentuales más de lo previsto, y el PSOE 2,7 puntos más de lo previsto.

- 3) Comparando las elecciones autonómicas y municipales, ASEP señalaba que "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 a las municipales" (pág. 213).

Los resultados confirman esta afirmación, ya que la diferencia entre PP y PSOE fue realmente de 9,5 puntos porcentuales en las autonómicas, y de sólo 3,1 puntos porcentuales en las municipales.

6.3. EL CONFLICTO DE BOSNIA

Alrededor de dos tercios de los entrevistados se muestran en desacuerdo con la decisión de bombardear a los serbios de Bosnia por parte de las tropas aliadas de la OTAN en las que participaron aviones españoles.

Todos los segmentos sociales se muestran claramente en desacuerdo con la decisión de bombardear a los serbios de Bosnia, desacuerdo que está directamente relacionado con la edad y con la insatisfacción con el Gobierno y con el funcionamiento de la democracia, e inversamente relacionado con la posición social y el status socioeconómico.

Además, el 50% de los entrevistados piensan que esta decisión debería haber sido sometida a votación en el Parlamento español para su aprobación, un 17% creen que se debería haber informado al Parlamento, sin someter la cuestión a votación, y solo un 13% opinan que el Gobierno ha actuado correctamente al no informar al Parlamento de esta decisión ni someter esta cuestión a votación.

Alrededor de la mitad de los entrevistados en todos los segmentos sociales coinciden en que esta decisión debería haber sido sometida a votación en el Parlamento español para su aprobación.

Por otra parte, más de tres cuartas partes de los entrevistados opinan que la actuación de los "cascos azules" en Bosnia debería limitarse a actuaciones de ayuda a la población civil, y solo un 11% opinan que deberían también participar en operaciones de castigo, como los recientes bombardeos.

Esta opinión es también claramente mayoritaria en todos los segmentos sociales, sin que puedan apreciarse diferencias realmente significativas.

Y más concretamente, en lo que respecta a España, casi la mitad de los entrevistados opinan que España debería retirar sus tropas por completo de aquel conflicto, más de un tercio creen que debería mantener el número de tropas que tiene actualmente, y solo un 5% opinan que España debería aumentar el número de sus "cascos azules".

La opinión de que España debería retirar sus tropas de Bosnia predomina ligeramente sobre la de mantener su número, en casi todos los segmentos sociales, y de manera muy notable entre los que no están nada satisfechos con la pertenencia de España a la UE. Por el contrario, entre los menores de 30 años, los de posición social alta, los votantes de partidos nacionalistas de izquierdas y los muy satisfechos de la pertenencia de España a la UE, predomina moderadamente la opinión de que España debe mantener las tropas que actualmente tiene en la ex-Yugoslavia.



Cuadro 6.3.1.

Grado de Acuerdo con la decisión de bombardear a los serbios de Bosnia, por Características Socioeconómicas.

JUNIO 1995	Total	Muy de acuerdo	Algo de acuerdo	Ni acuerdo ni desacuerdo	Algo en desacuerdo	Muy en desacuerdo	NS/NC	INDICE
TOTAL	(1221)	4%	14	10	22	40	9	57
Edad:								
18 a 29 años	(318)	9%	18	11	19	38	5	70
30 a 49 años	(415)	3%	15	10	26	39	7	54
50 a 64 años	(263)	2%	14	7	19	44	13	54
65 y más años	(224)	2%	8	10	23	41	16	47
Posición Social:								
Baja	(504)	1%	10	11	23	41	13	47
Media	(554)	7%	14	9	22	41	8	58
Alta	(164)	7%	28	9	18	33	4	83
Ideología:								
Izquierda	(495)	3%	16	11	22	43	6	55
Centro	(140)	6%	13	8	26	34	12	58
Derecha	(259)	8%	16	8	24	35	8	66
Status Socioeconómico Familiar:								
Alto, Medio alto	(275)	7%	20	9	22	36	6	68
Medio	(597)	4%	16	9	22	42	7	55
Medio Bajo	(317)	4%	9	10	21	40	17	52
Bajo	(31)	6%	3	10	26	39	16	45
Clientes de:								
Bancos	(352)	6%	12	9	24	42	7	53
Cajas	(823)	4%	15	9	23	40	9	56
Intención de Voto Directa:								
PP	(319)	7%	15	9	24	37	7	61
CDS	(3)	34%	-	-	-	33	34	101
PSOE	(265)	3%	17	10	19	38	12	63
IU	(140)	4%	14	12	23	43	5	52
Nacion. derecha	(101)	6%	22	3	27	35	8	66
Nacion. izquierda	(30)	-%	17	13	17	50	3	50



Otros	(25)	4%	12	12	36	32	4	48
No votará	(81)	6%	10	7	19	52	6	46
No sabe	(154)	2%	10	9	23	44	12	45
No contesta	(103)	2%	7	15	15	41	20	52
Satisfacción con la Pertenencia a la UE:								
Muy satisfecho	(165)	12%	19	5	15	43	6	73
Algo satisfecho	(631)	3%	18	11	25	34	8	61
Nada satisfecho	(299)	4%	10	9	22	50	5	42
Satisfacción con el Gobierno:								
Satisfechos	(307)	5%	15	11	22	37	10	61
Indiferentes	(192)	3%	11	11	22	38	15	53
Insatisfechos	(699)	5%	16	9	22	42	7	56
Satisfacción con la Democracia:								
Satisfechos	(537)	4%	18	11	23	36	9	62
Indiferentes	(226)	4%	12	11	23	36	14	58
Insatisfechos	(428)	6%	12	7	21	48	6	49



Cuadro 6.3.2.

Qué debería haber hecho el Gobierno ante la decisión de participar en los bombardeos, por Características Socioeconómicas.

JUNIO 1995	Total	(1)	(2)	(3)	NS/NC
Total	(1221)	50%	17	13	20
Edad:					
18 a 29 años	(318)	57%	15	16	12
30 a 49 años	(415)	49%	20	14	17
50 a 64 años	(263)	48%	15	11	27
65 y más años	(224)	42%	16	9	32
Posición Social:					
Baja	(504)	46%	17	9	28
Media	(554)	55%	16	12	17
Alta	(164)	43%	22	28	6
Ideología:					
Izquierda	(495)	51%	19	14	15
Centro	(140)	49%	19	10	22
Derecha	(259)	51%	19	16	14
Clientes de:					
Bancos	(352)	51%	16	14	19
Cajas	(823)	52%	17	13	19
Intención de Voto Directa:					
PP	(319)	53%	18	15	14
CDS	(3)	66%	-	34	-
PSOE	(265)	36%	18	18	28
IU	(140)	64%	18	9	8
Nacion. derecha	(101)	50%	22	13	16
Nacion. izquierda	(30)	60%	20	10	10
Otros	(25)	56%	24	16	4
No votará	(81)	53%	16	11	20
No sabe	(154)	48%	11	7	34
No contesta	(103)	51%	14	6	29
Satisfacción con la Pertenencia a la UE:					
Muy satisfecho	(165)	50%	11	21	17



Algo satisfecho	(631)	48%	21	14	17
Nada satisfecho	(299)	60%	14	12	13
Satisfacción con el Gobierno:					
Satisfechos	(307)	40%	19	16	26
Indiferentes	(192)	45%	13	11	30
Insatisfechos	(699)	56%	18	12	14
Satisfacción con la Democracia:					
Satisfechos	(537)	46%	18	16	20
Indiferentes	(226)	45%	18	8	29
Insatisfechos	(428)	57%	16	12	15

- (1) Debería haber sometido la decisión a votación para su aprobación en el Parlamento.
- (2) Debería haber informado al Parlamento sin someterlo a votación.
- (3) Ha actuado correctamente al no informar al Parlamento ni someterlo a su aprobación.



Cuadro 6.3.3.

**Qué deberían hacer las tropas españolas en la antigua Yugoslavia,
por Características Socioeconómicas.**

JUNIO 1995	Total	(1)	(2)	NS/NC
Total	(1221)	79%	11	10
Edad:				
18 a 29 años	(318)	80%	13	7
30 a 49 años	(415)	82%	11	6
50 a 64 años	(263)	77%	11	12
65 y más años	(224)	76%	6	18
Posición Social:				
Baja	(504)	83%	6	11
Media	(554)	78%	12	10
Alta	(164)	71%	22	7
Ideología:				
Izquierda	(495)	84%	10	7
Centro	(140)	74%	13	13
Derecha	(259)	77%	14	9
Clientes de:				
Bancos	(352)	79%	12	9
Cajas	(823)	80%	11	9
Intención de Voto Directa:				
PP	(319)	80%	12	8
CDS	(3)	66%	34	-
PSOE	(265)	79%	9	11
IU	(140)	88%	10	1
Nacion. derecha	(101)	75%	17	8
Nacion. izquierda	(30)	80%	10	10
Otros	(25)	84%	4	12
No votará	(81)	68%	16	16
No sabe	(154)	84%	7	10
No contesta	(103)	72%	9	19
Satisfacción con el Gobierno:				
Satisfechos	(307)	79%	13	8



Indiferentes	(192)	74%	9	17
Insatisfechos	(699)	82%	11	7
Satisfacción con la Democracia:				
Satisfechos	(537)	79%	12	9
Indiferentes	(226)	80%	9	11
Insatisfechos	(428)	81%	11	9

- (1) Deberían limitarse a actuaciones de ayuda a la población civil.
- (2) Deberían también participar en operaciones de castigo, como los recientes bombardeos.



Cuadro 6.3.4.

Qué debe hacer España con sus tropas en la ex-Yugoslavia,
por Características Socioeconómicas.

JUNIO 1995	Total	Debería incrementar su número	Debería mantener el mismo número	Debería retirar sus tropas al completo	NS/NC
Total	(1221)	5%	35	47	13
Edad:					
18 a 29 años	(318)	8%	43	39	10
30 a 49 años	(415)	4%	38	48	10
50 a 64 años	(263)	4%	29	53	14
65 y más años	(224)	3%	29	47	21
Posición Social:					
Baja	(504)	4%	32	48	16
Media	(554)	5%	36	47	12
Alta	(164)	5%	46	42	7
Ideología:					
Izquierda	(495)	4%	41	44	10
Centro	(140)	5%	34	52	10
Derecha	(259)	5%	37	49	9
Clientes de:					
Bancos	(352)	6%	37	47	10
Cajas	(823)	4%	36	46	13
Intención de Voto Directa:					
PP	(319)	5%	36	49	10
CDS	(3)	-%	67	33	-
PSOE	(265)	5%	38	40	17
IU	(140)	5%	39	49	7
Nacion. derecha	(101)	-%	48	46	6
Nacion. izquierda	(30)	7%	30	57	7
Otros	(25)	8%	44	44	4
No votará	(81)	10%	32	46	12
No sabe	(154)	5%	28	51	17
No contesta	(103)	1%	23	48	28



Satisfacción con la Pertenencia a la UE:					
Muy satisfecho	(165)	11%	47	32	10
Algo satisfecho	(631)	4%	41	44	11
Nada satisfecho	(299)	4%	25	64	7
Satisfacción con el Gobierno:					
Satisfechos	(307)	4%	42	44	10
Indiferentes	(192)	4%	27	46	22
Insatisfechos	(699)	5%	36	49	10
Satisfacción con la Democracia:					
Satisfechos	(537)	4%	40	44	12
Indiferentes	(226)	5%	31	47	17
Insatisfechos	(428)	5%	33	51	11

6.4. ESPAÑA Y LA UNIÓN EUROPEA

La actitud global de los españoles hacia la Unión Europea todavía sigue siendo favorable, y este mes recupera su nivel habitual, después del significativo descenso del mes pasado, causado probablemente por los conflictos pesqueros.

Este mes, los no satisfechos con la pertenencia de España a la UE representan una cuarta parte 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 "otros" partidos, y entre los insatisfechos con el funcionamiento de la democracia. Por el contrario, los más satisfechos con la pertenencia de España a la UE son los votantes del PSOE y los satisfechos con el Gobierno.

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 los insatisfechos con la pertenencia de España a la UE, y en menor medida los votantes a partidos nacionalistas de izquierda y a otros partidos, 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

	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95
Total	(1.221)	(1.208)	(1212)	(1.212)	(1.210)	(1.210)	(1.215)	(1.211)	(1.219)	(1.213)	(1.213)	(1.221)
Muy Satisfecho	13%	13%	14%	11%	13%	13%	14%	16%	15%	12%	12%	14%
Algo Satisfecho	60	60	57	58	57	57	57	57	53	56	48	52
Nada Satisfecho	17	17	20	21	22	20	21	20	23	24	32	24
NS/NC	10	10	9	11	7	10	8	7	9	9	9	10
INDICE	96	96	94	89	91	92	93	96	92	88	80	89



Cuadro 6.4.2.

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

JUNIO 1995	Total	Muy Satisfecho	Algo Satisfecho	Nada Satisfecho	Ns/Nc	INDICE
Total	(1221)	14%	52	25	10	89
Edad:						
18 a 29 años	(318)	15%	54	27	4	88
30 a 49 años	(415)	12%	53	27	8	85
50 a 64 años	(263)	13%	49	25	12	88
65 y más años	(224)	14%	49	16	21	98
Posición Social:						
Baja	(504)	13%	50	21	15	92
Media	(554)	14%	52	26	8	87
Alta	(164)	15%	53	28	4	86
Ideología:						
Izquierda	(495)	16%	52	27	5	89
Centro	(140)	9%	58	26	7	82
Derecha	(259)	12%	53	25	9	87
Status Socioeconómico Familiar:						
Alto, Medio alto	(275)	13%	56	26	5	87
Medio	(597)	14%	53	24	9	90
Medio Bajo	(317)	13%	47	23	18	90
Bajo	(31)	10%	42	35	13	74
Sector Económico:						
No activos	(671)	13%	52	21	14	91
En paro	(145)	17%	52	23	8	93
Sec.Publico	(48)	13%	50	27	10	86
Sec.Priv.c/ajena	(247)	12%	49	32	7	80
Sec.Priv.c/propia	(108)	18%	54	27	1	90
Clientes de:						
Bancos	(352)	12%	52	25	11	88
Cajas	(823)	14%	53	24	8	90



Intención de Voto Directa:						
PP	(319)	10%	53	27	11	83
CDS	(3)	-%	34	66	-	34
PSOE	(265)	22%	58	11	8	111
IU	(140)	11%	47	37	4	74
Nacion. derecha	(101)	17%	63	15	5	102
Nacion. izquierda	(30)	13%	40	37	10	77
Otros	(25)	12%	32	48	8	64
No votará	(81)	11%	39	36	14	75
No sabe	(154)	11%	45	25	18	86
No contesta	(103)	8%	53	23	16	84
Satisfacción con la Pertenencia a la UE:						
Muy satisfecho	(165)	100%	-	-	-	200
Algo satisfecho	(631)	-%	100	-	-	100
Nada satisfecho	(299)	-%	-	100	-	-
Satisfacción con el Gobierno:						
Satisfechos	(307)	20%	60	14	6	106
Indiferentes	(192)	11%	53	15	20	96
Insatisfechos	(699)	11%	49	32	8	80
Satisfacción con la Democracia:						
Satisfechos	(537)	16%	63	14	7	102
Indiferentes	(226)	10%	56	22	12	88
Insatisfechos	(428)	13%	36	40	11	74



Cuadro 6.4.3.

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

	España											
	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95
Total	(1.221)	(1.208)	(1212)	(1.212)	(1.210)	(1.210)	(1.215)	(1.211)	(1.219)	(1.213)	(1.213)	(1.221)
Muy beneficioso	12%	9%	10%	9%	8%	9%	8%	9%	8%	8%	6%	9%
Algo beneficioso	57	58	54	52	54	54	56	56	55	52	45	51
Algo perjudicial	16	18	20	22	20	19	18	21	19	21	25	20
Muy perjudicial	5	5	6	5	8	6	8	5	8	9	12	8
NS/NC	10	10	11	12	10	12	9	9	10	11	12	12
INDICE	148	145	139	133	134	137	139	138	136	130	114	132

	Comunidad Autónoma											
	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95
Total	(1.221)	(1.208)	(1212)	(1.222)	(1.210)	(1.210)	(1.215)	(1.211)	(1.219)	(1.213)	(1.213)	(1.221)
Muy beneficioso	11%	9%	10%	8%	7%	8%	9%	9%	8%	7%	6%	9%
Algo beneficioso	54	54	49	48	51	50	51	51	50	49	43	46
Algo perjudicial	16	20	20	21	23	20	19	22	20	20	23	21



Muy perjudicial	7	7	10	9	10	10	10	7	11	11	16	12
NS/NC	11	11	12	13	10	12	10	11	11	13	12	12
INDICE	142	136	129	125	125	128	131	131	127	125	110	122



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.

JUNIO 1995	Total	ESPAÑA	CCAA
Total	(1221)	132	122
Edad:			
18 a 29 años	(318)	134	123
30 a 49 años	(415)	129	119
50 a 64 años	(263)	129	118
65 y más años	(224)	141	131
Posición Social:			
Baja	(504)	130	122
Media	(554)	135	122
Alta	(164)	130	122
Ideología:			
Izquierda	(495)	135	124
Centro	(140)	126	115
Derecha	(259)	131	119
Status Socioeconómico Familiar:			
Alto, Medio alto	(275)	139	129
Medio	(597)	131	121
Medio Bajo	(317)	130	120
Bajo	(31)	113	103
Sector Económico:			
No activos	(671)	135	125
En paro	(145)	130	121
Sec.Publico	(48)	129	105
Sec.Priv.c/ajena	(247)	125	117
Sec.Priv.c/propia	(108)	134	123
Clientes de:			
Bancos	(352)	130	117
Cajas	(823)	136	127



Intención de Voto Directa:			
PP	(319)	121	110
CDS	(3)	100	66
PSOE	(265)	165	154
IU	(140)	115	109
Nacion. derecha	(101)	153	141
Nacion. izquierda	(30)	90	77
Otros	(25)	92	88
No votará	(81)	110	107
No sabe	(154)	127	115
No contesta	(103)	135	122
Satisfacción con la Pertenencia a la UE:			
Muy satisfecho	(165)	192	182
Algo satisfecho	(631)	172	157
Nada satisfecho	(299)	27	25
Satisfacción con el Gobierno:			
Satisfechos	(307)	158	147
Indiferentes	(192)	145	132
Insatisfechos	(699)	118	110
Satisfacción con la Democracia:			
Satisfechos	(537)	152	141
Indiferentes	(226)	139	132
Insatisfechos	(428)	105	94