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

JULIO - 1.995

FICHA TECNICA

- **Diseño y Realización:** De la investigación, del cuestionario y de la muestra: A.S.E.P.

- **Diseño Muestral:** 1.209 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 **3 a 8 de Julio 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 **20 de Julio 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 48
3.3. SATISFACCION CON LA VIDA 53
3.4. CLIENTELA DE INSTITUCIONES FINANCIERAS 57

4. Actitudes y Comportamientos Políticos 62
4.1. DIMENSIONES IDEOLOGICAS BASICAS 62
4.2. IMAGEN DE INSTITUCIONES Y GRUPOS SOCIALES 77
4.3. IMAGEN DE PERSONAJES PUBLICOS 103
4.4. INTENCIONES DE VOTO 124

5. Utilización de Medios de Comunicación 140
5.1. ANTECEDENTES 140
5.2. PRENSA DIARIA 143
5.3. REVISTAS 147
5.4. RADIO 151
5.5. TELEVISION 161
5.6. LOS COMUNICADORES 173

6. La Actualidad 197
6.1. LAS ESCUCHAS ILEGALES DEL CESID 197
6.2. LA SUPUESTA CONSPIRACION CONTRA EL GOBIERNO 212
6.3. LOS DEBATES PARLAMENTARIOS SOBRE EL CASO CESID 217
6.4. COMPARACION RESPECTO A LA GRAVEDAD DE DIFERENTES ESCANDALOS POLITICOS 224
6.5. ESPAÑA Y LA UNION EUROPEA 228

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 periodos más largos de tiempo, y cuya justificación es precisamente ésa, 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 séptimo 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 el ISC como consecuencia probable de las perspectivas vacacionales, aunque al mismo tiempo el IESE desciende ligeramente, lo que demuestra el persistente pesimismo con que sigue percibiéndose la realidad económica del país. Además, 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 su parte, los dos indicadores sobre ahorro (IPA e IA) también ascienden respecto al mes pasado y se sitúan así en unos niveles idénticos a los hace un año y muy parecidos a los de todos estos meses, 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 se mantiene en el mismo nivel que el pasado mes de junio, y 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 notablemente respecto al mes pasado, y su valor apunta un muy 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, muestran, por el contrario, un tendencia al pesimismo más acentuada, si cabe, en este mes de julio. Así, el ISD se confirma en un cierto pesimismo al descender nada más y nada menos que 13 puntos su valor respecto al alcanzado el pasado mes (por lo que que queda nuevamente por debajo del nivel de equilibrio recuperado hace tres meses). Por otra parte, el grado de satisfacción con el Gobierno (ISG) desciende aún más (15 puntos) por comparación con el valor alcanzado en el último sondeo. De este modo, no sólo se halla por debajo del valor alcanzado hace un año, sino que vuelve a descender hasta el nivel más bajo registrado este año, precisamente en marzo.

  De nuevo este mes descienden los indicadores políticos, algo recuperados al pasado mes de junio a raíz de las elecciones locales y autonómicas, y vuelven a reflejar el clima de pesimismo en relación a la esfera política, pesimismo que no logra desvincular del todo el funcionamiento del Gobierno del funcionamiento de la democracia, dado el acusado descenso de ambos indicadores, muy similar en intensidad aunque no en cuanto a su significado, ya que la satisfacción con el Gobierno es bastante menor que la satisfacción con la democracia.

  Hay que recordar, en este sentido, que a los escándalos de corrupción y la confusión política protagonizada por miembros del Gobierno o altos cargos de instancias gubernamentales, concretada en las dimisiones ya conocidas, hay que sumar otros indicios de corrupción en el partido mayoritario de la oposición, todavía por aclarar. Como consecuencia de todo ello, se observa un notable descenso en el índice de alienación política (IAP), que no ha dejado de empeorar desde el pasado mes de junio.

  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) desciende también en 14 puntos porcentuales y se sitúa en el nivel más bajo alcanzado por dicho indicador en el último año, junto con el nivel logrado en febrero de este mismo año. Asimismo, se halla por debajo del nivel de julio del '94.

- 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:

  -·Fuerte aumento del voto al PP.
  -·Aumento del voto a IU y de la abstención.
  -·Cierto aumento del voto a los partidos nacionalistas de derecha y en el voto a otros partidos.
  -·Ligero descenso en el voto al CDS y a partidos nacionalistas de izquierda.
  -·Fuerte disminución del voto al PSOE.

Cuadro 1.1.1.

Sistema de Indicadores Sociales ASEP

	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95
ECONOMICOS Y DE CONSUMO												
1 -ISC	86	85	86	82	82	78	79	70	75	80	81	83
2 -IESE	80	82	80	74	76	64	63	48	58	68	70	68
3 -IPA	117	113	114	111	114	117	116	114	109	113	112	117
4 -IA	28	24	26	24	26	27	27	26	23	26	26	28
SOCIALES												
5 -ISCV	163	161	161	165	167	164	167	163	164	162	160	160
	(3,6)	(3,6)	(3,6)	(3,7)	(3,7)	(3,7)	(3,7)	(3,7)	(3,7)	(3,7)	(3,6)	(3,7)
6 -IO	93	90	88	89	86	88	88	82	83	84	86	92
7 -IPR	2,3	2,4	2,3	2,4	2,3	2,3	2,3	2,4	2,3	2,4	2,3	2,4
8 -IPM	36	32	28	32	30	32	30	31	31	32	33	35
POLITICOS												
9 -ISD	119	109	114	104	116	111	105	98	101	105	109	96
	(3,1)	(3,0)	(3,1)	(3,0)	(3,1)	(3,0)	(3,0)	(2,9)	(2,9)	(3,0)	(3,0)	(2,9)
10 -ISG	64	63	69	60	71	63	62	53	55	71	68	53
	(2,4)	(2,4)	(2,5)	(2,4)	(2,5)	(2,4)	(2,4)	(2,2)	(2,2)	(2,5)	(2,4)	(2,3)
11 -IAP	30	35	34	35	33	36	32	31	33	34	28	24
12 -IPI	3,5	3,5	3,5	3,5	3,5	3,4	3,5	3,5	3,4	3,5	3,5	3,6
13 -ISN	3,2	3,3	3,3	3,3	3,2	3,3	3,3	3,2	3,3	3,2	3,2	3,3
EXPOSICION A INFORMACION												
14 -IEI	72	74	75	77	71	75	66	72	69	72	80	66
	(2,8)	(2,8)	(2,8)	(2,8)	(2,8)	(2,8)	(2,9)	(2,8)	(2,9)	(2,8)	(2,7)	(2,9)
INTENCION DIRECTA DE VOTO												
- PP	22,8	22,7	21,2	22,1	20,2	20,2	22,0	23,8	22,8	23,7	26,1	29,5
- CDS	1,0	1,2	0,8	0,8	0,5	1,0	1,5	1,2	1,0	0,8	0,2	1,2
- PSOE	21,0	21,3	20,6	21,0	27,0	20,8	21,1	20,9	22,3	23,7	21,7	23,0
- IU	14,2	12,3	12,1	13,2	10,8	13,2	15,6	14,4	12,2	10,6	11,5	12,3
- Otros	12,0	9,7	12,4	11,1	10,1	10,2	10,5	10,7	14,0	9,4	10,8	12,2
- No Votará	10,3	12,0	11,3	12,8	11,5	12,4	8,8	9,4	10,7	8,4	6,6	6,4
- NS/NC	18,7	20,8	21,6	19,0	19,9	22,2	20,5	19,6	20,0	23,4	19,9	15,4

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

1.2. ANALISIS ESPECIFICO DEL SISTEMA DE INDICADORES SOCIALES ASEP

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

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

Finalmente, en el Cuadro 1.2.1. se presentan las relaciones de estos mismos indicadores entre sí. En las columnas se ha resumido cada indicador en una medida resumen (media aritmética, % en una categoría descriptiva, o índice de diferencia entre dos categorías contrapuestas, según los casos), y en las filas se han incluído 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 simplificadamente, 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 insatisfechos con el funcionamiento de la Democracia sobre los satisfechos,
- los insatisfechos con el Gobierno, sobre los satisfechos,
- los autoposicionados 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:	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95
Total	(1.208)	(1.212)	(1.212)	(1.210)	(1.210)	(1.215)	(1.211)	(1.219)	(1.213)	(1.213)	(1.221)	(1.209)
Evaluación Situación Económica												
Optimistas	22%	24%	20%	18%	20%	17%	16%	12%	12%	16%	16%	17%
Pesimistas	42	42	41	44	44	53	54	64	55	48	46	49
Propensión al Ahorro												
Ahorran	28%	24%	26%	24%	26%	27%	27%	26%	23%	26%	26%	28%
Se Endeudan	11	12	12	13	12	11	12	12	14	13	14	11
Satisfacción con Calidad de Vida												
Satisfechos	76%	76%	76%	78%	79%	78%	80%	77%	77%	76%	75%	74%
Insatisfechos	13	15	15	12	12	14	12	14	13	14	15	14
Optimismo Personal												
Optimistas	18%	18%	16%	17%	15%	18%	18%	15%	14%	15%	16%	18%
Pesimistas	24	28	28	28	30	31	30	33	31	30	30	26
Práctica Religiosa												
Alta	20%	20%	19%	21%	20%	21%	21%	20%	19%	21%	20%	22%
Baja	58	53	54	54	58	56	57	55	59	53	58	51
Postmaterialismo												
Materialistas	64%	68%	72%	68%	70%	68%	70%	69%	69%	68%	67%	65%
Post-materialistas	36	32	28	32	30	32	30	31	31	32	33	35
Satisfacción con Democracia												
Satisfechos	51%	45%	48%	42%	49%	47%	45%	41%	41%	43%	44%	38%
Insatisfechos	32	37	34	38	34	37	40	43	40	38	35	42
Satisfacción con Gobierno												
Satisfechos	25%	23%	27%	23%	28%	25%	24%	20%	20%	27%	25%	19%
Insatisfechos	60	61	58	63	57	61	62	68	66	55	57	65
Posicionamiento Ideológico												
Izquierda	39%	38%	37%	38%	39%	27%	39%	41%	37%	40%	40%	41%
Centro	14	16	15	15	17	14	17	15	17	16	12	18
Derecha	18	16	16	19	17	19	19	19	17	18	21	23

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

Cuadro 1.2.1.

Sistema de Indicadores Sociales ASEP

		Económicos y de Consumo				Sociales			
JULIO 1995	Total	ISC	IESE	IPA	IA	ISCV	IO	IPR	IPM
TOTAL	(1209)	83	68	117	28	3,7	92	2,4	35
Evaluación de la Situación Económica:									
Optimistas	(207)	134	200	130	42	3,8	121	2,3	41
Pesimistas	(589)	53	-	113	25	3,6	77	2,5	34
Propensión al Ahorro:									
Ahorro algo	(339)	97	82	200	100	3,9	117	2,4	38
Prestan dinero	(135)	72	64	-	-	3,4	77	2,6	44
Satisfacción con la Calidad de Vida:									
Satisfecho	(898)	86	72	122	32	4,1	97	2,4	37
Insatisfecho	(175)	66	53	94	13	2,0	62	2,4	26
Optimismo Personal:									
Optimista	(214)	120	88	134	46	3,8	200	2,2	47
Pesimista	(311)	39	35	94	13	3,4	-	2,4	33
Práctica Religiosa:									
Alta	(261)	79	66	114	28	3,7	91	4,4	28
Media	(267)	80	63	117	28	3,7	88	3,0	33
Baja	(615)	85	70	117	28	3,6	95	1,3	36
Postmaterialismo:									
Materialistas	(790)	81	66	117	27	3,6	88	2,5	-
Post-materialistas	(419)	87	73	116	31	3,8	99	2,2	100
Satisfacción con Democracia:									
Satisfechos	(457)	93	88	121	31	3,8	98	2,3	35
Insatisfechos	(505)	74	53	114	26	3,5	86	2,5	36
Satisfacción con Gobierno:									
Satisfechos	(225)	96	96	119	28	3,8	98	2,4	34
Insatisfechos	(788)	77	56	116	29	3,6	89	2,4	36
Posicionamiento Ideológico:									
Izquierda	(494)	87	78	118	29	3,7	97	2,0	42
Centro	(212)	84	71	115	27	3,6	95	2,6	30
Derecha	(273)	76	55	118	29	3,6	84	3,0	25

Sentimiento Nacionalista:									
Más nacionalistas	(251)	83	64	120	30	3,7	94	2,3	35
Igual	(554)	84	70	117	28	3,7	93	2,5	36
Más españoles	(377)	81	68	116	27	3,6	89	2,4	31
Exposición a la Información:									
Alta	(396)	84	67	120	31	3,7	96	2,4	38
Baja	(291)	80	70	109	21	3,6	83	2,4	35
Posición Social:									
Baja	(493)	80	67	110	22	3,6	87	2,8	25
Media	(535)	84	67	116	28	3,7	95	2,2	38
Alta	(181)	86	74	138	43	3,8	96	2,2	49
Intención de Voto:									
PP	(357)	76	57	117	30	3,6	87	3,0	30
CDS	(14)	82	64	114	21	3,8	93	2,9	50
PSOE	(278)	90	88	121	28	3,7	88	2,2	28
IU	(149)	81	62	107	26	3,6	97	1,7	49

Cuadro 1.2.1. (Continuación)

Sistema de Indicadores Sociales ASEP

		Políticas						Intención de Voto Directa			
JULIO 1995	Total	ISD	ISG	IAP	IPI	ISN	IEI	PP	CDS	PSOE	IU
TOTAL	(1209)	2,9	2,3	24	3,6	3,3	2,9	30%	1	23	12
Evaluación de la Situación Económica:											
Optimistas	(207)	3,2	2,6	17	3,3	3,3	2,7	28%	1	32	11
Pesimistas	(589)	2,7	2,0	23	3,7	3,2	2,8	36%	1	17	13
Propensión al Ahorro:											
Ahorro algo	(339)	3,0	2,3	21	3,5	3,2	2,8	32%	1	23	11
Prestan dinero	(135)	2,8	2,0	25	3,6	3,3	2,9	35%	1	14	20
Satisfacción con la Calidad de Vida:											
Satisfecho	(898)	3,0	2,3	23	3,5	3,2	2,8	28%	1	24	12
Insatisfecho	(175)	2,6	2,0	31	3,8	3,3	3,0	29%	1	20	12
Optimismo Personal:											
Optimista	(214)	3,0	2,2	23	3,3	3,2	2,8	26%	1	18	16
Pesimista	(311)	2,7	2,0	24	3,7	3,3	3,0	32%	1	22	13
Práctica Religiosa:											
Alta	(261)	2,9	2,2	25	4,4	3,3	2,9	50%	2	17	3
Media	(267)	2,9	2,2	22	3,9	3,2	2,9	36%	2	23	9
Baja	(615)	2,9	2,3	23	3,2	3,3	2,9	20%	1	26	16
Postmaterialismo:											
Materialistas	(790)	2,9	2,3	25	3,7	3,3	2,9	32%	1	25	10
Post-materialistas	(419)	2,9	2,2	22	3,2	3,2	2,8	26%	2	19	17
Satisfacción con Democracia:											
Satisfechos	(457)	4,1	2,7	20	3,2	3,2	2,8	19%	*	35	12
Insatisfechos	(505)	1,8	1,7	25	3,8	3,2	2,9	39%	2	12	14
Satisfacción con Gobierno:											
Satisfechos	(225)	3,7	4,1	12	2,9	3,2	2,9	11%	*	62	6
Insatisfechos	(788)	2,6	1,6	24	3,8	3,3	2,8	38%	2	10	15
Posicionamiento Ideológico:											
Izquierda	(494)	3,1	2,6	15	2,3	3,3	2,8	4%	*	45	25
Centro	(212)	2,9	2,1	28	4,0	3,0	2,8	35%	3	12	6
Derecha	(273)	2,6	1,8	8	5,5	3,5	2,8	78%	1	4	1

Sentimiento Nacionalista:											
Más nacionalistas	(251)	2,9	2,3	23	3,4	1,7	2,8	21%	2	21	11
Igual	(554)	3,0	2,3	23	3,5	3,0	2,9	31%	1	24	13
Más españoles	(377)	2,9	2,2	24	3,7	4,7	2,8	35%	1	24	12
Exposición a la Información:											
Alta	(396)	2,9	2,2	19	3,6	3,3	1,9	32%	1	19	13
Baja	(291)	2,8	2,3	27	3,4	3,3	4,0	26%	1	26	13
Posición Social:											
Baja	(493)	2,9	2,4	26	3,6	3,2	3,1	28%	1	29	9
Media	(535)	2,9	2,2	22	3,5	3,3	2,7	30%	2	21	14
Alta	(181)	2,9	2,1	23	3,5	3,3	2,5	31%	1	13	16
Intención de Voto:											
PP	(357)	2,6	1,7	-	4,9	3,4	2,8	100%	-	-	-
CDS	(14)	2,1	1,6	-	4,2	3,1	3,1	-%	100	-	-
PSOE	(278)	3,4	3,2	-	2,6	3,3	3,0	-%	-	100	-
IU	(149)	2,8	2,0	-	2,4	3,3	2,8	-%	-	-	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 algo más 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 4 de cada 10 cabezas de familia trabajan por cuenta ajena en el sector privado y un 14% de los cabezas de familia trabajan en el sector privado por cuenta propia , mientras que la proporción de parados entre los cabezas de familia fluctúa entre 6-9%.

- 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 26% 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 54% 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 algo más 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 5,7 por hogar, con un coeficiente de variación del 31% (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 Indice 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

	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95
1	7%	7%	7%	6%	7%	6%	7%	6%	7%	7%	5%	6%
2	24	20	21	22	22	23	21	24	20	19	18	21
3	21	21	21	20	20	22	21	22	22	22	22	21
4	24	25	26	29	25	26	28	24	27	28	27	26
5	14	15	14	13	13	12	14	15	14	13	16	16
6	5	7	7	6	7	7	6	6	6	7	6	6
7	2	3	3	2	3	2	2	2	3	2	2	3
8 y más	3	1	2	1	2	2	1	1	1	1	2	2
NS/NC	*	1	*	*	1	*	*	*	*	*	1	*
Total	(1.208)	(1.212)	(1.212)	(1.210)	(1.210)	(1.215)	(1.211)	(1.219)	(1.213)	(1.213)	(1.221)	(1.209)
Tamaño Medio del Hogar	3,5	3,6	3,6	3,5	3,6	3,5	3,5	3,5	3,6	3,6	3,7	3,6

Cuadro 2.1.2.

Status Ocupacional del Cabeza de Familia

	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95
Alto	5%	8%	6%	8%	5%	6%	6%	5%	5%	5%	8%	7%
Medio	45	48	50	44	47	49	46	46	50	48	43	47
Bajo	6	4	6	6	7	6	6	6	6	6	6	7
En Paro	9	7	6	8	8	7	7	9	8	8	8	6
Ama de Casa	*	*	1	*	*	*	*	*	*	*	–	*
Jubilado	34	32	32	34	32	31	33	34	31	33	35	33
NS/NC	1	*	*	*	*	1	*	*	–	–	1	*
Total	(1.208)	(1.212)	(1.212)	(1.210)	(1.210)	(1.215)	(1.211)	(1.219)	(1.213)	(1.213)	(1.221)	(1.209)

Cuadro 2.1.3.

Sector Económico del Cabeza de Familia

	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95
No Activos	34%	33%	32%	34%	32%	32%	34%	35%	31%	33%	35%	33%
En Paro	9	7	6	8	8	7	7	9	8	8	8	6
Sector Público	6	6	7	7	5	6	6	5	5	6	6	6
Privados C. Ajena	37	41	40	34	40	40	41	39	43	39	33	41
Privados C. Propia	14	12	14	16	15	14	12	12	13	14	17	14
NS/NC	1	*	*	*	*	1	*	*	-	-	-	-
Total	(1.208)	(1.212)	(1.212)	(1.210)	(1.210)	(1.215)	(1.211)	(1.219)	(1.213)	(1.213)	(1.221)	(1.209)

Cuadro 2.1.4.

Distribución de los Hogares por Niveles de Renta Familiar

	VII-94	IX-94	X-94	XI-93	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95
Menos de 45.000 pts.	5%	4%	4%	6%	5%	4%	3%	5%	3%	4%	4%	5%
De 45 a 75.000 pts.	16	16	16	15	16	17	14	16	15	15	14	14
De 75 a 100.000 pts.	15	16	15	19	18	18	18	17	15	17	13	17
De 100 a 150.000 pts.	20	21	19	19	20	21	25	22	22	21	18	18
De 150 a 200.000 pts	8	9	10	9	10	11	9	9	11	9	10	10
De 200 a 275.000 pts.	4	3	6	5	3	4	5	4	5	5	5	5
De 275 a 350.000 pts.	3	3	2	3	2	2	2	2	2	2	3	3
De 350 a 450.000 pts.	1	1	2	1	1	1	2	1	1	1	1	2
Más de 450.000 pts.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1
Sin Respuesta	27	25	26	23	24	22	20	24	25	24	30	26
Total	(1.208)	(1.212)	(1.212)	(1.210)	(1.210)	(1.215)	(1.211)	(1.219)	(1.213)	(1.213)	(1.221)	(1.209)

Cuadro 2.1.5.

Equipamiento de los Hogares

Porcentaje de Hogares con:	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95
Lavadora	95	94	96	95	94	96	95	96	96	97	96	96
T.V. color	98	97	98	97	97	97	98	98	97	97	98	98
Vivienda Propia	78	82	78	78	80	79	75	79	77	80	79	80
Teléfono	80	80	81	79	80	81	82	82	82	81	81	82
Automóvil	64	65	69	68	65	68	67	67	68	68	69	67
Equipo HIFI	41	41	44	44	41	39	41	44	43	42	45	47
Vídeo	57	60	59	60	60	62	60	61	62	61	64	65
Lavavajillas	17	14	18	17	16	14	15	14	16	14	16	15
Microordenador	13	14	15	13	14	14	15	12	16	14	16	17
Total	(1.208)	(1.212)	(1.212)	(1.210)	(1.210)	(1.215)	(1.211)	(1.219)	(1.213)	(1.213)	(1.221)	(1.209)
Media ($\bar{x}$) artículos por Hogar	5,4	5,4	5,6	5,5	5,5	5,5	5,5	5,5	5,6	5,5	5,6	5,7
Coeficiente de Variación (%)	33	34	33	32	34	32	32	32	32	32	32	31

Cuadro 2.1.6.

Equipamiento de los Hogares según Características Socioeconómicas de los Hogares.

		Equipamiento:										
JULIO 1995	Total Muestra	Vivienda Propia	Auto-móvil	TV Color	Vídeo	Telé-fono	Lava-dora	Lavava-jillas	HIFI	Microor-denador	X Art.	CV%
TOTAL	(1209)	80	67	98	65	82	96	15	47	17	5,7	31
Edad:												
18 a 29 años	(315)	67	75	98	80	83	96	17	72	28	6,2	27
30 a 49 años	(411)	79	85	98	74	82	97	19	53	18	6,1	28
50 a 64 años	(261)	89	62	99	60	84	97	15	31	13	5,5	30
65 y más años	(222)	89	28	94	31	80	93	6	16	2	4,4	34
Posición Social:												
Baja	(493)	80	52	96	48	78	95	8	34	9	5,0	34
Media	(535)	81	73	99	73	83	96	17	49	19	5,9	28
Alta	(181)	77	89	99	87	91	98	31	73	31	6,7	24
Ideología:												
Izquierda	(494)	78	66	99	66	81	97	15	50	18	5,7	30
Centro	(212)	83	70	98	67	85	95	17	45	20	5,8	31
Derecha	(273)	82	70	98	66	87	96	18	48	17	5,8	30
Status Socioeconómico:												
Alto, Medio alto	(267)	82	90	100	89	93	98	37	80	39	7,0	19
Medio	(654)	80	70	99	67	83	97	10	43	12	5,6	28
Medio Bajo	(265)	82	41	97	42	76	94	7	25	8	4,8	32
Bajo	(23)	35	-	48	-	13	48	-	-	-	1,7	26
Clientes de:												
Bancos	(321)	83	77	98	77	88	97	23	56	21	6,2	28
Cajas	(788)	81	66	98	65	84	97	14	47	17	5,7	30

Cuadro 2.1.7.

Índice de Status Socioeconómico Familiar

	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95
Alto, Medio Alto	17%	18%	21%	20%	18%	19%	19%	17%	20%	18%	22%	22%
Medio	54	55	53	53	55	55	58	57	54	56	49	54
Medio Bajo	27	23	23	25	24	24	21	24	24	24	26	22
Bajo	3	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2
	(1.208)	(1.212)	(1.212)	(1.210)	(1.210)	(1.215)	(1.211)	(1.219)	(1.213)	(1.213)	(1.221)	(1.209)

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 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

	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-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	5%	5%	5%	5%	6%	4%	5%	5%	4%	5%	6%	5%
20 a 29	21	21	21	21	21	22	21	21	22	21	20	21
30 a 39	19	19	19	18	18	18	19	18	18	19	18	18
40 a 49	15	15	15	16	16	16	15	16	16	15	16	16
50 a 59	14	13	14	13	13	12	12	13	12	13	13	13
60 a 64	8	9	8	9	9	10	9	8	9	9	8	9
65 y más	18	18	18	18	18	18	18	18	18	18	18	18
Estado Civil												
Soltero/a	26%	26%	26%	26%	26%	25%	26%	26%	25%	28%	29%	26%
Casado/a	62	63	63	63	63	65	63	64	63	60	61	62
En Pareja	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Viudo/a	8	7	8	8	8	7	8	7	8	8	7	9
Divorciado/a	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Separado/a	2	2	2	2	1	2	2	2	1	1	1	1
NS/NC	*	*	-	*	*	*	*	*	-	*	-	-
Total	(1.208)	(1.212)	(1.212)	(1.210)	(1.210)	(1.215)	(1.211)	(1.219)	(1.213)	(1.213)	(1.221)	(1.209)

Cuadro 2.2.2.

Distribución de los Entrevistados por Características Socioeconómicas

	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95
Educación Entrevistado:												
No Sabe Leer	3%	4%	3%	3%	4%	4%	3%	3%	4%	4%	4%	4%
Sabe Leer	25	25	20	24	23	22	21	22	21	21	22	22
Primarios	33	34	34	32	34	33	32	35	33	35	34	31
F.P. 1er. Grado	5	5	6	6	4	5	5	4	4	3	6	5
F.P. 2do. Grado	5	5	5	5	5	6	6	5	6	5	6	6
Bach. Elemental	7	5	7	8	8	9	12	9	9	9	7	10
Bach. Superior	11	9	13	11	11	11	11	10	11	12	11	11
Tit. Grado Medio	5	6	6	4	6	5	5	6	6	5	6	5
Universitarios	4	6	5	6	6	5	6	5	6	6	6	6
NC	1	*	1	*	*	1	*	1	*	*	*	*
Status Ocupa. Entrevistado:												
Alto	4%	4%	4%	4%	4%	3%	4%	3%	3%	4%	5%	4%
Medio	27	28	28	25	27	29	26	25	28	27	22	26
Bajo	5	4	5	4	6	4	4	5	5	5	6	6
En Paro	11	11	10	13	11	11	11	11	12	11	12	10
Ama de Casa	25	25	26	26	26	27	26	26	26	25	24	26
Jubilado	19	19	19	19	19	19	20	20	20	21	22	20
Estudiantes	9	8	9	8	8	7	9	8	6	8	9	9
NS/NC	*	*	-	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Sector Econ. Entrevistado:												
No Activos	53%	53%	54%	53%	52%	53%	55%	55%	52%	54%	55%	55%
En Paro	11	11	10	13	11	11	11	11	12	11	12	10
Sector Público	5	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4
Privado. C. Ajena	23	25	25	20	24	25	24	23	26	25	20	25
Privado. C. Propia	8	7	7	9	8	7	6	6	7	7	9	7
NS/NC	*	*	-	*	*	*	*	*	*	*	*	-
Total	(1.208)	(1.212)	(1.212)	(1.210)	(1.210)	(1.215)	(1.211)	(1.219)	(1.213)	(1.213)	(1.221)	(1.209)

Cuadro 2.2.3.

Distribución de los Entrevistados por Características Ecológicas

	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95
Comunidad Autónoma												
Andalucía	17%	18%	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	3	4	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	6	6	7	7	6	6	6	6	7	7	6
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	7	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	13	13	13	13	13	13	13	12	13	13	13
Murcia	3	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	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
C. Valenciana	10	11	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10
Hábitat												
Rural	27%	24%	24%	24%	25%	25%	25%	24%	26%	24%	24%	25%
Urbano	45	48	48	48	48	48	48	50	48	48	48	48
Metropolitano	28	28	28	27	28	27	28	26	27	28	28	28
Total	(1.208)	(1.212)	(1.212)	(1.210)	(1.210)	(1.215)	(1.211)	(1.219)	(1.213)	(1.213)	(1.221)	(1.209)

Cuadro 2.2.4.

Índice de Posición Social

	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95
Muy Baja	3%	4%	4%	4%	3%	4%	4%	4%	4%	4%	3%	4%
Baja	38	37	36	38	38	36	37	38	35	37	38	37
Media	46	46	45	45	45	47	46	46	47	45	45	44
Alta	11	12	13	12	12	12	12	11	12	12	12	13
Muy Alta	1	1	2	1	2	1	2	1	2	2	1	2
Total	(1.208)	(1.212)	(1.212)	(1.210)	(1.210)	(1.215)	(1.211)	(1.219)	(1.213)	(1.213)	(1.221)	(1.209)

Cuadro 2.2.5.

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

		VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95
Alta		*%	*%	*%	*%	*%	-%	*%	*%	*%	*%	*%	1%
Media	Alta	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	3	4
Media	Media	58	49	52	51	52	50	53	51	51	51	56	52
Media	Baja	27	29	30	32	30	32	30	29	31	30	29	31
Baja		8	12	13	11	13	12	11	14	11	14	10	10
NS/NC		3	6	2	2	2	3	2	3	3	2	2	3
Total		(1.208)	(1.212)	(1.212)	(1.210)	(1.210)	(1.215)	(1.211)	(1.219)	(1.213)	(1.213)	(1.221)	(1.209)

Cuadro 2.2.6.

Relación entre las Variables Explicativas ASEP.

		Edad				Posición Social			Ideología			Status Socioeconómico			
JULIO 1995	Total Muestra	Menos de 30 años	30 a 49	50 a 64	Más de 65	Baja	Media	Alta	Izquier-da	Centro	Dere-cha	Alto	Medio	Medio Bajo	Bajo
TOTAL	(1209)	26%	34	22	18	41%	44	15	41%	18	23	22%	54	22	2
Edad:															
18 a 29 años	(315)	100%	-	-	-	40%	53	7	46%	14	22	30%	58	11	1
30 a 49 años	(411)	-%	100	-	-	24%	46	30	43%	19	20	29%	58	12	1
50 a 64 años	(261)	-%	-	100	-	35%	52	13	34%	21	26	16%	54	29	1
65 y más años	(222)	-%	-	-	100	81%	19	-	37%	17	24	5%	42	48	5
Posición Social:															
Baja	(493)	25%	20	18	36	100%	-	-	37%	17	23	5%	59	32	4
Media	(535)	31%	35	25	8	-%	100	-	44%	16	22	24%	56	19	1
Alta	(181)	13%	69	19	-	-%	-	100	43%	21	23	62%	35	3	-
Ideología:															
Izquierda	(494)	30%	36	18	16	37%	47	16	100%	-	-	24%	53	21	1
Centro	(212)	20%	36	26	18	41%	41	18	-%	100	-	24%	58	17	1
Derecha	(273)	25%	30	24	20	41%	44	15	-%	-	100	27%	53	18	1
Status Socioeconómico:															
Alto, Medio alto	(267)	35%	45	16	4	10%	48	42	44%	19	28	100%	-	-	-
Medio	(654)	28%	36	21	14	44%	46	10	40%	19	22	-%	100	-	-
Medio Bajo	(265)	13%	18	29	40	60%	38	2	40%	14	18	-%	-	100	-
Bajo	(23)	17%	18	13	52	83%	17	-	30%	9	17	-%	-	-	100
Clientes de:															
Bancos	(321)	26%	40	19	15	30%	47	23	36%	21	27	31%	52	16	1
Cajas	(788)	24%	34	22	20	40%	44	15	43%	18	22	24%	53	22	2

3. Actitudes y Comportamientos Económicos

Como suele suceder cada año, al analizar los datos correspondientes al sentimiento del consumidor, se constata que, en julio, el índice referido a la situación económica particular con respecto a hace seis meses es habitualmente superior a los de meses anteriores, lo cual no debe extrañar, dado que julio es un mes semi-vacacional en el que la actividad profesional tiende a reducirse en beneficio del tiempo de ocio. Los españoles se despreocupan algo más sobre su situación económica presente y, en coyunturas como la que caracteriza julio de 1995, el pesimismo disminuye también cuando se valora la situación económica del país.

De hecho, no ha de olvidarse que tan sólo ha transcurrido algo más de un mes desde que los últimos comicios electorales apuntaron hacia un cambio político importante. Por lo demás, los últimos datos económicos señalan una leve recuperación de la economía, cuya recuperación no parece ya verse afectada por las continuas noticias sobre escándalos políticos. Eso explica que se observe cada vez una menor relación entre la evaluación de expectativas económicas y la evaluación del Gobierno.

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 julio.

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 Indices, cuyo significado no es otro que la diferencia entre quienes valoran la situación "algo mejor" y entre aquellos que la consideran "algo peor". Los valores pueden variar entre 0 (el más pesimista) y 200 (el más optimista), siendo 100 el punto de equilibrio.

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

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

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

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

Pautas Estables en la Evaluación de la Coyuntura Económica.

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

- Los entrevistados creen que la situación económica futura, tanto de uno mismo como de España en general, será menos mala que la actual.

- En segundo lugar, tienden a valorar menos negativamente la situación económica personal que la de España.

- Sus perspectivas económicas personales suelen ser valoradas menos negativamente que las tres situaciones restantes.

- Los que gozan de una mejor situación económica (status socioeconómico alto y que ahorran una parte de lo que ingresan), los que tienen menos responsabilidades en la economía doméstica (menores de 30 años) y los más afines al Gobierno (con ideología de izquierda) son los grupos que cuentan con los índices de sentimiento más altos, es decir los que muestran un pesimismo menos pronunciado.

La Evaluación de la Coyuntura en Julio 1995

A diferencia de lo sucedido el mes pasado, y por la coyuntura prevacacional apuntada en la introducción, el índice global del sentimiento del consumidor ha supuesto una leve disminución del pesimismo en todas las capas de la población, aunque el ISC-5 sigue sin superar el índice 83. Como se recordará, la polémica desatada sobre la incertidumbre que afectaba a las pensiones situó el ISC-5 de los españoles de más edad en niveles inferiores a los habituales.

En julio, el ambiente prevacacional también parece haber incidido positivamente en este segmento de la población, lo que se traduce en una mejora de siete puntos en su ISC-5, que está ahora en el nivel 85, un índice superado tan sólo por el segmento de los más jóvenes (92).

	Junio 95	Julio 95
(ISC-1) Situación Personal respecto a hace seis meses	80	85
(ISC-3) Situación del País respecto a hace seis meses	62	65
(ISC-2) Situación Personal dentro de seis meses	96	97
(ISC-4) Situación del País dentro de seis meses	84	83
(ISC-5) Sentimiento del Consumidor	81	83

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 de hace seis meses (+8 puntos) y con respecto a la situación futura del país (+3 puntos) lo que eleva en seis puntos su sentimiento general (ISC5), hasta situarse en el índice 92.

- Los mayores de 65 años se muestran menos pesimistas según los cuatro índices estudiados, pero sobre todo cuando evalúan su situación presente y la del país con respecto a hace seis meses. En el primer caso, el ISC- 1 aumenta 8 puntos, mientras que el ISC-3 sube otros diez puntos, lo que vendría a significar que la incertidumbre sobre las pensiones podría estar, por el momento, olvidada gracias a las vacaciones estivales.

- El índice sobre el sentimiento del consumidor sobre la situación futura del país (ISC4) ha supuesto además una disminución del pesimismo entre los entrevistados con ideología de centro, cuyo índice aumenta 4 puntos, mientras que el mismo indicador ha caído nuevamente 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 también parecen haber "aparcado" parte de su pesimismo, tal como se deduce al observar que su ISC-1 aumenta en 13 puntos, aunque sigue siendo bajo, en comparación con otros grupos de población.

Estas tendencias se trasladan lógicamente al Índice de Optimismo, que aumenta 6 puntos para situarse cerca del nivel de equilibrio, (IO=96), y 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 otros 10 puntos para situarse en 115, mientras que los individuos de status bajo conocen la subida más importante y superan incluso el índice 100, situándose en un IO de 109, 32 puntos superior al del mes pasado.

Los mayores de 50 a 64 años aparecen como el segmento con el índice de optimismo más reducido, aunque su IO experimenta un leve incremento de 6 puntos que les sitúa en su nivel más alto durante el último año (IO = 78).

En general, el índice de optimismo continúa apuntando más hacia la indiferencia, que representa un 57% de la muestra. Los pesimistas, por su parte (26%) siguen superando a los optimistas (18%), aunque se reducen las diferencias.

El índice de evaluación de la situación económica del país también apunta hacia una disminución de la indiferencia (que es del 34%) y la proporción de pesimistas es, en este caso, tres puntos superior a la del mes pasado, con lo que este grupo sigue representando a la mayor parte de la muestra (con un 49%), lo que significa que los entrevistados, aún manifestando un pesimismo menor con respecto a su situación personal, siguen sin ver con claridad la situación global del país, lo que explica que el IESE caiga dos puntos y se sitúe en el índice 68.

	Junio 95	Julio 95
- Índice de Optimismo	86	92
- Índice de Evaluación de la Situación Económica	70	68

En consecuencia, debe subrayarse que, con respecto a la situación de uno mismo, la actitud de indiferencia supera en treinta y un puntos porcentuales al grupo de los pesimistas mientras que, al analizar la situación económica del país, los pesimistas superan en 15 puntos a los indiferentes, siendo los mayores de 64 años (+9), los de status bajo (+20) y con ideología de centro (+5), los únicos que, con claridad, han conocido mejoras notables en sus respectivos índices de evaluación de la situación económica, cuyo nivel general baja dos puntos a nivel global, para quedar en el índice 68.

Cuadro 3.1.1.

Índices del Sentimiento del Consumidor

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

Cuadro 3.1.2.

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

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

Cuadro 3.1.3.

Situación Económica Actual

Situación Personal Respecto a hace seis meses:

	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95
Mejor	11%	10%	9%	10%	8%	9%	11%	9%	8%	8%	8%	9%
Igual	66	63	65	63	63	61	62	61	63	63	63	67
Peor	24	27	25	27	29	30	27	30	29	29	29	24
NS/NC	*	-	*	1	*	*	*	*	*	1	*	1
Total	(1.208)	(1212)	(1.212)	(1.210)	(1.210)	(1.215)	(1.211)	(1.219)	(1.213)	(1.213)	(1.221)	(1.209)
ISC-1 (Econ. Personal Presente)	87	83	84	83	79	79	84	79	79	79	80	85

Situación del País respecto a hace seis meses:

	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95
Mejor	14%	16%	14%	11%	13%	10%	10%	6%	7%	11%	9%	11%
Igual	40	40	43	43	41	35	34	28	38	39	41	39
Peor	43	42	39	42	43	52	54	64	53	47	46	46
NS/NC	3	3	3	4	3	3	3	2	3	3	4	4
Total	(1.208)	(1212)	(1.212)	(1.210)	(1.210)	(1.215)	(1.211)	(1.219)	(1.213)	(1.213)	(1.221)	(1.209)
ISC-3 (Econ. del País Presente)	71	74	75	69	70	57	56	42	54	64	62	65

Cuadro 3.1.4.

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

	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95
Total ISC-1	87	83	84	83	79	79	84	79	79	79	80	85
Edad:												
Menos de 30 años	96	95	101	97	84	88	93	93	87	87	89	97
30 a 49 años	83	82	79	78	76	76	80	74	78	79	82	84
50 a 64 años	82	71	73	72	77	72	78	62	70	67	67	75
65 y màs años	88	81	85	82	80	78	85	88	79	83	76	84
Posición Social:												
Baja	83	76	81	82	78	76	86	82	74	78	76	82
Media	89	85	86	83	78	77	80	75	80	80	80	87
Alta	96	94	90	83	84	93	89	81	89	83	90	90
Ideología:												
Izquierda	86	89	90	87	89	85	85	85	82	81	86	90
Centro	95	83	85	82	87	81	83	79	81	76	75	84
Derecha	88	84	79	82	66	78	86	74	79	76	74	83
Propensión al ahorro:												
Endeudados	68	65	68	66	54	57	76	56	70	62	67	61
Viven al día	83	77	80	80	76	74	79	77	75	75	75	80
Ahorran	103	105	102	100	97	98	98	92	95	97	96	106
Status Socioeconómico familiar:												
Alto, Medio Alto	98	92	102	96	90	93	91	92	91	90	85	92
Medio	88	85	83	84	78	79	84	76	80	78	81	86
Medio bajo	80	74	73	71	74	67	78	76	68	74	73	76
Bajo	69	60	65	74	74	80	77	79	60	85	74	87
Clientes:												
Bancos	92	90	87	86	82	78	83	78	83	81	79	87
Cajas	88	82	88	84	80	81	84	79	81	80	82	86

Cuadro 3.1.5.

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

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

Cuadro 3.1.6.

Perspectivas Económicas

Situación Personal dentro de seis meses:

	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95
Mejor	13%	14%	13%	13%	11%	14%	14%	11%	10%	12%	13%	13%
Igual	64	58	60	60	59	54	57	56	60	60	58	61
Peor	16	18	18	18	18	18	18	21	19	17	17	16
NS/NC	7	10	10	9	11	13	12	12	10	12	12	10
Total	(1.208)	(1.212)	(1.212)	(1.210)	(1.210)	(1.215)	(1.211)	(1.219)	(1.213)	(1.213)	(1.221)	(1.209)
ISC-2 (Economía Personal Futura)	97	96	95	95	93	96	96	89	91	94	96	97

Situación de España dentro de seis meses:

	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95
Mejor	18%	18%	16%	14%	16%	14%	13%	10%	10%	12%	13%	13
Igual	45	43	44	43	42	39	38	34	40	43	40	42
Peor	28	29	28	31	29	34	34	41	35	29	28	30
NS/NC	9	10	12	12	13	13	14	16	15	16	18	15
Total	(1.208)	(1.212)	(1.212)	(1.210)	(1.210)	(1.215)	(1.211)	(1.219)	(1.213)	(1.213)	(1.221)	(1.209)
ISC-4 (Economía del País Futura)	91	89	89	84	87	80	79	69	75	83	84	83

Cuadro 3.1.7.

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

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

Cuadro 3.1.8.

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

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

Cuadro 3.1.9.

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

Índice de Optimismo

	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95
Optimista	18%	18%	16%	17%	15%	18%	18%	15%	14%	15%	16%	18%
Indiferente	58	54	56	55	55	51	52	52	55	55	53	57
Pesimista	24	28	28	28	30	31	30	33	31	30	30	26
Total	(1.208)	(1.212)	(1.212)	(1.210)	(1.210)	(1.215)	(1.211)	(1.219)	(1.213)	(1.213)	(1.221)	(1.209)
IO	93	90	88	89	86	88	88	82	83	84	86	92

Índice de Evaluación de la Situación Económica

	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95
Optimistas	22%	24%	20%	18%	20%	17%	16%	12%	12%	16%	16%	17%
Indiferentes	35	35	39	38	37	30	30	24	33	37	37	34
Pesimistas	42	42	41	44	44	53	54	64	55	48	46	49

Total	(1.208)	(1.212)	(1.212)	(1.210)	(1.210)	(1.215)	(1.211)	(1.219)	(1.213)	(1.213)	(1.221)	(1.209)
IESE	80	82	80	74	76	64	63	48	58	68	70	68

Cuadro 3.1.10.

Índice de Optimismo (IO), por Características del Entrevistado

	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95
Total IO	93	90	88	89	86	88	88	82	83	84	86	92
Edad:												
Menos de 30 años	110	109	104	113	100	111	108	104	97	94	105	115
30 a 49 años	90	91	85	88	84	84	81	76	85	87	86	88
50 a 64 años	83	72	76	70	74	72	77	63	70	71	72	78
65 y más años	88	81	84	80	82	81	86	81	75	80	74	83
Posición Social:												
Baja	88	83	83	89	81	85	92	85	76	82	79	87
Media	96	93	90	90	86	86	83	79	85	85	90	95
Alta	102	101	94	88	98	102	91	80	98	88	94	96
Ideología:												
Izquierda	93	98	97	100	95	97	91	88	90	89	94	96
Centro	101	87	87	84	96	92	89	83	84	77	80	95
Derecha	95	85	76	86	73	79	92	73	80	78	77	84
Propensión Ahorro:												
Endeudado	87	77	73	79	63	75	85	60	68	66	82	77
Vive al Día	86	82	82	85	81	80	82	78	80	80	80	82
Ahorra	111	113	108	106	106	108	103	99	100	102	103	117
Status Socioeconómico Familiar:												
Alto, Medio alto	108	104	106	104	101	98	98	94	100	93	95	100
Medio	93	91	87	88	84	89	87	81	83	84	88	94
Medio bajo	85	78	76	80	79	77	83	75	71	76	76	78
Bajo	81	63	65	74	78	85	73	76	70	89	77	109
Clientes de:												
Bancos	100	100	91	93	92	87	88	85	88	86	92	96
Cajas	93	89	89	90	87	90	88	81	86	82	85	91

Cuadro 3.1.11.

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

	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95
Total IESE	80	82	80	74	76	64	63	48	58	68	70	68
Edad:												
Menos de 30 años	96	94	90	88	85	68	66	49	60	68	75	73
30 a 49 años	74	83	77	68	74	61	59	48	55	68	68	65
50 a 64 años	72	70	77	70	74	67	59	42	60	62	65	58
65 y más años	79	78	73	71	71	61	71	52	57	74	71	80
Posición Social:												
Baja	80	76	72	74	70	61	63	48	53	68	68	67
Media	81	83	84	74	79	63	63	46	58	66	70	67
Alta	81	98	86	74	86	75	62	56	70	76	72	74
Ideología:												
Izquierda	90	95	96	87	94	72	76	58	71	80	82	78
Centro	86	77	83	67	78	61	59	49	59	68	66	71
Derecha	67	74	61	56	53	47	51	28	39	48	56	55
Actitud ante el ahorro:												
Endeudado	67	64	70	56	67	58	58	30	45	52	64	64
Vive al día	74	78	77	73	70	61	60	46	58	65	66	63
Ahorran	98	101	90	86	94	72	71	59	65	83	80	82
Status Socioeconómico Familiar:												
Alto, Medio alto	94	100	96	88	100	75	68	53	65	75	70	72
Medio	80	81	75	72	69	61	62	47	57	66	68	66
Medio bajo	74	73	74	68	75	62	64	47	55	67	72	67
Bajo	64	66	71	87	71	75	36	52	43	65	71	91
Clientes de:												
Bancos	84	89	81	76	87	65	66	47	53	67	69	69
Cajas	78	84	82	72	77	67	64	46	61	70	73	68

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 Julio 1995.

Los resultados registrados en julio de 1995 apuntan a una mejora en los índices de propensión al ahorro y de propensión al consumo con respecto al mes pasado, pero no con respecto a julio de hace un año, lo que vendría a significar que se trata más bien de una tendencia estacional. Todas las capas sociales sobrepasan el índice 100, es decir que alcanzan a ahorrar algo a fin de mes, y se puede decir que la propensión al ahorro se estabiliza (IPA de julio 95 = 117) en el conjunto de los segmentos que conforman la población, situándose eso sí, en el mismo nivel 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, todos los grupos conozcan unos índices de propensión al ahorro superiores a los habituales.

Cuadro 3.2.1.

Situación Financiera del Hogar

	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95
Me prestan dinero	4%	4%	5%	5%	6%	4%	5%	3%	6%	5%	6%	6%
Gasto mis ahorros	7	8	7	8	6	7	7	9	8	8	8	6
Gasto lo que gano	60	62	60	61	61	61	59	61	62	59	58	60
Ahorro algo	27	24	25	23	24	26	26	24	22	25	24	26
Ahorro bastante	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	2
NS/NC	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	2	1
Total	(1.208)	(1212)	(1.212)	(1.210)	(1.210)	(1.215)	(1.211)	(1.219)	(1.213)	(1.213)	(1.221)	(1.209)
IPA	117	113	114	111	114	117	116	114	109	113	112	117

Cuadro 3.2.2.

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

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

Cuadro 3.2.3.

Actitud ante el Consumo

	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95
Total	(1.208)	(1.212)	(1.212)	(1.210)	(1.210)	(1.215)	(1.211)	(1.219)	(1.213)	(1.213)	(1221)	(1.209)
1. Pienso muy bien todos los gastos que hago e incluso reduzco todos los gastos que puedo.....	42%	39%	40%	42%	45%	42%	40%	42%	41%	43%	44%	47%
2.	25	28	27	26	27	29	29	30	29	25	24	23
3.	14	15	13	11	12	12	14	12	14	12	13	12
4.	10	9	10	10	8	9	9	8	9	11	10	10
5.	5	5	6	6	4	5	4	5	3	5	5	3
6.	1	2	2	3	2	2	2	1	2	2	2	2
7. Gasto con cierta alegría, o al menos sin preocupaciones.....	3	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2
NS/NC	*	*	1	*	*	1	*	*	*	*	1	1
% Cali f ican Gasto	100	100	99	100	100	99	100	100	100	100	99	99
Media X	2,2	2,2	2,2	2,3	2,1	2,1	2,2	2,1	2,1	2,2	2,2	2,1
% Discrepancia	67	64	66	68	68	64	65	64	64	66	68	69

Cuadro 3.2.4.

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

JULIO 1995	Total	Pienso y reduzco los gastos	2	3	4	5	6	Gastos sin preocupaciones	NS/ NC	Cali- fican	Valoración Media	Discre- pancia
TOTAL	(1209)	47%	23	12	10	3	2	2	1	99	2,1	69
Edad:												
18 a 29 años	(315)	37%	20	14	14	6	3	5	1	99	2,6	67
30 a 49 años	(411)	46%	25	14	7	3	3	1	1	99	2,1	66
50 a 64 años	(261)	55%	24	8	9	2	*	1	2	98	1,8	67
65 y más años	(222)	52%	22	11	10	1	2	1	1	99	1,9	67
Posición Social:												
Baja	(493)	52%	21	10	8	4	1	2	1	99	2,0	72
Media	(535)	46%	22	13	10	3	2	3	1	99	2,2	70
Alta	(181)	33%	31	16	13	4	3	-	1	99	2,3	57
Ideología:												
Izquierda	(494)	45%	21	14	10	4	2	3	1	99	2,2	69
Centro	(212)	48%	26	11	11	*	2	2	-	100	2,0	67
Derecha	(273)	43%	24	14	10	4	3	1	1	99	2,2	66
Status Socioeconómico:												
Alto, Medio alto	(267)	32%	26	17	15	4	2	3	1	99	2,5	61
Medio	(654)	48%	23	13	9	3	2	2	1	99	2,1	68
Medio Bajo	(265)	57%	21	7	8	3	2	2	1	99	1,9	73
Bajo	(23)	74%	13	-	-	4	-	4	4	96	1,6	93
Clientes de:												
Bancos	(321)	45%	21	12	14	3	2	2	1	99	2,2	68
Cajas	(788)	44%	25	13	11	3	2	2	1	99	2,2	67

3.3. SATISFACCION CON LA VIDA

En línea con los datos de años anteriores, que 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 sondeo de julio 95 ha confirmado esta observación, por lo que el porcentaje vuelve a ser del 75 por ciento, igual al del mes pasado.

Tampoco ha variado la proporción de insatisfechos y muy insatisfechos, que se mantiene en un 15 por ciento en julio.

El índice de satisfacción con la calidad de vida (ISCV), se mantiene pues en su punto más bajo del año (160), aunque muy por encima del 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 3,7, es decir 0,1 puntos por encima del mes pasado 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 70 y 136, respectivamente. (En julio 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

	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95
Muy Satisfechos	4%	4%	6%	6%	7%	5%	6%	5%	5%	6%	6%	7%
Satisfechos	72	72	70	71	72	73	74	72	72	70	69	68
Indiferentes	10	8	8	9	8	7	7	9	9	8	9	10
Insatisfechos	12	14	13	11	11	13	11	13	12	13	13	14
Muy Insatisfechos	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1
NS/NC	1	2	2	1	1	1	1	*	1	1	2	1
Total	(1.208)	(1.212)	(1.212)	(1.210)	(1.210)	(1.215)	(1.211)	(1.219)	(1.213)	(1.213)	(1.221)	(1.209)
ISCV	163	161	161	165	167	164	167	163	164	162	160	160
Valoración Media	3,6	3,6	3,6	3,7	3,7	3,7	3,7	3,7	3,7	3,7	3,6	3,7
% Discrepancia	23	24	24	22	22	23	22	23	23	24	25	23

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)

	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95
Total ISCV	163	161	161	165	167	164	167	163	164	162	160	160
	(3,6)	(3,6)	(3,6)	(3,7)	(3,7)	(3,7)	(3,7)	(3,7)	(3,7)	(3,7)	(3,6)	(3,7)
Edad:												
Menos de 30 años	169	169	173	170	173	172	175	165	169	167	166	170
	(3,7)	(3,7)	(3,8)	(3,7)	(3,8)	(3,8)	(3,8)	(3,6)	(3,7)	(3,7)	(3,7)	(3,8)
30 a 49 años	161	164	152	164	165	160	165	167	163	160	161	164
	(3,6)	(3,7)	(3,6)	(3,7)	(3,7)	(3,6)	(3,7)	(3,7)	(3,7)	(3,6)	(3,7)	(3,7)
50 a 64 años	153	159	158	159	161	160	165	150	156	155	151	149
	(3,5)	(3,6)	(3,6)	(3,6)	(3,6)	(3,6)	(3,7)	(3,7)	(3,6)	(3,6)	(3,5)	(3,5)
65 y más años	167	148	164	169	170	166	164	169	170	165	160	151
	(3,7)	(3,5)	(3,7)	(3,7)	(3,7)	(3,7)	(3,7)	(3,5)	(3,7)	(3,7)	(3,6)	(3,5)
Posición social:												
Baja	165	157	160	171	166	160	166	158	164	159	159	155
	(3,7)	(3,6)	(3,6)	(3,8)	(3,7)	(3,6)	(3,7)	(3,6)	(3,7)	(3,6)	(3,6)	(3,6)
Media	161	162	160	161	167	164	165	161	163	160	158	161
	(3,6)	(3,7)	(3,6)	(3,7)	(3,7)	(3,7)	(3,7)	(3,6)	(3,7)	(3,6)	(3,6)	(3,7)
Alta	162	173	166	163	172	177	179	186	168	176	168	168
	(3,6)	(3,8)	(3,7)	(3,7)	(3,8)	(3,8)	(3,9)	(3,9)	(3,7)	(3,8)	(3,8)	(3,8)
Status Socioeconómico Familiar:												
Alto, Medio Alto	174	172	177	172	177	174	180	180	175	185	176	175
	(3,6)	(3,8)	(3,8)	(3,8)	(3,8)	(3,8)	(3,9)	(3,9)	(3,8)	(3,9)	(3,8)	(3,8)
Medio	163	166	162	167	168	168	169	165	166	164	164	166
	(3,7)	(3,7)	(3,7)	(3,7)	(3,7)	(3,7)	(3,7)	(3,7)	(3,7)	(3,7)	(3,7)	(3,7)
Medio bajo	158	145	150	156	159	152	158	151	155	140	142	136
	(3,6)	(3,4)	(3,5)	(3,6)	(3,6)	(3,5)	(3,6)	(3,5)	(3,6)	(3,4)	(3,4)	(3,4)
Bajo	133	137	99	162	156	115	109	117	133	158	135	70
	(3,6)	(3,3)	(2,9)	(3,6)	(3,6)	(3,1)	(3,0)	(3,2)	(3,2)	(3,6)	(3,4)	(2,7)
Ideología:												

Izquierda	159	166	166	166	172	167	165	165	161	160	163	166
	(3,6)	(3,7)	(3,7)	(3,7)	(3,8)	(3,7)	(3,7)	(3,7)	(3,6)	(3,6)	(3,7)	(3,7)
Centro	173	159	166	171	169	168	173	168	178	165	166	160
	(3,7)	(3,6)	(3,7)	(3,8)	(3,8)	(3,7)	(3,8)	(3,7)	(3,8)	(3,6)	(3,7)	(3,6)
Derecha	167	168	156	167	156	168	171	166	169	162	164	156
	(3,7)	(3,7)	(3,6)	(3,7)	(3,6)	(3,7)	(3,7)	(3,7)	(3,7)	(3,7)	(3,7)	(3,6)
Clientes de:												
Bancos	166	162	167	168	171	174	173	168	166	169	160	172
	(3,7)	(3,7)	(3,7)	(3,8)	(3,8)	(3,8)	(3,8)	(3,7)	(3,7)	(3,7)	(3,7)	(3,8)
Cajas	164	160	162	167	170	165	167	164	168	162	164	161
	(3,6)	(3,6)	(3,7)	(3,7)	(3,8)	(3,7)	(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 82% en julio.

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 (65%), medio bajo (76%), con posición social baja (78%) y con edades inferiores a los 30 años (78%).

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 (42%) y más alta posición social (45%).

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 36% son también clientes de algún Banco.

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

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

Entre los bancos, el BBV (8,3%) vuelve a superar al Central-Hispano (7,2%). El Santander, con un 4,2%, gana 1,2 puntos pero permanece por debajo de Banesto (4,4%).

Argentaria, por su parte no supera el 2%. 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 (12,5% y 12,2%, 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.

Cuadro 3.4.1.

Clientela de Instituciones Financieras
(En Porcentajes)

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

	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95
Total Clientes	86	85	83	85	87	88	88	87	84	92	86	82
Edad :												
Menos de 30 años	80	79	77	74	81	82	83	81	78	85	79	78
30 a 49 años	87	86	88	89	89	88	90	90	85	93	90	85
50 a 64 años	88	88	83	83	87	81	90	86	88	94	88	83
65 y más años	87	88	81	91	91	89	90	88	86	96	86	83
Posición Social :												
Baja	85	81	78	84	86	85	87	85	84	90	82	78
Media	87	88	84	84	86	89	88	86	82	92	88	84
Alta	83	90	92	90	90	90	93	92	89	96	91	90
Status Socioeconómico Familiar:												
Alto, Medio alto	89	91	91	90	92	95	93	93	90	95	92	90
Medio	86	85	85	86	86	88	89	88	86	92	88	82
Medio bajo	84	82	75	81	86	82	84	81	77	90	81	76
Bajo	81	86	51	62	73	60	73	69	73	77	58	65

Cuadro 3.4.2.

Clientela de Instituciones Bancarias
(En Porcentajes)

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

Cuadro 3.4.3.

Clientela de Cajas de Ahorro
(En Porcentajes)

	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95
Total C.A.	79	80	81	82	81	80	80	82	80	78	78	79
Edad :												
Menos de 30 años	82	79	79	84	81	82	81	83	81	71	76	77
30 a 49 años	78	79	81	82	22	78	80	81	78	80	78	77
50 a 64 años	78	84	82	77	77	81	76	82	80	76	78	81
65 y más años	79	80	85	87	81	80	83	83	84	86	83	84
Posición Social :												
Baja	82	83	85	84	82	82	84	83	82	80	79	83
Media	77	81	81	83	80	80	77	82	78	76	78	78
Alta	78	74	74	77	78	74	76	79	79	77	80	74
Status Socioeconómico	Familiar:											
Alto, Medio alto	72	74	76	83	79	78	76	80	80	76	80	77
Medio	81	80	82	81	80	80	79	82	78	78	75	78
Medio bajo	81	88	85	84	85	82	85	83	85	80	82	84
Bajo	78	76	100	93	68	83	94	90	82	69	83	80
Clientes de:												
Bancos	30	34	38	41	38	34	35	37	35	55	35	36
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											
	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95
Base: Tiene C/C o Libreta	(1.034)	(1.031)	(1.006)	(1.032)	(1.052)	(1.064)	(1.068)	(1.055)	(1.018)	(1.112)	(1.221)	(1.209)
Santander	2,8%	4,1%	5,6%	4,6%	4,5%	4,0%	2,9%	3,6%	4,5%	3,5%	3,0%	4,2%
Popular	2,2	2,2	1,3	2,2	1,4	1,0	1,3	1,4	1,1	1,7	1,0	0,8
Banesto	5,5	3,8	4,1	4,5	4,8	4,1	5,5	4,5	5,0	5,7	4,5	4,4
Bilbao-Vizcaya	7,2	7,0	8,3	7,0	7,2	7,2	8,3	7,1	8,5	8,2	10,1	8,3
Central/Hispano	6,8	6,4	6,4	6,6	7,2	8,5	6,7	7,6	6,2	7,3	8,0	7,2
Exterior/Argentaria	1,1	2,2	2,3	1,6	2,3	2,2	1,7	1,0	2,1	1,6	1,3	2,0
Otros Bancos	7,8	7,1	5,1	5,9	6,9	6,4	7,0	6,4	6,6	7,6	8,2	8,5
Caja de Madrid	8,6	11,5	10,3	9,6	11,2	10,6	9,3	12,3	9,8	8,7	11,2	12,2
Caixa	13,1	12,1	12,2	12,7	12,1	11,7	11,9	11,3	11,6	10,2	12,4	12,5
Caja de Cataluña	1,5	2,4	2,5	1,5	2,3	1,1	2,3	2,1	2,9	3,3	1,8	2,8
Caja de Galicia	2,9	2,0	3,5	2,8	3,0	3,0	2,9	2,6	2,9	3,5	2,4	1,6
Ibercaja	3,6	2,6	4,1	4,3	3,6	3,9	3,1	3,5	3,0	3,0	3,5	3,2
Cajas de Ahorros (Otras)	51,0	52,5	50,5	54,3	51,9	51,9	52,5	53,5	51,6	52,9	50,5	50,4

(*) 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 IDEOLOGICAS BASICAS

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

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

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

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

La distribución global entre izquierda, centro y derecha, habitualmente ha mostrado que la izquierda tiene un peso generalmente doble que la derecha, y algo superior también a la suma del centro y de la derecha. Respecto al último sondeo, se observan unos resultados similares, lo que pone de manifiesto una vez más la gran estabilidad de este indicador. No obstante, debe subrayarse este mes que el centro y la derecha, conjuntamente, igualan por primera vez desde hace años el peso de la izquierda. Esto se debe no a una disminución de la izquierda, sino a un crecimiento del centro y la derecha a costa de una fuerte reducción de los que no saben o no contestan su ideología.

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

1. La proporción de entrevistados que se autoposicionan en la izquierda es mayoritaria (en términos relativos) en casi todos los segmentos de la población, excepto entre los de alta práctica religiosa y los votantes del PP (que se posicionan sobre todo en la derecha), y entre los votantes al CDS, a los partidos nacionalistas de centro y derecha y los que no contestan su intención de voto (que se posicionan en el centro).

2. La proporción de los que se sitúan en la izquierda es incluso superior a la suma de quienes lo hacen conjuntamente en el centro y la derecha en todos los segmentos de la población, excepto entre los mismos segmentos ya mencionados y los compuestos por personas de 50 y más años, los de posición social alta y baja, status alto y medio, más españolistas que nacionalistas, práctica religiosa media, los que no votarán, así como los clientes de bancos.

3. El "izquierdismo" parece estar negativamente relacionado con la práctica religiosa, pero está positivamente relacionado con la posición social. En otras palabras, las minorías sociales que constituyen el "centro social" prefieren considerarse preferentemente "de izquierdas", o lo que es igual, ser de "izquierdas" sigue estando de moda , y difícilmente se podrá cambiar esta tendencia mientras perdure esta relación. Este mes, sin embargo, el equilibrio entre izquierda, y centro y derecha, entre los de posición social alta, podría sugerir un cambio de tendencia próximo.

4. Además, los votantes del PP se posicionan fundamentalmente en la derecha; los del CDS y los nacionalistas de centro y derecha en el centro; los del PSOE, IU y los nacionalistas de izquierda, 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 algo más de una quinta parte afirma tener una alta práctica religiosa, 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, los que se autoubican en la izquierda y los de bajo status socioeconómico. 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 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, alrededor de la mitad de los españoles mayores de 18 años afirman generalmente considerarse tan vascos, gallegos, etc. como españoles.

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

La relación entre posición social y status socioeconómico con "nacionalismo" sugiere que estas son cuestiones independientes entre sí, pero los "españolistas" predominan en las diferentes categorías . Por otra parte, resulta cuando menos sorprendente que los de derecha se consideren en mayor proporción más españoles que nacionalistas, siendo así que es en la derecha donde hay más partidos y votantes " nacionalistas ". Sin embargo, en ningún segmento predomina claramente el nacionalismo sobre el españolismo, excepto entre los propios votantes a partidos nacionalistas, los autoposicionados en el centro, y los que no contestan su intención de voto.

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

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

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

En el Cuadro 4.1.8. se ofrece, para cada partido, la diferencia (en puntos porcentuales y en porcentajes) entre los resultados reales de 1993 y el voto ahora recordado. Este mes se observa una fuerte infraestimación del recuerdo de voto hacia el CDS y otros partidos (-43% y -67%, respectivamente), hacia los partidos nacionalistas de derecha y el PP (-34% y -20%, 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 tienen un valor positivo (24%) y, en menor medida, IU y el PSOE (7% y 3%, respectivamente). El recuerdo de la abstención en las ultimas elecciones está como siempre infraestimado (-28%), 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 16,5%.

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 invierte. Ambos items, por comparación con los otros dos, pueden ser considerados como indicadores de materialismo.

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

Así pues, de los cinco objetivos más deseables tres forman parte este mes de los cuatro que serían indicadores de materialismo y dos de los cinco indican postmaterialismo. Sin embargo, si sólo se tiene en cuenta la primera mención, nuevamente los cinco objetivos prioritarios son este mes el crecimiento económico, la lucha contra la delincuencia, la estabilidad económica, dar a la gente mayores facilidades de participación, y proteger el medio ambiente lo que evidencia un empeoramiento de la importancia de los indicadores económicos que posiblemente obedece al período vacacional en el que nos encontramos y que probablemente desaparecerá esta situación tras las vacaciones, tal y como observamos hace un año. 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, algo más de una tercera parte de los españoles pueden ser considerados como post-materialistas, mientras que el resto, posiblemente a causa de no tener suficientemente garantizadas todavía su seguridad personal y económica, pueden ser considerados como de orientación predominantemente materialista. El dato de este mes es algo superior al de meses precedentes y casi idéntico 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

	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95
Extrema Izquierda	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%
Izquierda	25	20	21	25	23	27	28	27	25	27	28	26
Centro Izquierda	14	17	16	12	15	12	11	13	12	12	11	14
Centro	14	16	15	15	17	14	17	15	17	16	12	18
Centro Derecha	7	9	9	8	8	6	9	8	10	7	10	12
Derecha	10	7	7	11	8	9	9	11	7	11	12	11
Extrema Derecha	1	*	*	*	*	*	1	*	*	*	*	*
NS/NC	30	30	31	28	28	31	25	25	29	26	27	19
Total	(1.208)	(1.212)	(1.212)	(1.210)	(1.210)	(1.215)	(1.211)	(1.219)	(1.213)	(1.213)	(1.221)	(1.209)

Cuadro 4.1.2.

Autoposicionamiento Ideológico, por Características Socioeconómicas.

JULIO 1995	TOTAL	Izquierda	Centro	Derecha
TOTAL	(1209)	41%	18	23
Edad:				
18 a 29 años	(315)	46%	14	22
30 a 49 años	(411)	43%	19	20
50 a 64 años	(261)	34%	21	26
65 y más años	(222)	37%	17	24
Posición Social:				
Baja	(493)	37%	17	23
Media	(535)	44%	16	22
Alta	(181)	43%	21	23
Status Socioeconómico:				
Alto, Medio alto	(267)	44%	19	28
Medio	(654)	40%	19	22
Medio Bajo	(265)	40%	14	18
Bajo	(23)	30%	9	17
Nacionalismo:				
Más nacionalista	(251)	41%	23	16
Tan nac.como esp.	(554)	41%	18	21
Más españolista	(377)	41%	13	30
Práctica Religiosa:				
Alta	(261)	21%	19	39
Media	(267)	30%	21	28
Baja	(615)	52%	16	15
Intención de Voto:				
PP	(357)	6%	21	60
CDS	(14)	7%	50	29
PSOE	(278)	79%	9	4
IU	(149)	84%	8	2
Nacion. derecha	(77)	22%	38	22
Nacion. izquierda	(22)	86%	9	-
Otros, En blanco	(48)	52%	12	6
No votará	(77)	23%	19	8

No sabe	(116)	27%	19	5
No contesta	(71)	24%	27	11
Clientes de:				
Bancos	(321)	36%	21	27
Cajas	(788)	43%	18	22

Cuadro 4.1.3.

Práctica Religiosa

	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95
Alta	20%	20%	19%	21%	20%	21%	21%	20%	19%	21%	20%	22%
Media	19	24	24	22	18	20	20	22	19	21	19	22
Baja	58	53	54	54	58	56	57	55	59	53	58	51
NS/NC	3	2	3	3	4	3	2	2	4	5	4	5
Total	(1.208)	(1.212)	(1.212)	(1.210)	(1.210)	(1.215)	(1.211)	(1.219)	(1.213)	(1.213)	(1.221)	(1.209)

Cuadro 4.1.4.

Práctica Religiosa, por Características Socioeconómicas.

JULIO 1995	TOTAL	Alta	Media	Baja
TOTAL	(1209)	22%	22	51
Edad:				
18 a 29 años	(315)	13%	15	64
30 a 49 años	(411)	14%	26	53
50 a 64 años	(261)	31%	26	39
65 y más años	(222)	36%	19	43
Posición Social:				
Baja	(493)	30%	27	40
Media	(535)	17%	18	59
Alta	(181)	12%	22	56
Ideología:				
Izquierda	(494)	11%	16	64
Centro	(212)	24%	26	45
Derecha	(273)	37%	27	35
Status Socioeconómico:				
Alto, Medio alto	(267)	17%	21	52
Medio	(654)	21%	23	52
Medio Bajo	(265)	28%	21	46
Bajo	(23)	26%	9	65
Clientes de:				
Bancos	(321)	23%	23	50
Cajas	(788)	21%	22	51

Cuadro 4.1.5.

Sentimiento Nacionalista-Español

	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95
Sólo Nacionalista	6%	7%	5%	7%	6%	5%	6%	6%	5%	7%	6%	7%
Más Nacio. que español	13	10	13	14	12	15	14	14	12	14	15	14
Tan Nacio. como español	49	47	50	45	50	49	47	48	52	50	50	46
Más espa. que Nacion.	9	9	7	8	10	7	8	8	8	8	6	8
Sólo se siente español	20	24	23	24	20	23	23	22	21	20	20	23
NS/NC	3	3	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2
Total	(1.208)	(1.212)	(1.212)	(1.210)	(1.210)	(1.215)	(1.211)	(1.219)	(1.213)	(1.213)	(1.221)	(1.209)

Cuadro 4.1.6.

Sentimiento Nacionalista-Español, por Características Socioeconómicas.

JULIO 1995	TOTAL	Más Nacionalista	Igual	Más Español
TOTAL	(1209)	21%	46	31
Edad:				
18 a 29 años	(315)	22%	47	28
30 a 49 años	(411)	22%	44	31
50 a 64 años	(261)	21%	45	33
65 y más años	(222)	15%	48	33
Posición Social:				
Baja	(493)	21%	48	29
Media	(535)	21%	45	32
Alta	(181)	19%	43	34
Ideología:				
Izquierda	(494)	21%	46	32
Centro	(212)	27%	48	23
Derecha	(273)	15%	44	41
Status Socioeconómico:				
Alto, Medio alto	(267)	21%	45	33
Medio	(654)	20%	46	32
Medio Bajo	(265)	22%	46	29
Bajo	(23)	30%	43	22
Intención de Voto:				
PP	(357)	15%	48	37
CDS	(14)	29%	43	21
PSOE	(278)	19%	47	33
IU	(149)	19%	48	31
Nacion. derecha	(77)	53%	38	6
Nacion. izquierda	(22)	64%	32	5
Otros, En blanco	(48)	15%	46	37
No votara	(77)	21%	39	34
No sabe	(116)	15%	49	34
No contesta	(71)	27%	42	22
Clientes de:				
Bancos	(321)	21%	46	31
Cajas	(788)	19%	46	33

Cuadro 4.1.7.

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

	Resultados Reales de 1993	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95
PP	26,7%	18,2%	19,6%	19,5%	19,4%	18,0%	16,1%	18,3%	19,6%	18,1%	17,3%	21,0%	21,8%
CDS	1,4	1,0	0,7	1,0	0,5	0,9	1,3	1,0	1,2	1,6	1,3	0,7	0,8
PSOE	29,7	26,4	24,3	25,1	27,2	30,8	28,7	28,7	31,3	29,6	32,4	29,1	30,7
IU	7,4	9,7	10,4	8,1	9,3	7,5	9,5	10,4	9,8	8,0	7,2	7,4	7,9
Nacionalistas Dcha.	6,8	5,6	4,8	5,4	4,4	4,5	5,1	5,4	4,7	4,8	3,4	6,6	4,5
Nacionalistas Izq.	1,7	1,2	1,2	2,0	0,7	1,7	1,8	1,2	1,5	1,1	1,1	2,0	2,1
Otros	3,6	1,2	1,2	1,5	1,4	1,2	1,0	1,0	1,0	2,0	2,6	1,6	1,2
No Votó	22,7	18,4	19,8	21,0	19,6	19,8	18,7	18,4	18,2	20,0	18,5	16,9	16,4
NS/NC	-	18,3	18,0	16,4	17,5	15,6	17,8	15,6	12,7	14,8	16,2	14,7	14,6
	(28.975.743)	(1.208)	(1.212)	(1.212)	(1.210)	(1.210)	(1.215)	(1.211)	(1.219)	(1.213)	(1.213)	(1.221)	(1.209)

Cuadro 4.1.8.

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

	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95
Diferencias en puntos Porcentuales:												
PP	- 8,5	- 7,1	- 7,2	- 7,3	- 8,7	-10,6	- 8,4	- 7,1	- 8,6	- 9,4	- 5,7	- 4,9
CDS	- 0,4	- 0,7	- 0,4	- 0,9	- 0,5	- 0,1	- 0,4	- 0,2	+ 0,2	- 0,1	- 0,7	- 0,6
PSOE	- 3,3	- 5,4	- 4,6	- 2,5	+ 1,1	- 1,0	- 1,0	+ 1,6	- 0,1	+ 2,7	- 0,6	+ 1,0
IU	+ 2,3	+ 3,0	+ 0,7	+ 1,9	+ 0,1	+ 2,1	+ 3,0	+ 2,4	+ 0,6	- 0,2	-	+ 0,5
Nacionalistas Dcha.	- 1,2	- 2,0	- 1,4	- 2,4	- 2,3	- 1,7	- 1,4	- 2,1	- 2,0	- 3,4	- 0,2	- 2,3
Nacionalistas Izq.	- 0,5	- 0,5	+ 0,3	- 1,0	0,0	+ 0,1	- 0,5	- 0,2	- 0,6	- 0,6	+ 0,3	+ 0,4
Otros	- 2,4	- 2,4	- 2,1	- 2,2	- 2,4	- 2,6	- 2,6	- 2,6	- 1,6	- 1,0	- 2,0	- 2,4
No Votó	- 4,3	- 2,9	- 1,7	- 3,1	- 2,9	- 4,0	- 4,3	- 4,5	- 2,7	- 4,2	- 5,8	- 6,3
NS/NC	+18,3	+18,0	+16,4	+17,5	+15,6	+17,8	+15,6	+12,7	+14,8	+16,2	+14,7	+14,6
Índice de Discrepancia	20,6	21,0	17,4	19,4	16,8	20,0	18,6	16,7	15,6	18,9	15,0	16,5
Diferencias en porcentajes respecto a 1993:												
PP	-32	-27	-27	-27	-32	-40	-31	-27	-32	-35	-21	-20
CDS	-28	-50	-29	-64	-36	- 7	-29	-14	+14	+ 7	-50	-43
PSOE	-11	-18	-15	- 8	+ 4	- 3	- 3	+ 5	- 0,3	+ 9	- 2	+ 3
IU	+31	+40	+ 9	+25	+ 1	+28	+40	+32	+ 8	- 3	-	+ 7
Nacionalistas Dcha.	-18	-29	-20	-35	-34	-25	-20	-31	-29	-50	- 3	-34
Nacionalistas Izq.	-29	-29	+18	-59	0	+ 6	-29	-12	-35	-35	+18	+24
Otros	-67	-67	-58	-61	-67	-72	-72	-72	-44	-28	-56	-67
No Votó	-19	-13	- 7	-14	-13	-18	-19	-20	-12	-18	-26	-28

Cuadro 4.1.9.

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

JULIO 1995 1ª Lista de Objetivos	1ª Mención	1ª y 2ª Mención	Ultima Mención
- Mantener el orden en la nación.....	38%	56%	15%
* - Dar a la gente más posibilidades para que participe en las decisiones importantes gubernamentales o políticas.....	20	43	19
- Luchar contra la subida de los precios.....	24	58	13
* - Proteger la libertad de expresión.....	15	33	19
- Ninguno.....	*	2	19
- NS/NC.....	3	3	14
Total	(1.209)	(1.209)	(1.209)

Cuadro 4.1.10.

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

JULIO 1995 2ª Lista de Objetivos	1ª Mención	1ª,2ª y 3ª Mención	Penúltima o Ultima Mención
- Mantener un alto nivel de crecimiento económico.....	25%	41%	19%
- Tener unas Fuerzas Armadas capaces de garantizar la defensa de España.....	7	18	34
*- Dar a la gente mayores facilidades para que participe en las decisiones importantes que tengan que ver con su trabajo o la comunidad en la que viven.....	15	41	15
*- Proteger el medio ambiente..	11	46	11
- Mantener una economía estable.....	15	50	9
- Luchar contra la delincuencia.....	16	50	11
*- Avanzar hacia una sociedad menos impersonal y más humana.....	4	25	18
*- Avanzar hacia una sociedad en la que las ideas sean más importantes que el dinero...	4	15	20
- Ninguno.....	*	1	18
- NS/NC.....	3	3	13
Total	(1.209)	(1.209)	(1.209)

Cuadro 4.1.11.

Porcentaje de Post-Materialistas,
según Características Socioeconómicas

	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95
Total PM	36	32	28	32	30	32	30	31	31	32	33	35
Edad												
18 a 29 años	47	42	42	42	40	45	40	43	44	46	49	49
30 a 49 años	43	35	31	28	33	35	34	34	33	36	37	40
50 a 64 años	25	27	20	26	24	22	22	28	21	23	23	24
65 y más años	20	18	12	16	20	20	18	13	18	16	16	18
Posición Social												
Baja	29	22	21	21	24	24	24	25	26	23	26	26
Media	39	36	33	40	32	35	31	33	32	34	36	38
Alta	50	50	33	41	45	45	47	46	37	50	46	50
Ideología												
Izquierda	42	44	36	37	34	37	38	38	36	38	41	42
Centro	33	33	26	32	34	36	32	25	36	31	29	30
Derecha	35	24	23	27	20	23	24	24	29	26	23	25
Status Socioeconómico Familiar												
Alto, Medio alto	49	43	39	40	43	51	40	39	34	48	40	44
Medio	38	33	29	33	30	31	32	32	34	31	35	33
Medio bajo	24	21	18	25	23	21	18	23	21	24	26	31
Bajo	32	26	14	21	30	20	23	21	30	15	16	4
Clientes de												
Bancos	39	33	31	37	30	32	34	30	30	35	32	37
Cajas	36	33	28	33	31	33	30	32	31	32	34	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 Corona es la institución mejor valorada por los españoles. Por otra parte, hay que resaltar que la satisfacción con el funcionamiento de la democracia ha descendido notablemente, situándose cuatro puntos por debajo del nivel de equilibrio. Asimismo, la satisfacción con el Gobierno sigue siendo muy 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 descendido algo las valoraciones en algunas de las políticas gubernamentales, principalmente de la política de lucha contra el terrorismo, y se mantiene la valoración de la política internacional. Por lo tanto, continúan observándose unas opiniones muy críticas hacia el Gobierno, indudablemente atribuibles al confuso clima político donde la secuencia de conflictos se produce cada vez de forma más acelerada y acentuada, y a la difícil recuperación económica 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 (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 75% 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 las Organizaciones Empresariales, los Tribunales de Justicia, los Sindicatos, 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 3,7 puntos, siendo la única institución que desciende respecto a la última valoración. En la valoración de las otras instituciones fijas se observa también cierta mejora respecto a su valoración del pasado mes, siendo las Fuerzas Armadas la institución cuya valoración asciende 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 (5,6 puntos).

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

   El orden de valoraciones este mes ha sido: La Corona (7,2), la Universidad (6,7), las Fuerzas Armadas (5,6), la Iglesia (5,4), los Bancos (4,7), los Sindicatos (4,6) y el Gobierno de la Nación (3,7).

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 (80%). Le siguen con grados inferiores de controversia los Sindicatos (60%), la Iglesia (56%), las Fuerzas Armadas (54%), los Bancos (51%), la Corona (39%) y la Universidad

(34%), instituciones (las dos 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. Pero, además, la Corona es la institución mejor valorada en todos los sementos sociales.

- Por otra parte, la edad tiene cierta relación con la valoración de instituciones y grupos, aunque esa relación no es siempre igual. En efecto, se observa que, en líneas generales, cuanto más alta es la edad, mayor es la valoración promedio asignada a casi todas las instituciones, aunque en algunos casos puedan observarse fluctuaciones, como sucede con los Bancos que no guardan una relación clara, y con los Sindicatos que son mejor valorados entre los más jóvenes.

- La posición social también parece constituir un buen instrumento explicativo predictivo. En efecto, se observa una pauta bastante regular en el sentido de que la valoración suele ser más baja cuanto más alta es la posición social . En general, por tanto, el "centro social" es más crítico que la "periferia" respecto a la valoración de instituciones y grupos sociales . Del mismo modo, las personas de inferior status socioeconómico (bajo o medio bajo) son quienes mejor valoran a casi todas las instituciones (con excepción de los Bancos y los Sindicatos).

- La ideología ofrece pautas muy dispares para las diferentes instituciones, lo que significa que esta variable, al ser más ideológica, lleva a los entrevistados a discriminar más minuciosamente entre institución e institución. Así, se observa que la valoración del Gobierno y los Sindicatos es mayor entre los de izquierda, mientras que las demás instituciones (la Corona, las Fuerzas Armadas, los Bancos, la Universidad y la Iglesia), 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 julio 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 ONCE, Cáritas, la Cruz Roja 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 oir 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 menos de cuatro de cada diez entrevistados se sienten satisfechos o muy satisfechos con el funcionamiento de la democracia en España, pero un 42% 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 por debajo del límite entre la satisfacción y la insatisfacción, alcanzando este mes el nivel más bajo desde que se comenzara a medir dicho indicador. 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 izquierda y los mayores de 65 años son los segmentos que se muestran más satisfechos con el funcionamiento de la democracia, resultando un índice incluso positivo. Sin embargo, se puede observar que el grado de satisfacción es mayor entre los autoposicionados en la derecha.

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 notablemente este mes en relación con el registrado el mes anterior, y obtiene el nivel más bajo al igual que el pasado mes de marzo, lo que evidencia una muy intensa insatisfacción, acentuada en el último año.

Este mes el 19% de los españoles están satisfechos (en mayor o menor medida) con la labor que realiza el Gobierno, pero el 65% están insatisfechos. Así, el índice obtenido este mes (53), es muy negativo, e indica la fuerte 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 todos los segmentos se muestran de nuevo insatisfechos con el Gobierno este mes, incluso las personas de izquierda.

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 (75%), aunque también es elevado.

Este mes de julio se observa, en general, una valoración ligeramente inferior en todas las políticas por las que se ha preguntado respecto al mes pasado, excepto en cuanto a la política internacional 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 5,1 puntos, seguida a cierta distancia por la política de servicios sociales (4,5 puntos). Las demás áreas reciben valoraciones medias inferiores y por lo tanto son peor valoradas: la política internacional (4,2), lucha contra la droga y la delincuencia (3,8) y lucha contra el terrorismo (3,7), y, en último lugar, como ya viene siendo habitual, la política económica (3,0).

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. En general, las seis áreas son mejor valoradas por los encuestados de más edad, los de más baja posición social (excepto en cuanto a la lucha contra el terrorismo y la política internacional que son mejor valoradas por los de más alta 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 acentuarse 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 (aunque no parece que se pueda atribuir al presente curso) 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)

	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95
- Fuerzas Armadas	99	99	99	99	98	100	98	99	99	100	99	98
- Bancos	99	99	99	99	98	99	98	98	99	100	99	98
- Gobierno de la Nación	99	99	100	100	99	100	99	100	100	100	100	100
- La Corona	100	99	100	100	99	100	99	99	100	100	100	100
- La Policía Nacional	-	-	100	-	-	100	-	-	-	-	-	-
- La Unión Europea	-	-	-	-	-	-	-	92	-	-	-	-
- Congreso de los Diputados	-	-	-	-	-	-	-	-	-	98	-	-
- Partidos Políticos	-	-	-	-	-	-	-	-	98	-	-	-
- Los Sindicatos	98	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	96
- 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	-	-	-	99	-	-	-	-	-	-	-	-
- ONCE	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	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	-
- La Universidad	96	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	95
- La Iglesia	99	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	100
- 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)

	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95
Fuerzas Armadas	88	88	90	91	81	88	88	86	86	89	85	88
Bancos	89	88	90	91	82	86	86	85	86	90	87	86
Gobierno de la Nación	92	92	93	93	87	92	93	93	92	94	93	93
La Corona	90	90	91	93	85	91	93	91	91	93	92	92
La Policía Nacional	-	-	93	-	-	91	-	-	-	-	-	-
La Unión Europea	-	-	-	-	-	-	-	78	-	-	-	-
Congreso de Diputados	-	-	-	-	-	-	-	-	-	83	-	-
Partidos Políticos	-	-	-	-	-	-	-	-	84	-	-	-
Los Sindicatos	83	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	79
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	-	-	-	96	-	-	-	-	-	-	-	-
ONCE	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	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	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	91	-
La Universidad	84	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	80
La Iglesia	91	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	90
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)

	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95
Fuerzas Armadas	5,5	5,7	5,8	5,9	5,4	5,8	5,7	5,0	5,3	6,2	5,4	5,6
Bancos	4,9	4,7	4,7	4,7	4,8	4,5	4,8	4,6	4,4	4,8	4,6	4,7
Gobierno de la Nación	3,8	4,0	4,2	3,4	4,2	3,7	3,9	3,6	3,6	4,0	4,0	3,7
La Corona	7,2	7,3	7,4	7,1	7,4	7,4	7,4	7,1	7,2	7,5	7,2	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	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4,6
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	-	-	-	7,6	-	-	-	-	-	-	-	-
ONCE	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	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	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	7,8	-
La Universidad	6,5	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	6,7
La Iglesia	5,3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	5,4
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)

	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95
Fuerzas Armadas	52	49	47	50	53	47	47	59	53	45	59	54
Bancos	46	48	50	47	48	50	47	51	54	48	53	51
Gobierno de la Nación	73	67	70	82	71	82	76	83	84	72	73	80
La Corona	38	38	38	41	38	37	37	43	40	37	40	39
La Policía Nacional	-	-	42	-	-	42	-	-	-	-	-	-
La Unión Europea	-	-	-	-	-	-	-	45	-	-	-	-
Congreso de los Diputados	-	-	-	-	-	-	-	-	-	62	-	-
Partidos Políticos	-	-	-	-	-	-	-	-	76	-	-	-
Los Sindicatos	62	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	60
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	-	-	-	30	-	-	-	-	-	-	-	-
ONCE	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	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	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	31	-
La Universidad	37	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	34
La Iglesia	54	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	56
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

JULIO 1994 - JULIO 1995

	VALORACION		
CONOCIMIENTO	Alta (+6,0)	Media (4,5-6,0)	Baja (-4,5)
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 Banco de España Tribunal Constitucional ONU	El Senado Organizaciones Empresariales OTAN Congreso de los Diputados Los Sindicatos
Bajo (-70%)		Consejo General del Poder Judicial CEOE	

Cuadro 4.2.6.

Conocimiento e Imagen Controvertida de Instituciones y Grupos Sociales

JULIO 1994 - JULIO 1995

	IMAGEN CONTROVERTIDA		
	Alta (+65%)	Media (50-65%)	Baja (-50%)
CONOCIMIENTO	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
Alto (+85%)			
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

JULIO 1994 - JULIO 1995

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

Cuadro 4.2.8.

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

JULIO 1995	TOTAL	Los Sindicatos	La Universidad	FAS	Los Bancos	La Iglesia	Gobierno Nación	La Corona
TOTAL	(1209)	4,6	6,7	5,6	4,7	5,4	3,7	7,2
Edad:								
18 a 29 años	(315)	5,2	6,6	4,8	5,1	4,5	3,2	6,7
30 a 49 años	(411)	4,4	6,5	5,3	4,4	5,0	3,2	7,0
50 a 64 años	(261)	4,1	6,9	6,3	4,5	6,5	3,9	7,7
65 y más años	(222)	4,7	7,0	6,6	5,0	6,5	4,9	7,9
Posición Social:								
Baja	(493)	4,9	6,8	6,2	4,9	6,4	4,3	7,9
Media	(535)	4,5	6,7	5,3	4,7	4,9	3,3	6,9
Alta	(181)	4,4	6,2	5,0	4,3	4,4	3,1	6,6
Ideología:								
Izquierda	(494)	5,0	6,6	4,9	4,6	4,5	4,5	6,9
Centro	(212)	4,3	6,6	5,6	4,5	5,8	3,2	7,3
Derecha	(273)	4,1	6,7	6,4	5,1	6,3	2,6	7,6
Status Socioeconómico:								
Alto, Medio alto	(267)	4,5	6,5	4,8	4,7	4,8	3,0	6,6
Medio	(654)	4,7	6,9	5,8	4,9	5,6	3,7	7,3
Medio Bajo	(265)	4,5	6,3	5,7	4,4	5,8	4,2	7,6
Bajo	(23)	3,8	7,2	5,6	3,6	6,0	4,4	7,9
Clientes de:								
Bancos	(321)	4,6	6,6	5,5	4,8	5,5	3,3	7,4
Cajas	(788)	4,5	6,7	5,5	4,7	5,4	3,7	7,2

Cuadro 4.2.9.

Ranking de Notoriedad

JULIO 94 - JULIO 95

		% Opinan
1.	La Cruz Roja	96
2.	La ONCE	95
3.	ETA	95
4.	Los Médicos	95
5.	Medios de Comunicación	93
6.	Guardia Civil	92
7.	Gobierno de la Nación	92
8.	Policia Nacional	92
9.	Cáritas	91
10.	Los Políticos	91
11.	La Corona	91
12.	Iglesia	90
13.	Los Funcionarios	89
14.	Partidos Políticos	88
15.	Tribunales de Justicia	88
16.	Fuerzas Armadas	87
17.	Bancos	87
18.	Jueces	86
19.	Congreso de los Diputados	83
20.	Universidad	82
21.	Los Sindicatos	81
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

JULIO 94 - JULIO 95

		Valoración media (x)
1.	La ONCE	8,0
2.	Cáritas	7,8
3.	La Cruz Roja	7,6
4.	La Corona	7,3
5.	Universidad	6,6
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	5,4
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.	Organizac. Empresariales	4,4
24.	Los Tribunales de Justicia	4,4
25.	Los Sindicatos	4,3
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

JULIO 94 - JULIO 95

		% Dispersión Opinática (s/x)100
1.	La ONCE	26
2.	La Cruz Roja	30
3.	Cáritas	31
4.	Universidad	36
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	55
23.	UGT	58
24.	Los Tribunales de Justicia	60
25.	Los Sindicatos	61
26.	OTAN	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

	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95
Total	(1.208)	(1.212)	(1.212)	(1.210)	(1.210)	(1.215)	(1.211)	(1.219)	(1.213)	(1.213)	(1.221)	(1.209)
Muy Satisfecho	3%	2%	4%	2%	3%	2%	3%	2%	2%	2%	3%	3%
Satisfecho	48	43	45	40	46	45	42	38	39	41	41	35
Indiferente	16	17	16	17	17	15	14	14	17	18	18	18
Insatisfecho	26	30	27	31	29	27	33	33	31	30	29	35
Muy Insatisfecho	6	7	7	8	4	10	6	10	9	8	6	7
NS/NC	2	1	1	2	1	1	1	2	2	1	2	3
ISD	119	109	114	104	116	111	105	98	101	105	109	96
% Califican	98	99	99	98	99	99	99	98	98	99	98	97
Valoración Media	3,1	3,0	3,1	3,0	3,1	3,0	3,0	2,9	2,9	3,0	3,0	2,9
% Discrepancia	34	36	35	36	33	37	36	39	37	36	35	37

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)

	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95
Total ISD	119	109	114	104	116	111	105	98	101	105	109	96
	(3,1)	(3,0)	(3,1)	(3,0)	(3,1)	(3,0)	(3,0)	(2,9)	(2,9)	(3,0)	(3,0)	(2,9)
Edad												
18 a 29 años	115	107	109	94	108	97	94	90	94	95	100	98
	(3,1)	(3,0)	(3,0)	(2,9)	(3,0)	(2,9)	(2,9)	(2,8)	(2,8)	(2,8)	(3,0)	(2,9)
30 a 49 años	119	107	109	102	113	111	105	97	103	100	107	94
	(3,1)	(3,0)	(3,0)	(2,9)	(3,1)	(3,0)	(3,0)	(2,9)	(2,9)	(2,9)	(3,0)	(2,9)
50 a 64 años	119	111	115	108	117	114	104	94	95	109	108	90
	(3,1)	(3,0)	(3,1)	(3,0)	(3,1)	(3,1)	(3,0)	(2,8)	(2,8)	(3,0)	(3,0)	(2,8)
65 y más años	122	112	129	117	130	127	124	116	115	122	127	105
	(3,2)	(3,1)	(3,3)	(3,1)	(3,3)	(3,2)	(3,2)	(3,1)	(3,1)	(3,2)	(3,3)	(3,0)
Posición Social												
Baja	120	115	116	110	116	116	110	104	108	113	118	98
	(3,2)	(3,1)	(3,1)	(3,1)	(3,1)	(3,1)	(3,1)	(3,0)	(3,0)	(3,1)	(3,1)	(2,9)
Media	119	107	115	99	114	105	104	92	94	98	101	95
	(3,1)	(3,0)	(3,1)	(2,9)	(3,1)	(2,9)	(3,0)	(2,8)	(2,8)	(2,9)	(3,0)	(2,9)
Alta	112	96	102	103	118	118	95	97	107	101	108	94
	(3,0)	(2,9)	(2,9)	(2,9)	(3,2)	(3,1)	(2,9)	(2,8)	(3,0)	(3,0)	(3,0)	(2,9)
Ideología												
Izquierda	130	124	129	126	132	123	121	114	120	122	122	116
	(3,3)	(3,2)	(3,3)	(3,2)	(3,3)	(3,2)	(3,2)	(3,1)	(3,2)	(3,2)	(3,2)	(3,1)
Centro	131	109	132	110	126	110	108	105	112	106	109	92
	(3,3)	(3,0)	(3,3)	(3,1)	(3,2)	(3,0)	(3,0)	(3,0)	(3,0)	(3,0)	(3,0)	(2,9)
Derecha	106	99	86	80	97	94	84	74	78	80	88	74
	(3,0)	(2,9)	(2,7)	(2,6)	(2,9)	(2,8)	(2,7)	(2,6)	(2,7)	(2,6)	(2,8)	(2,6)
Status Socioeconómico Familiar:												
Alto	108	106	106	99	127	106	96	93	98	109	107	91
	(3,0)	(3,0)	(3,0)	(2,9)	(3,3)	(3,0)	(2,9)	(2,8)	(2,9)	(3,0)	(3,0)	(2,8)
Medio	119	108	115	103	109	109	106	97	100	103	108	98
	(3,2)	(3,0)	(3,1)	(3,0)	(3,1)	(3,0)	(3,0)	(2,9)	(2,9)	(3,0)	(3,0)	(2,9)

Medio bajo	121	112	120	107	118	118	109	101	108	100	111	98
	(3,2)	(3,0)	(3,2)	(3,0)	(3,2)	(3,1)	(3,0)	(2,9)	(3,0)	(2,9)	(3,1)	(3,0)
Bajo	140	103	96	141	138	130	136	117	97	158	126	74
	(3,4)	(2,9)	(2,7)	(3,4)	(3,3)	(3,2)	(3,3)	(3,1)	(2,9)	(3,6)	(3,3)	(2,5)
Clientes de:												
Bancos	112	110	106	103	120	108	98	103	100	106	107	93
	(3,1)	(3,0)	(3,0)	(3,0)	(3,2)	(3,0)	(2,9)	(3,0)	(2,9)	(3,0)	(3,0)	(2,9)
Cajas	123	109	117	109	120	112	108	99	105	105	111	98
	(3,2)	(3,0)	(3,1)	(3,0)	(3,2)	(3,0)	(3,0)	(2,9)	(3,0)	(3,0)	(3,1)	(2,9)

Cuadro 4.2.14.

Índice de Satisfacción con la Labor del Gobierno (ISG)

	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95
Total	(1.208)	(1.212)	(1.212)	(1.210)	(1.210)	(1.215)	(1.211)	(1.219)	(1.213)	(1.213)	(1.221)	(1.209)
Muy Satisfecho	2%	2%	3%	2%	3%	2%	2%	2%	2%	3%	2%	2%
Algo Satisfecho	22	22	25	21	26	22	22	18	19	24	23	17
Indiferente	14	14	14	13	13	14	12	11	12	17	16	15
Algo Insatisfecho	37	39	35	39	36	33	36	35	33	32	34	37
Muy Insatisfecho	23	22	23	24	22	28	26	33	33	24	23	28
NS/NC	1	1	1	1	1	1	1	*	1	1	2	1
ISG	64	63	69	60	71	63	62	53	55	71	68	53
% Califican	99	99	99	99	99	99	99	100	99	99	98	99
Valoración Media	2,4	2,4	2,5	2,4	2,5	2,4	2,4	2,2	2,2	2,5	2,4	2,3
% Discrepancia	48	47	48	48	47	51	50	53	53	48	47	49

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)

	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95
Total ISG	64 (2,4)	63 (2,4)	69 (2,5)	60 (2,4)	71 (2,5)	63 (2,4)	62 (2,4)	53 (2,4)	55 (2,2)	71 (2,2)	68 (2,5)	53 (2,4) (2,3)
Edad:												
- 30 años	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 (2,1)	50 (2,2)	38 (2,2) (2,1)
30-49 años	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 (2,1)	62 (2,4)	47 (2,4) (2,1)
50-64 años	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)	57 (2,3)
65 y más años	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)	83 (2,6)
Posición Social												
Baja	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)	66 (2,4)
Media	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)	45 (2,2)
Alta	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)	44 (2,1)
Ideología:												
Izquierda	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)	76 (2,6)

Centro	55	55	63	46	60	53	47	41	48	54	69	40
	(2,3)	(2,3)	(2,5)	(2,2)	(2,4)	(2,3)	(2,2)	(2,1)	(2,2)	(2,3)	(2,5)	(2,1)
Derecha	34	29	39	29	36	36	34	26	19	34	29	27
	(2,0)	(1,9)	(2,0)	(1,9)	(2,0)	(1,9)	(1,9)	(1,8)	(1,6)	(1,9)	(1,8)	(1,8)
Status Socioeconómico Familiar:												
Alto	52	44	52	46	60	43	41	40	42	51	54	37
	(2,2)	(2,2)	(2,2)	(2,1)	(2,4)	(2,0)	(2,1)	(2,0)	(2,0)	(2,2)	(2,2)	(2,0)
Medio alto	60	64	67	56	63	62	59	48	53	70	64	54
	(2,4)	(2,4)	(2,5)	(2,3)	(2,4)	(2,4)	(2,3)	(2,2)	(2,2)	(2,5)	(2,4)	(2,3)
Medio Bajo	78	72	88	74	91	79	82	68	66	86	84	68
	(2,6)	(2,5)	(2,7)	(2,5)	(2,8)	(2,6)	(2,6)	(2,4)	(2,4)	(2,7)	(2,7)	(2,5)
Bajo	96	88	85	121	117	120	123	104	83	131	104	52
	(2,9)	(2,7)	(2,6)	(3,2)	(3,0)	(3,2)	(3,1)	(2,9)	(2,5)	(3,3)	(2,9)	(2,2)
Clientes de:												
Bancos	50	62	68	49	69	65	61	52	40	66	58	42
	(2,4)	(2,4)	(2,5)	(2,2)	(2,5)	(2,4)	(2,4)	(2,2)	(2,0)	(2,4)	(2,3)	(2,1)
Cajas	48	65	72	60	74	64	60	51	57	73	70	55
	(2,4)	(2,4)	(2,5)	(2,4)	(2,6)	(2,4)	(2,4)	(2,2)	(2,2)	(2,5)	(2,5)	(2,3)

Cuadro 4.2.16.

Valoración de la Actuación del Gobierno en las siguientes áreas

% que Opinan

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

Valoración Media

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

% Dispersión Opinática

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

Cuadro 4.2.17.

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

JULIO 1995	Total	Política Económica	Lucha contra terrorismo	Política Internacion.	Lucha contra droga y del.	Obras Públicas	Servicios Sociales
TOTAL	(1209)	3,0	3,7	4,2	3,8	5,1	4,5
Edad:							
18 a 29 años	(315)	2,9	3,8	4,3	3,9	5,0	4,4
30 a 49 años	(411)	3,0	3,8	4,1	3,7	5,1	4,4
50 a 64 años	(261)	2,8	3,3	3,9	3,4	4,9	4,4
65 y más años	(222)	3,7	4,0	4,5	4,0	5,4	4,9
Posición Social:							
Baja	(493)	3,1	3,7	4,2	3,9	5,3	4,7
Media	(535)	2,9	3,7	4,1	3,6	5,0	4,4
Alta	(181)	3,3	3,9	4,5	3,7	5,0	4,4
Ideología:							
Izquierda	(494)	3,7	4,6	5,0	4,4	5,7	5,1
Centro	(212)	3,1	3,6	4,2	3,4	5,0	4,4
Derecha	(273)	2,2	2,7	3,3	3,1	4,2	3,8
Status Socioeconómico:							
Alto, Medio alto	(267)	3,1	3,8	4,4	3,8	5,2	4,5
Medio	(654)	3,0	3,8	4,2	3,8	5,1	4,6
Medio Bajo	(265)	2,9	3,5	3,8	3,7	5,0	4,2
Bajo	(23)	3,3	3,7	4,5	3,1	5,0	4,5
Satisfacción con el Gobierno:							
Satisfechos	(225)	4,7	5,4	6,1	5,2	6,6	6,2
Indiferentes	(182)	4,0	4,5	5,1	4,6	5,8	5,1
Insatisfechos	(788)	2,4	3,1	3,5	3,2	4,6	3,9
Clientes de:							
Bancos	(321)	3,0	3,7	4,1	3,6	4,9	4,4
Cajas	(788)	3,1	3,8	4,3	3,9	5,3	4,7

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, el Juez Moreiras, Adolfo Suárez, García Vargas, General Alonso Manglano, Alvarez Cascos, y Narcís Serra. Adolfo Suárez es este mes el personaje público con mejor imagen social, siendo el General Alonso Manglano quien tiene la peor imagen de todos los personajes por los que se ha preguntado en el presente estudio, debido a su responsabilidad como director del CESID y haberse visto involucrado en las escuchas telefónicas ilegales a personalidades de la sociedad española.

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 menos de dos terceras partes conocen al Juez Moreiras.

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 julio 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 94% de los entrevistados opina sobre Felipe González y, al menos un 80% opina sobre los personajes públicos incluidos habitualmente en este sondeo (Aznar y Anguita) y sobre Adolfo Suárez y Narcís Serra, pero algo más de la mitad opina sobre Alvarez Cascos, García Vargas y el General Alonso Manglano, y algo más de un tercio opina sobre el Juez Moreiras.

c. Las valoraciones asignadas a estos nueve personajes han sido: Adolfo Suárez (6,5), el Juez Moreiras (5,5), Julio Anguita (4,4), José Mª Aznar (4,3), Felipe González (4,2), Alvarez Cascos (3,8), García Vargas (3,3), Narcís Serra (3,0) y el General Alonso Manglano (2,1).

   Todos los líderes reducen ligeramente su valoración este mes, excepto Adolfo Suárez y el Juez Moreiras, que incrementan su valoración respecto a la última vez por los que se preguntó.

   En todo caso, la peor valoración de todos los líderes por los que se ha preguntado desde julio de 1994 es para el General Alonso Manglano actualmente procesado por las escuchas telefónicas del CESID, 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 Mario Conde, el General Alonso Manglano, Rafael Vera, Alfonso Guerra, Jordi Pujol, el Coronel Rodríguez Galindo, José Barrionuevo, Xabier Arzallus, José Mª Benegas, Narcís Serra, José Luis Corcuera, Alvarez Cascos, José

Mª Aznar y Felipe González resultan ser los personajes públicos más controvertidos de todos los incluidos desde julio de 1994.

Al observar la evolución de la valoración de los líderes españoles fijos desde hace un año hay que destacar el deterioro que se ha observado en la de Anguita y, en menor medida, en la de González hasta los pasados meses de mayo y junio en que como consecuencia de las elecciones todos los líderes políticos parecieron recuperar imagen. Sin embargo, tras el período electoral, las valoraciones obtenidas son peores que las de hace un año; mientras que Aznar ha incrementado la imagen que tenía entonces.

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, Alvarez Cascos, Adolfo Suárez y el Juez Moreiras reciben este mes, una valoración más alta entre los de derecha; 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 Dª 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, el General Alonso Manglano, 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

	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95
Felipe González	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Adolfo Suárez	-	-	98	-	-	-	98	99	-	-	-	99
Alfonso Guerra	98	99	98	98	98	-	-	-	-	-	-	-
Príncipe Felipe	-	-	-	99	-	-	-	-	-	-	-	-
Reina Dña. Sofía	-	-	-	99	-	-	-	-	-	-	-	-
Julio Anguita	98	98	98	98	97	99	98	98	98	98	97	99
J. María Aznar	99	99	99	99	99	99	99	99	98	99	99	99
Javier Solana	-	-	-	-	-	-	-	-	-	85	-	-
Narcís Serra	-	-	-	-	-	-	-	-	-	93	-	94
José Luis Corcuera	-	-	-	-	-	-	87	-	-	-	-	-
Infanta Cristina	-	-	-	-	100	100	-	-	-	-	-	-
Infanta Elena	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
El Rey Juan Carlos	-	-	-	-	-	-	-	100	-	-	-	-
Antonio Gutiérrez	-	-	-	-	75	-	-	-	-	-	-	-
Miguel Roca	-	-	-	88	-	-	-	-	-	-	84	-
José Mª Benegas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	83	-	-
Baltasar Garzón	-	-	-	-	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	-	-	-	-	-	98	-	-	-	-	-	-
Jerónimo Saavedra	-	-	-	-	-	-	-	35	-	-	-	-
Pascual Sala	-	-	-	-	-	-	33	-	-	-	-	-
Marino Barbero	-	-	-	-	-	-	-	64	-	-	-	-
Juan Alberto Belloch	61	70	-	72	-	76	78	-	-	-	-	-
El Juez Moreiras	55	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	61
Antonio Romero	51	-	-	-	-	-	-	-	-	-	50	-
Luis Ramallo	50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Jose Mª 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 Gª 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	-
García Vargas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	73
General Alonso Manglano	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	72
Alvarez Cascos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	72

Cuadro 4.3.2.

Imagen de Personajes Públicos
(% que opinan y valoran)

	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95
Felipe González	92	92	91	92	91	95	96	96	92	93	90	94
Adolfo Suárez	-	-	83	-	-	-	92	92	-	-	-	88
Alfonso Guerra	85	85	84	85	84	-	-	-	-	-	-	-
Príncipe Felipe	-	-	-	90	-	-	-	-	-	-	-	-
Reina Dña. Sofía	-	-	-	90	-	-	-	-	-	-	-	-
Julio Anguita	87	87	85	86	84	89	92	91	88	87	86	89
J.María Aznar	88	90	87	88	87	90	93	94	90	90	88	90
Javier Solana	-	-	-	-	-	-	-	-	-	64	-	-
Narcis Serra	-	-	-	-	-	-	-	-	-	74	-	81
José Luis Corcuera	-	-	-	-	-	-	75	-	-	-	-	-
Infanta Cristina	-	-	-	-	84	-	-	-	-	-	-	-
Infanta Elena	-	-	-	-	-	87	-	-	-	-	-	-
El Rey Juan Carlos	-	-	-	-	-	-	-	94	-	-	-	-
Antonio Gutiérrez	-	-	-	-	59	-	-	-	-	-	-	-
Miguel Roca	-	-	-	72	-	-	-	-	-	-	67	-
José Mª Benegas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	64	-	-
Baltasar Garzón	-	-	-	-	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	-	-	-	-	-	89	-	-	-	-	-	-
Jerónimo Saavedra	-	-	-	-	-	-	-	22	-	-	-	-
Pascual Sala	-	-	-	-	-	-	27	-	-	-	-	-
Marino Barbero	-	-	-	-	-	-	-	52	-	-	-	-
Juan Alberto Belloch	44	52	-	55	-	61	66	-	-	-	-	-
El Juez Moreiras	40	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	38
Antonio Romero	37	-	-	-	-	-	-	-	-	-	35	-
Luis Ramallo	36	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Jose Mª 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 Gª 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	-
García Vargas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	56
General Alonso Manglano	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	54
Alvarez Cascos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	58

Cuadro 4.3.3.

Imagen de Personajes Públicos
(Valoración, x)

	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95
Felipe González	4,4	4,3	4,4	4,0	4,7	4,1	4,2	3,9	3,9	4,4	4,4	4,2
Adolfo Suárez	-	-	5,2	-	-	-	6,5	5,4	-	-	-	6,5
Alfonso Guerra	3,0	3,0	3,1	2,8	3,3	-	-	-	-	-	-	-
Príncipe Felipe	-	-	-	7,2	-	-	-	-	-	-	-	-
Reina Dña. Sofía	-	-	-	7,4	-	-	-	-	-	-	-	-
Julio Anguita	4,9	4,7	4,7	4,5	4,7	4,4	4,7	4,5	4,3	4,5	4,6	4,4
José María Aznar	4,1	4,1	4,0	3,6	3,9	3,8	4,1	4,0	3,7	4,5	4,5	4,3
Javier Solana	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4,2	-	-
Narcís Serra	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3,6	-	3,0
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 Mª Benegas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3,3	-	-
Baltasar Garzón	-	-	-	-	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	-	-	-	-	-	1,3	-	-	-	-	-	-
Jerónimo Saavedra	-	-	-	-	-	-	-	4,4	-	-	-	-
Pascual Sala	-	-	-	-	-	-	4,8	-	-	-	-	-
Marino Barbero	-	-	-	-	-	-	-	4,5	-	-	-	-
Juan Alberto Belloch	4,1	3,7	-	3,7	-	3,7	3,7	-	-	-	-	-
El Juez Moreiras	5,1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	5,5
Antonio Romero	4,4	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4,6	-
Luis Ramallo	3,7	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Jose Mª 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 Gª 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	-
García Vargas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3,3
General Alonso Manglano	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2,1
Alvarez Cascos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3,8

Cuadro 4.3.4.

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

	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95
Felipe González	70	69	71	79	71	76	74	82	81	72	73	76
Adolfo Suárez	-	-	54	-	-	-	38	51	-	-	-	37
Alfonso Guerra	97	92	95	103	93	-	-	-	-	-	-	-
Príncipe Felipe	-	-	-	37	-	-	-	-	-	-	-	-
Reina Dña. Sofía	-	-	-	37	-	-	-	-	-	-	-	-
Julio Anguita	53	58	57	60	55	59	56	60	60	58	59	58
José María Aznar	72	71	75	84	79	76	74	77	80	67	72	74
Javier Solana	-	-	-	-	-	-	-	-	-	63	-	-
Narcis Serra	-	-	-	-	-	-	-	-	-	74	-	87
José Luis Corcuera	-	-	-	-	-	-	77	-	-	-	-	-
Infanta Cristina	-	-	-	-	37	-	-	-	-	-	-	-
Infanta Elena	-	-	-	-	-	36	-	-	-	-	-	-
El Rey Juan Carlos	-	-	-	-	-	-	-	36	-	-	-	-
Antonio Gutiérrez	-	-	-	-	57	-	-	-	-	-	-	-
Miguel Roca	-	-	-	72	-	-	-	-	-	-	63	-
José Mª Benegas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	77	-	-
Baltasar Garzón	-	-	-	-	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	-	-	-	-	-	171	-	-	-	-	-	-
Jerónimo Saavedra	-	-	-	-	-	-	-	55	-	-	-	-
Pascual Sala	-	-	-	-	-	-	49	-	-	-	-	-
Marino Barbero	-	-	-	-	-	-	-	61	-	-	-	-
Mariano Rubio	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Juan Alberto Belloch	60	69	-	69	-	73	69	-	-	-	-	-
El Juez Moreiras	53	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	44
Antonio Romero	58	-	-	-	-	-	-	-	-	-	55	-
Luis Ramallo	67	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

Jose Mª 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 Gª 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	-
García Vargas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	74
General Alonso Manglano	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	110
Alvarez Cascos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	76

Cuadro 4.3.5.

Conocimiento y Valoración de Personajes Públicos

JULIO 94 - JULIO 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 Miguel Roca José Luis Corcuera José Barrionuevo Narcís Serra
Medio (50-70%)		Antonio Gutiérrez Javier Solana Alberto Ruiz Gallardón Pascual Maragall	García Vargas Joaquín Leguina José Mª Benegas Pedro Solbes José Mª Cuevas Xabier Arzallus Rodrigo Rato J.A. Belloch Rafael Vera José Borrell General Alonso Manglano Alvarez Cascos
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

JULIO 94 - JULIO 95

	IMAGEN CONTROVERTIDA		
	Alta (+65%)	Media (50-65%)	Baja (-50%)
CONOCIMIENTO	Alfonso Guerra Mario Conde José María Aznar	Julio Anguita Baltasar Garzón	Reina Dña. Sofía El Rey Juan Carlos Príncipe Felipe
Alto (+70%)	Narcís Serra Felipe González Jordi Pujol Miguel Roca José Luis Corcuera José Barrionuevo		Infanta Cristina Infanta Elena Adolfo Suárez
Medio (50-70%)	García Vargas José Mª Benegas Pedro Solbes José Mª Cuevas Xabier Arzallus Rodrigo Rato Juan Alberto Belloch José Borrell Joaquín Leguina General Alonso Manglano Alvarez Cascos	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 Antonio Romero Cristina Alberdi Carmen Alborch Jerónimo Saavedra	Juez Moreiras

Luis Angel Rojo
Marino Barbero
Manuel García Castellón
Celia Villalobos

Cuadro 4.3.7.

Valoración e Imagen Controvertida de Personajes Públicos

JULIO 94 - JULIO 95

	IMAGEN CONTROVERTIDA		
	Alta (+65%)	Media (50-65%)	Baja (-50%)
VALORACION 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 Cristina Alberdi Jerónimo Saavedra Javier Solana Celia Villalobos	Juez Moreiras

	Juan Alberto Belloch
	José Luis Corcuera
	Miguel Roca
Baja	Alfonso Guerra
(-4,0)	Mario Conde
	José Barrionuevo
	Narcís Serra
	Luis Ramallo
	Pedro Solbes
	José Mª 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
	García Vargas
	General Alonso Manglano
	Alvarez Cascos

Cuadro 4.3.8.

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

JULIO 1995	TOTAL	El Juez Moreiras	Adolfo Suárez	Felipe González	Julio Anguita	García Vargas	Gral. Manglano	Alvarez Cascos	Narcís Serra	José Mª Aznar
TOTAL	(1209)	5,5	6,5	4,2	4,4	3,3	2,1	3,8	3,0	4,3
Edad:										
18 a 29 años	(315)	5,6	5,8	3,6	4,9	3,4	2,4	3,6	2,7	4,0
30 a 49 años	(411)	5,4	6,4	3,8	4,6	3,3	2,1	3,5	3,1	4,2
50 a 64 años	(261)	5,9	7,0	4,5	4,2	3,1	1,8	4,4	2,9	4,6
65 y más años	(222)	5,2	6,8	5,3	3,7	3,8	2,5	4,1	3,6	4,5
Posición Social:										
Baja	(493)	5,6	6,5	4,7	4,3	3,3	2,1	3,9	3,2	4,3
Media	(535)	5,6	6,4	3,9	4,4	3,3	2,1	3,7	2,9	4,2
Alta	(181)	5,4	6,5	3,7	4,9	3,5	2,4	3,9	2,9	4,3
Ideología:										
Izquierda	(494)	5,3	6,1	5,3	4,7	3,9	2,4	2,5	3,6	2,6
Centro	(212)	5,5	6,8	3,8	4,3	2,9	1,9	4,1	2,9	4,8
Derecha	(273)	6,2	7,2	2,5	4,3	2,7	1,7	5,9	2,2	6,9
Status Socioeconómico:										
Alto, Medio alto	(267)	5,5	6,5	3,5	4,8	3,4	2,2	4,0	2,8	4,4
Medio	(654)	5,6	6,5	4,1	4,5	3,3	2,0	3,7	3,0	4,3
Medio Bajo	(265)	5,4	6,6	4,9	4,0	3,3	2,4	3,7	3,2	3,9
Bajo	(23)	5,2	5,4	4,1	3,5	2,5	2,4	3,5	2,5	3,9
Clientes de:										
Bancos	(321)	5,5	6,5	3,8	4,4	3,2	2,3	4,3	2,9	4,8
Cajas	(788)	5,5	6,6	4,3	4,4	3,5	2,2	3,6	3,1	4,2

Cuadro 4.3.9.

Ranking de Notoriedad de Personajes Públicos

JULIO 94 - JULIO 95	% que Opinan
1. El Rey Juan Carlos	95
2. Felipe González	93
3. Reina Dña. Sofía	90
4. Príncipe Felipe	90
5. José Mª Aznar	90
6. Adolfo Suárez	89
7. Julio Anguita	88
8. Alfonso Guerra	85
9. Mario Conde	84
10. Infanta Cristina	84
11. Infanta Elena	84
12. Jordi Pujol	81
13. Baltasar Garzón	78
14. Narcís Serra	78
15. José Luis Corcuera	76
16. José Barrionuevo	72
17. Miguel Roca	70
18. Antonio Gutiérrez	65
19. Rafael Vera	65
20. Javier Solana	64
21. José Mª Benegas	64
22. Pascual Maragall	63
23. Xabier Arzallus	59
24. Alvarez Cascos	58
25. José Borrell	58
26. Joaquín Leguina	57
27. García Vargas	56
28. Juan Alberto Belloch	56
29. José Mª Cuevas	55
30. General Alonso Manglano	54
31. Alberto Ruiz Gallardón	53
32. Pedro Solbes	53

33. Rodrigo Rato	51
34. Marino Barbero	49
35. Cándido Méndez	42
36. Carmen Alborch	41
37. A. Pérez Rubalcaba	41
38. Juez Moreiras	39
39. Cristina Alberdi	39
40. Antonio Romero	36
41. Luis Ramallo	36
42. Celia Villalobos	35
43. Luis Atienza	34
44. Coronel Rodríguez Galindo	34
45. Luis Angel Rojo	33
46. Manuel Gª Castellón	30
47. Pascual Sala	26
48. Jerónimo Saavedra	22
49. Manuel Hermoso	14

Cuadro 4.3.10.

Ranking de Valoración de Personajes Públicos

JULIO 94 - JULIO 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. Adolfo Suárez	5,9
7. Baltasar Garzón	5,7
8. Pascual Maragall	5,5
9. Alberto Ruiz Gallardón	5,4
10. Juez Moreiras	5,3
11. Marino Barbero	5,2
12. Celia Villalobos	5,1
13. Cristina Alberdi	5,0
14. Manuel Gª Castellón	5,0
15. Pascual Sala	4,7
16. Julio Anguita	4,5
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. Miguel Roca	4,1
24. José Mª Aznar	4,0
25. Rodrigo Rato	3,9
26. Luis Angel Rojo	3,9
27. A. Pérez Rubalcaba	3,8
28. Alvarez Cascos	3,8
29. Juan Alberto Belloch	3,8
30. José Borrell	3,7
31. Luis Ramallo	3,7
32. Coronel Rodríguez Galindo	3,7

33. Pedro Solbes	3,6
34. Cándido Méndez	3,6
35. Manuel Hermoso	3,6
36. Joaquín Leguina	3,5
37. José Luis Corcuera	3,5
38. Luis Atienza	3,5
39. Jordi Pujol	3,4
40. Narcís Serra	3,3
41. José Mª Benegas	3,3
42. García Vargas	3,3
43. José Mª Cuevas	3,3
44. Xabier Arzallus	3,2
45. José Barrionuevo	3,1
46. Alfonso Guerra	3,0
47. Rafael Vera	2,9
48. Mario Conde	2,3
49. General Alonso Manglano	2,1

Cuadro 4.3.11.

Ranking de Dispersión Opinática de Personajes Públicos

JULIO 94 - JULIO 95	Dispersión Opinática (s/x)100
1. El Rey Juan Carlos	33
2. Infanta Elena	35
3. Infanta Cristina	37
4. Reina Dña. Sofía	37
5. Príncipe Felipe	37
6. Juez Moreiras	44
7. Adolfo Suárez	45
8. Pascual Sala	50
9. Pascual Maragall	50
10. Cristina Alberdi	50
11. Baltasar Garzón	52
12. Alberto Ruiz Gallardón	54
13. Marino Barbero	54
14. Jerónimo Saavedra	55
15. Antonio Romero	56
16. Antonio Gutiérrez	58
17. Julio Anguita	58
18. Celia Villalobos	58
19. Carmen Alborch	59
20. Manuel Gª 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 Mª Cuevas	72
33.	Manuel Hermoso	73
34.	Joaquín Leguina	73
35.	García Vargas	74
36.	Felipe González	74
37.	José Mª Aznar	75
38.	Alvarez Cascos	76
39.	José Luis Corcuera	76
40.	José Mª Benegas	77
41.	Narcís Serra	80
42.	Xabier Arzallus	80
43.	José Barrionuevo	82
44.	Coronel Rodríguez Galindo	84
45.	Jordi Pujol	86
46.	Rafael Vera	90
47.	Alfonso Guerra	96
48.	General Alonso Manglano	110
49.	Mario Conde	116

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 35 y 31 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 21%, proporción similar a la registrada en el pasado sondeo. Los nacionalistas de centro y derecha fluctúan generalmente alrededor del 10%. Y los de izquierda tienen un electorado potencial del 3% este mes, lo que también está dentro de sus márgenes habituales; el CDS se mantiene alrededor del 5% de electorado potencial, que es su nivel habitual. Los "otros" partidos se mantienen como siempre entre el 4 y el 8%. En resumen, se puede concluir que este sondeo se caracteriza por el mantenimiento o relativa estabilidad de los electorados potenciales de todos los partidos en sus niveles habituales.

La otra cara de la moneda del "mercado electoral potencial" es el "mercado inasequible", es decir, aquellas personas que afirman que nunca votarán a un determinado partido. Este "mercado inasequible" sería pues aquella parte del electorado que un partido difícilmente podría aspirar a atraer en ninguna circunstancia. Al igual que el "mercado electoral potencial", los "mercados inasequibles" de diferentes partidos pueden solaparse, pues ciertos electores pueden ser inasequibles para más de un partido. Los resultados de este mes demuestran que el PP, los partidos nacionalistas de izquierda y el PSOE como es habitual, son los partidos con un electorado inasequible más importante, con un 31%, en el primer caso, y un 26% y un 25% 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 (15,4%) incluye previsiblemente a estos "ocultadores".

Sólo la intención de voto a IU, al PP, y a los partidos nacionalistas de izquierda y a otros partidos 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, CDS, PSOE e IU, por comparación con los datos del mes pasado, así como cierta disminución del voto a los partidos nacionalistas.

Pues bien, si estas intenciones de voto fuesen ciertas, implicarían pérdidas electorales de casi todos los partidos, excepto IU, PP, "otros" partidos, y los nacionalistas de izquierda, respecto a las elecciones de 1993. La proporción de quienes no manifiestan sus intenciones alcanza a un 15% de los entrevistados, que es algo menor que la registrada en el último sondeo, posiblemente como consecuencia de las últimas elecciones autonómicas y municipales. Y, la abstención declarada es muy baja (6,4% frente al 22,7% real de las elecciones del pasado 6 de junio de 1993), pero ello no implica necesariamente menor abstención, como la estimación pone de manifiesto. No obstante, si se considera que los NS/NC probablemente se abstendrán, la cifra resultante (21,8%) sería algo inferior a la obtenida en las últimas elecciones generales.

Ahora bien, el cambio observado este mes en las intenciones de voto (incremento de todos los partidos y descenso de los nacionalistas) muy posiblemente se deba al actual clima de "elecciones anticipadas" que se une al optimismo que provoca el período vacacional y que se ha visto reflejado en los diferentes indicadores sociales.

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

En cualquier caso, los datos de intención directa de voto parecen reflejar la imagen social de los partidos después de las últimas elecciones: muy buena imagen para IU (que registra un 66% de incremento), relativa buena imagen para el PP y los "otros" partidos (que registran una ganancia del 10% y 11%, respectivamente), peor imagen para todos los demás, principalmente para el PSOE, que pierde un 22% por comparación con sus resultados de junio de 1993.

Y la última apreciación que debe hacerse aquí es un comentario que puede ser muy sugestivo a efectos de intentar conocer cuáles son las tendencias realmente subyacentes en el electorado, y que se refiere a la comparación entre los resultados reales de 1993, el recuerdo de voto y la intención de voto , que se facilita en el Cuadro 4.4.3.. El análisis de estos tres indicadores conduce a situaciones muy distintas en los diferentes partidos. Todos los partidos excepto el PSOE, 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 algo menor respecto a los partidos nacionalistas de izquierda. Todos los demás partidos tienen una intención de voto superior al recuerdo, por lo que sus posibles pérdidas son menores de lo que parece. El PP, IU y los "otros" partidos 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, aunque es algo más alto entre los de centro.

c. El voto al PSOE es sobre todo importante entre los mayores de 65 años, los de izquierda y los de status socioeconómico y posición social baja.

d. En cuanto al voto a IU , es considerablemente mayor su intención de voto entre los menores de 50 años, los de izquierda y los de posición social 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 status, y entre los de centro.

f. El voto a partidos nacionalistas de izquierda es muy pequeño en todos los segmentos, pero algo mayor entre los de izquierda y los de status y posición social alta.

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 60% del electorado se comportaría en unas futuras elecciones del mismo modo que en las pasadas elecciones del 6 de junio de 1993, lo que significa una alta proporción de voto estable . Los saldos demuestran que de nuevo este mes el PSOE tiene un saldo muy negativo mientras que los demás partidos tienen

saldos positivos, sobre todo el PP e IU, o escasamente negativos (los partidos nacionalistas de izquierda).

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 del CDS, que se había reducido notablemente el pasado sondeo, asciende ligeramente, y el de los nacionalistas de derecha ha descendido notablemente. Respecto a la abstención igualmente se observa que ha reducido su electorado estable por comparación con el último sondeo.

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 ha aumentado aunque resulta inferior al obtenido el pasado mes de marzo, en que se alcanzó el nivel más alto.

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 los partidos nacionalistas de izquierda.

b) Recuerdo de voto sub-estimado (por comparación con los resultados reales de Junio 1993) para todos los partidos excepto IU, el PSOE y los nacionalistas de izquierda, que están sobre-estimados.

c) Intención de voto superior a los resultados reales de 1.993 para IU, el PP, los partidos nacionalistas de izquierda y los "otros" partidos.

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

JULIO 1995

	Resultados Reales en junio 1993	Recuerdo de Voto	Intenciones Directas de Voto	Estimación de Voto
PP	26,7%	21,8%	29,5%	31,0%
CDS	1,4	0,8	1,2	1,2
PSOE	29,7	30,7	23,0	20,0
IU	7,4	7,9	12,3	10,7
Nac.Centro y Dcha.	6,8	4,5	6,4	7,2
Nac.Izqda.	1,7	2,1	1,8	1,3
Otros	3,6	1,2	4,0	3,8
Abstención	22,7	16,4	6,4	24,8
NS/NC	-	14,6	15,4	-
Total Electores	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

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

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

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

Cuadro 4.4.1.

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

	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95
Podría Votar:												
PP	29%	29%	28%	26%	26%	26%	29%	30%	30%	32%	33%	35%
CDS	6	4	5	4	5	4	8	6	6	5	3	4
PSOE	30	29	29	26	34	29	30	28	29	23	29	31
IU	28	22	21	22	20	23	26	26	22	21	22	21
Nacionalistas Derecha	12	8	10	9	8	10	10	9	10	8	12	10
Nacionalistas Izquierda	4	3	3	2	2	4	2	3	3	3	5	3
Otros	8	6	6	4	4	4	4	6	5	6	6	4
No Votará	9	10	10	11	11	12	7	8	10	7	6	6
NS	9	11	10	12	11	10	10	11	12	12	9	8
NC	6	8	8	7	5	7	6	4	5	6	6	6
Total	(1.208)	(1.212)	(1.212)	(1.210)	(1.210)	(1.215)	(1.211)	(1.219)	(1.213)	(1.213)	(1.221)	(1.209)
No Podría Votar ni Rechazaría:												
PP	43%	45%	42%	42%	43%	43%	39%	39%	40%	41%	32%	34%
CDS	88	93	90	91	91	91	86	90	90	91	92	92
PSOE	48	52	50	53	46	47	46	46	46	48	48	44
IU	61	67	67	67	69	66	61	63	68	69	66	66
Nacionalistas Derecha	79	82	78	83	84	82	81	83	83	84	81	83
Nacionaistas Izquierda	66	70	67	72	74	71	68	71	72	64	73	71
Otros	88	90	90	94	94	94	93	92	93	92	93	95
Total	(1.208)	(1.212)	(1.212)	(1.210)	(1.210)	(1.215)	(1.211)	(1.219)	(1.213)	(1.213)	(1.221)	(1.209)
Nunca Votaría:												
PP	28%	26%	30%	32%	31%	31%	32%	31%	30%	27%	35%	31%
CDS	6	3	5	5	4	5	6	4	4	4	5	4
PSOE	22	19	21	21	20	24	24	26	25	19	23	25
IU	11	11	12	11	11	11	13	11	10	10	12	13
Nacionalistas Derecha	9	10	12	8	8	8	9	8	7	8	7	7
Nacionalistas Izquierda	30	27	30	26	24	25	30	26	25	33	22	26

Otros	4	4	4	2	2	2	3	2	2	2	1	1
No Votará	6	7	7	6	7	7	4	4	6	5	4	4
NS	15	17	13	12	14	12	14	12	14	16	13	13
NC	7	8	7	7	6	7	5	6	6	5	6	5
Total	(1.208)	(1.212)	(1.212)	(1.210)	(1.210)	(1.215)	(1.211)	(1.219)	(1.213)	(1.213)	(1.221)	(1.209)

(*) 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	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95
PP	26,7%	22,8%	22,7%	21,2%	22,1%	20,2%	20,2%	22,0%	23,8%	22,8%	23,7%	26,1%	29,5%
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	1,2
PSOE	29,7	21,0	21,3	20,6	21,0	27,0	20,8	21,1	20,9	22,3	23,7	21,7	23,0
IU	7,4	14,2	12,3	12,1	13,2	10,8	13,2	15,6	14,4	12,2	10,6	11,5	12,3
Nacionalistas Drcha.	6,8	6,9	4,7	6,2	5,4	4,9	4,6	5,3	4,6	6,0	3,8	8,3	6,4
Nacionalistas Izqda.	1,7	1,6	1,5	2,2	0,9	1,8	2,3	1,1	1,3	1,2	1,7	2,5	1,8
Otros	3,6	3,5	3,5	4,0	4,8	3,4	3,3	4,1	4,8	3,8	3,9	3,2	4,0
No (Votó) Votará	22,7	10,3	12,0	11,3	12,8	11,5	12,4	8,8	9,4	10,7	8,4	6,6	6,4
NS/NC	-	18,7	20,8	21,6	19,0	19,9	22,2	20,5	19,6	20,0	23,4	19,9	15,4
	(30.520.730)	(1.208)	(1.212)	(1.212)	(1.210)	(1.210)	(1.215)	(1.211)	(1.219)	(1.213)	(1.213)	(1.221)	(1.209)

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

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

Diferencia en porcentaje respecto a 1993:												
PP	-15	-15	-21	- 17	- 24	- 24	-18	-11	-15	-11	- 2	+10
CDS	-29	-14	-43	- 43	- 64	- 28	+ 7	-14	-28	-43	- 8	-14
PSOE	-29	-28	-31	- 29	- 9	- 30	-29	-30	-25	-20	-27	-22
IU	+92	+66	+64	+ 78	+ 46	+ 78	+111	+95	+26	+43	+55	+66
Nacionalis.Derecha	+ 2	-31	-9	+ 20	- 28	- 32	-22	-32	-12	-44	+22	- 6
Nacionalis.Izq.	- 6	-12	+29	- 47	+ 6	+ 35	-35	-23	-29	0	+47	+ 6
Otros	- 3	- 3	+11	+ 33	- 6	- 8	+14	+33	+ 6	+ 8	-11	+11
No Votará	-55	-47	-50	- 56	- 49	- 45	-61	-58	-53	-63	-71	-72

Cuadro 4.4.3.

Diferencias entre Intención de Voto y Recuerdo de Voto

	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95
Diferencia en Puntos Porcentuales:												
PP	+ 4,6	+ 3,1	+ 1,7	+ 2,7	+ 2,2	+ 4,1	+ 3,7	+ 4,2	+ 4,7	+ 6,4	+ 5,1	+ 7,7
CDS	0,0	+ 0,5	- 0,2	+ 0,3	- 0,4	- 0,3	+ 0,5	0,0	- 0,6	- 0,5	- 0,5	+ 0,4
PSOE	- 5,4	- 3,0	- 4,5	- 6,2	- 3,8	- 7,9	- 7,6	-10,4	- 7,3	- 8,7	- 7,4	- 7,7
IU	+ 4,5	+ 1,9	+ 4,0	+ 3,9	+ 3,3	+ 3,7	+ 5,2	+ 4,6	+ 4,2	+ 3,4	+ 4,1	+ 4,4
Nacionalis.Derecha	+ 1,3	- 0,1	+ 0,8	+ 1,0	+ 0,4	- 0,5	- 0,1	- 0,1	+ 1,2	+ 0,4	+ 1,7	+ 1,9
Nacionalis.Izq.	+ 0,4	+ 0,3	+ 0,2	+ 0,2	+ 0,1	+ 0,5	- 0,1	- 0,2	+ 0,1	+ 0,6	+ 0,5	- 0,3
Otros	+ 2,3	+ 2,3	+ 2,5	+ 3,4	+ 2,2	+ 2,3	+ 3,1	+ 3,8	+ 1,8	+ 1,3	+ 1,6	+ 2,8
No Votará	- 8,1	- 7,8	- 9,7	- 6,8	- 8,3	- 6,3	- 9,6	- 8,8	- 9,3	-10,1	-10,3	-10,0
NS/NC	+ 0,4	+ 2,8	+ 5,2	+ 1,5	+ 4,3	+ 4,4	+ 4,9	+ 6,9	+ 5,2	- 7,2	+ 5,2	+ 0,8
Indice Discrepancia	13,5	10,9	14,4	13,0	12,5	15,0	17,4	19,5	17,2	19,3	18,2	18,0

Diferencia en porcentaje respecto a Recuerdo de Voto:												
PP	+ 25	+ 16	+ 9	+ 14	+ 12	+ 25	+ 20	+ 21	+26	+37	+24	+35
CDS	0	+ 71	- 20	+ 60	- 44	- 23	+ 50	0	-38	-38	-71	+50
PSOE	- 20	- 12	- 18	- 23	- 12	- 28	- 26	- 33	-25	-27	-25	-25
IU	+ 46	+ 18	+ 49	+ 42	+ 44	+ 39	+ 50	+ 47	+52	+47	+55	+56
Nacionalis.Derecha	+ 23	- 2	+ 15	+ 23	+ 9	- 10	- 2	- 2	+25	+12	+26	+42
Nacionalis.Izq.	+ 33	+ 25	+ 10	+ 28	+ 6	+ 28	- 8	- 13	+ 9	+54	+25	-14
Otros	+192	+192	+167	+243	+183	+230	+310	+380	+90	+50	+100	+233
No Votará	- 44	- 39	- 46	- 35	- 42	- 34	- 52	- 48	-46	-55	-61	-61
NS/NC	+ 2	+ 16	+ 32	+ 9	+ 28	+ 25	+ 31	+ 54	+36	+44	+35	+ 6

Cuadro 4.4.4.

Intención de Voto Directa, por Características Socioeconómicas.

JULIO 1995	Total	PP	CDS	PSOE	IU	Nacion. Dcha	Nacion. Izda	Otros En blanco	NV	NS	NC
TOTAL	(1209)	30%	1	23	12	6	2	4	6	10	6
Edad:											
18 a 29 años	(315)	29%	1	15	21	8	3	6	8	6	3
30 a 49 años	(411)	31%	1	19	15	5	2	5	6	9	6
50 a 64 años	(261)	33%	1	27	6	6	*	3	4	10	9
65 y más años	(222)	24%	1	36	2	7	-	1	8	15	6
Posición Social:											
Baja	(493)	28%	1	29	9	5	1	3	7	13	5
Media	(535)	30%	2	21	14	7	2	4	7	7	6
Alta	(181)	31%	1	13	16	8	4	7	4	8	8
Ideología:											
Izquierda	(494)	4%	*	45	25	3	4	5	4	6	3
Centro	(212)	35%	3	12	6	14	1	3	7	10	9
Derecha	(273)	78%	1	4	1	6	-	1	2	2	3
Status Socioeconómico:											
Alto, Medio alto	(267)	35%	2	14	15	9	4	6	4	8	4
Medio	(654)	31%	1	24	13	6	2	3	6	9	5
Medio Bajo	(265)	22%	*	28	8	4	*	5	9	13	11
Bajo	(23)	13%	-	39	9	-	-	-	18	17	4
Clientes de:											
Bancos	(321)	36%	1	19	10	6	3	4	7	9	4
Cajas	(788)	28%	1	25	12	7	2	4	6	10	5

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

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

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

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

Cuadro 4.4.7.

Estimación de la Intención de Voto Según el Modelo Predictivo ASEP

	Resultados Reales en 1993	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95
PP	26,7%	28,4%	26,3%	25,6%	26,4%	25,8%	27,6%	27,3%	28,2%	27,0%	29,0%	27,1%	31,0%
CDS	1,4	0,5	1,0	0,8	0,4	0,7	0,5	1,5	1,4	0,9	0,9	0,2	1,2
PSOE	29,7	21,5	23,4	21,5	21,2	24,7	19,9	19,4	18,7	20,0	19,4	21,1	20,0
IU	7,4	10,8	8,9	10,4	10,1	10,4	10,7	11,4	11,5	10,5	9,1	10,6	10,7
Nacional.Drcha.	6,8	6,6	6,0	6,5	6,3	6,4	5,8	6,0	5,4	6,4	5,7	7,4	7,2
Nac. Iqda.	1,7	1,2	1,5	1,3	1,8	1,7	2,0	1,3	1,4	1,6	1,8	2,1	1,3
Otros	3,6	2,7	3,0	3,0	3,0	2,8	3,1	3,8	3,9	3,0	2,3	3,0	3,8
Abstención	22,7	28,3	29,9	30,9	30,8	27,5	30,4	29,3	29,5	30,6	31,8	26,5	24,8
Total Electores	(30.520.730)	(1.208)	(1.212)	(1.212)	(1.210)	(1.210)	(1.215)	(1.211)	(1.219)	(1.213)	(1.213)	(1.221)	(1.209)

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 julio, el IEI ha sido especialmente bajo (66), lo que obedecería básicamente a dos razones: Una estructural y otra coyuntural. Por un lado julio es un mes vacacional durante el cual los españoles tienden a pasar más tiempo de ocio y ver menos informativos. En segundo lugar, julio ha sido un mes con noticias poco relevantes en comparación con lo acontecido durante el primer semestre del año.

Tan solo los individuos de alta posición social (109) han conocido en esta ocasión un nivel superior al índice de equilibrio.

Cuadro 5.1.1.

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

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

Cuadro 5.1.2.

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

	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95
Total IEI	72	74	75	77	71	75	66	72	69	72	80	66
Edad:												
- 30 años	84	85	79	76	76	73	74	78	76	80	92	72
30-49 años	83	82	88	85	80	96	68	78	80	79	86	77
50-64 años	64	68	70	82	68	61	65	66	66	72	77	67
65 y más años	44	51	53	57	54	56	54	62	44	45	56	34
Posición Social:												
Baja	43	49	44	50	46	46	39	47	40	45	52	32
Media	86	83	86	87	79	85	76	83	80	83	88	82
Alta	121	121	129	130	123	127	112	118	115	115	136	109
Ideología:												
Izquierda	80	85	78	82	82	83	71	79	70	76	76	70
Centro	76	78	83	78	66	88	75	88	83	74	79	62
Derecha	86	85	101	97	81	83	78	74	93	87	110	75
Hábitat:												
Rural	49	60	51	66	59	57	50	58	63	55	64	51
Urbano	77	69	79	71	69	80	63	78	60	72	81	66
Metropolitano	86	95	91	98	87	83	85	76	92	86	91	78
Status Socioeconómico Familiar:												
Alto, Medio Alto	100	114	108	118	111	112	111	114	103	113	113	98
Medio	73	69	73	72	69	71	61	71	67	68	77	56
Medio Bajo	56	60	56	58	51	57	43	51	51	52	61	58
Bajo	37	28	21	41	53	50	36	28	33	39	32	35
Clientes:												
Bancos	82	90	97	87	88	91	76	81	77	88	93	86
Cajas	70	72	73	76	68	75	68	74	70	72	81	65

5.2. PRENSA DIARIA

Por las mismas razones expuestas para explicar la fuerte caída del IEI en julio, el porcentaje de lectores de prensa diaria ha caído de forma notable para situarse en un 40%, es decir siete puntos por debajo del registrado en junio, con lo que se cierra un ciclo de varios meses de subidas consecutivas, pero con una caída final que sitúa el porcentaje de lectores en su nivel más bajo del año.

Todos los segmentos que habitualmente leen más la prensa han conocido caídas en sus porcentajes de lectura. Así, por ejemplo, los lectores de posición social alta (63%) representan una proporción 17 puntos inferior a la del mes pasado.

Los lectores con ideología de derecha (48%) también pierden 14 puntos porcentuales, representando una de las caídas más importantes de la muestra, mientras que los entrevistados de izquierda (41%) pierden por su parte otros 6 puntos porcentuales.

Analizando los porcentajes de lectura según la publicación, El País ha padecido la principal pérdida, 1,2 puntos, quedando en un 4,9 por ciento, mientras que se mantienen los índices de lectores de los diarios El Mundo, ABC y Diario 16 situados en un 4,0%, un 3,8% y un 0,8% respectivamente, de lo que se deduce que el descenso general en la lectura de diarios no procede de una menor aceptación de los periódicos de difusión nacional sino solo de El País y de algunos diarios de provincias como El Correo a la Voz de Galicia.

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 (2,1%), 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 30 en julio.

Cuadro 5.2.1.

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

	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95
Total Lectores Periódicos	45	44	45	46	41	43	43	42	43	45	47	40
Edad:												
-30 años	53	52	48	49	46	47	51	47	52	55	55	45
30-49 años	52	48	54	49	45	52	44	46	47	52	52	45
50-64 años	40	42	41	48	38	36	41	40	42	42	43	40
65 y más años	28	31	31	32	31	30	30	32	26	24	29	23
Posición Social:												
Baja	29	31	27	28	28	27	26	27	26	26	30	23
Media	52	49	52	53	46	49	49	49	49	53	52	48
Alta	76	71	75	76	68	72	71	70	73	77	80	63
Ideología:												
Izquierda	48	49	48	48	45	46	46	46	42	46	47	41
Centro	48	45	47	46	38	50	46	51	49	52	43	39
Derecha	53	53	61	55	48	49	51	47	59	53	62	48
Status Socioeconómico Familiar:												
Alto, Medio Alto	67	66	64	69	62	64	68	66	65	72	70	59
Medio	44	42	44	44	41	41	40	42	42	44	45	36
Medio bajo	34	37	34	34	30	32	29	29	30	30	33	34
Bajo	25	17	14	20	24	30	18	17	20	23	16	22
Clientes de:												
Bancos	53	53	58	52	49	49	47	47	51	55	54	52
Cajas	44	45	45	45	40	44	44	43	43	46	48	39

Cuadro 5.2.2.

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

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

El Ideal	0,6	0,8	1,1	1,0	0,6	0,6	-	-	-	0,8	0,6	0,5
Hoy	0,7	-	0,6	0,8	-	0,7	0,6	0,7	0,5	0,7	0,6	1,0
Diario de Cádiz	0,6	0,6	0,5	0,9	0,5	0,8	0,7	0,6	0,8	-	-	0,8
Progreso	0,7	-	0,5	-	0,7	-	-	-	-	0,5	-	0,7
La Provincia	-	-	-	-	-	-	0,7	-	0,6	-	0,8	-
Córdoba	0,6	0,7	-	-	-	0,5	0,6	0,5	-	0,8	-	0,9
Diario Extremadura	-	-	-	0,5	-	-	-	0,6	-	-	-	-
Diario Mallorca	0,6	-	-	-	-	-	-	0,5	-	-	0,5	-
Canarias-7	0,7	1,3	0,7	-	-	0,5	-	0,7	0,7	0,7	0,7	-
El Comercio	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	-	-	-	-	-	-	-	-	0,5
La Opinión	-	-	-	-	-	-	-	-	0,5	0,8	-	-
Sport	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,5	-	-
Adelanto	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 sólamente 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 (33%)
- Con alta posición social (28%)
- Con un alto status socioeconómico familiar (34%)
- Con un elevado nivel de educación (36%)
- Residentes en áreas metropolitanas (25%).

El descenso generalizado de exposición a la información también procede lógicamente de una menor lectura de revistas. En julio, tanto las revistas del corazón como las de información general se han visto perjudicadas por la ausencia de noticias marcando mínimos anuales algunas de ellas, como Pronto, que no supera el 3,1 por ciento, su peor resultado en el último año, o la revista Tiempo, que ni siquiera supera el 0,6 por ciento.

Entre las revistas de información general, Tiempo ha sido incluso menos leída que Cambio 16 (0,7%) y Epoca (0,7%) e igual que Tribuna (0,6%).

Una vez más, el dato de Tiempo debe considerarse especialmente negativo si se tiene en cuenta que aún se mantiene su promoción de CD's.

En julio, el descenso en el número de lectores ha afectado a todas las capas de la población, pero han resultado especialmente significativas las caídas porcentuales entre los individuos de posición social media (-9) y status socioeconómico medio (-9), así como entre los de ideología de derecha (-12) y los residentes en zonas metropolitanas (-9).

Cuadro 5.3.1.

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

	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95
Total lectores de revistas	25	28	26	26	25	24	26	26	26	26	28	23
Edad:												
- 30 años	39	37	34	36	34	33	37	36	34	34	39	33
30-49 años	26	30	29	31	24	27	28	27	26	28	28	24
50-64 años	16	23	19	18	18	16	18	23	20	21	21	17
65 y más años	12	17	18	14	21	18	14	17	20	14	20	14
Posición Social:												
Baja	23	24	22	22	23	19	20	24	25	22	23	21
Media	25	28	28	28	25	27	29	26	25	25	32	23
Alta	31	41	31	36	30	34	31	37	32	38	30	28
Ideología:												
Izquierda	25	27	24	28	24	26	27	27	25	27	26	21
Centro	30	36	24	25	24	26	26	28	30	28	26	28
Derecha	30	32	37	31	26	26	28	29	28	32	37	25
Hábitat:												
Rural	18	27	18	21	21	21	21	24	25	27	22	21
Urbano	28	27	26	27	24	23	24	25	22	24	27	23
Metropolitano	27	31	34	30	29	30	32	31	33	28	34	25
Educación:												
Baja	17	20	20	18	19	18	17	20	19	18	21	16
Media	38	42	33	38	30	32	35	35	32	34	38	30
Alta	37	42	38	43	43	39	40	40	42	47	37	36
Status Socioeconómico Familiar:												
Alto, Medio Alto	36	41	33	37	32	36	35	36	35	46	37	34
Medio	25	28	27	27	26	25	25	27	27	24	30	21
Medio bajo	19	19	19	16	18	16	18	19	18	16	18	18
Bajo	3	8	17	25	15	15	18	14	10	4	6	13

Clientes de:												
Bancos	31	35	30	30	31	31	29	32	30	32	33	27
Cajas	26	27	25	27	25	24	25	26	26	26	27	24

Cuadro 5.3.2.

Porcentaje de Lectores de Revistas la Semana Anterior (*)

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

(*) Se incluyen sólamente 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

Cuando se comparan los descensos que caracterizan la audiencia de los distintos medios de comunicación, se constata que la radio ha sido probablemente menos perjudicada, aunque también ha perdido cinco puntos en su índice general, quedando en un 65 por ciento.

Si se desglosa el dato en función de las distintas variables socioeconómicas, se constata que las pérdidas de radioyentes han sido, en puntos porcentuales, prácticamente iguales en todos los segmentos, lo que significa por lo tanto que las pérdidas de audiencia han sido más importantes en los segmentos que son menos propensos a escuchar la radio, puesto que la caída en puntos porcentuales es la misma sobre proporciones de radioyentes más pequeñas.

Excepcionalmente, se ha visto que, diferenciando a la audiencia en función de la edad, la caída porcentual es mayor cuanto más importante es la proporción que representa el grupo. Así, por ejemplo, los menores de 30 años son los que más escuchan la radio (77%) pero también son quienes padecen la mayor caída con respecto al mes pasado (-7 puntos porcentuales). En el polo opuesto, los mayores de 65 años representan la proporción más baja de radioyentes (51%) y también padecen la pérdida más pequeña (-2 puntos porcentuales).

Sin embargo, donde sí se ha detectado un cambio notable es en los hábitos de audiencia en función de la hora del día. La tendencia de las empresas a instaurar la jornada intensiva, dejando las tardes y las noches más libres para el ocio explicarían que los porcentajes de radioyentes hayan aumentado dos y un punto respectivamente por la mañana y durante la sobremesa, disminuyendo sin embargo siete puntos durante la noche. Por emisoras, parece confirmarse el nuevo rumbo de la Cadena SER, que ha arrebatado a la COPE el liderazgo en radio convencional. Aunque la diferencia que separa ambas cadenas es de tan sólo cuatro puntos porcentuales, dicha diferencia tiende a aumentar cada mes, hasta el punto de que la Cadena SER ha ganado a la COPE nueve puntos porcentuales desde el pasado mes de abril.

Además, es especialmente importante si se tiene en cuenta que la SER ha superado otra vez a la COPE en todas las franjas horarias, aumentando las diferencias según avanza el día y alcanzando su máxima diferencia durante la madrugada, en que "El Larguero" (SER) dobla en audiencia a "Super García" (COPE). En frecuencia modulada, 40 Principales (21%) y Cadena Dial (13%) siguen concentrando los principales niveles de audiencia, mientras que un 43% 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 26% afirmaba no escuchar ninguna emisora de este tipo, mientras que en julio de 1995, esta cifra se ha elevado hasta un 43%. 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 solamente un 22% dice no escuchar ninguna emisora de este tipo.

Al analizar la audiencia de los programas de radio matinal de las cuatro principales cadenas de radio convencional, no puede por menos que subrayarse la caída espectacular que ha padecido Antonio Herrero y su espacio "Primera Hora" en la COPE. Su audiencia es de un 9 por ciento, es decir 5 puntos por debajo de la conocida hace tres meses. Sin embargo, Luis del Olmo (Onda Cero), refuerza su liderazgo con un 21 por ciento, mientras que Iñaki Gabilondo aumenta tres puntos porcentuales, dejando su programa "Hoy por Hoy" de la SER con un 18 por ciento de audiencia, cuatro puntos más que "Los Desayunos" de Radio 1.

Al buscar las causas del "descalabro" del espacio de Antonio Herrero, deben encontrarse en el contenido, pues las variables restantes indican que no se trata de un problema común a las demás cadenas, ni tampoco de una modificación en los hábitos de audiencia en función del horario. En principio, la saturación publicitaria y la radicalización de los comentarios podrían estar entre las causas de la pérdida de audiencia padecida por "Primera Hora".

Analizando el perfil de los radioyentes de cada uno de los cuatro programas, se ha podido constatar que "Primera Hora" (COPE) es el único en el que los de 18 a 29 años que no sintonizan supera a la proporción de personas que dicen sí escucharlo. También es el único programa en el que los entrevistados de izquierda que no lo escuchan supera la proporción de quienes sí lo hacen, y también en el que los entrevistados con ideología de derecha que lo escuchan superan al de quienes no lo hacen.

Por su parte, los programas "Hoy por Hoy" (SER) y "los Desayunos de Radio 1" (RNE) presentan un perfil de radioyentes muy similar, en el que prevalecen sobre todo los oyentes con ideología de izquierda, entre 30 y 49 años y de posición social y status medios.

Finalmente, los oyentes de Luis del Olmo (Onda Cero) presentan un perfil intermedio entre la COPE y SER, en el que la diferencia entre seguidores y detractores es muy pequeña en todos los segmentos de la muestra, aún existiendo una mayor aceptación entre los oyentes con ideología de derecha y de mayor status.

Cuadro 5.4.1.

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

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

Medio Bajo	43	44	49	53	47	55	54	55	56	56	62	53
Bajo	22	37	56	58	44	30	45	45	54	39	52	48
Clientes:												
Bancos	50	59	67	71	64	72	70	69	67	71	68	72
Cajas	48	51	63	64	60	65	65	69	64	65	69	66

* 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. (*)

	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95
Mañana (7 a 14 h.)	64%	64%	70%	70%	69%	70%	75%	73%	74%	68%	69%	71%
Sobremesa (14 a 18 h.)	23	23	22	24	22	22	25	22	22	22	23	24
Tarde (18 a 21 h.)	24	26	30	31	28	28	28	32	30	32	30	30
Noche (21 a 24 h.)	23	18	24	24	25	28	25	24	26	24	26	19
Madrugada (+ 24 h.)	11	10	9	9	8	9	11	9	9	13	8	8
NS/NC	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	2	2
Total radioyentes	(597)	(634)	(766)	(779)	(733)	(783)	(780)	(824)	(788)	(792)	(849)	(790)

Cuadro 5.4.3.

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

	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95
Radio Convencional:												
Radio Nacional 1	9%	8%	18%	17%	18%	19%	19%	16%	19%	18%	15%	19%
Cadena SER	14	18	22	22	22	25	26	26	22	22	25	27
Radio Popular (COPE)	14	16	29	23	27	28	26	33	27	23	22	23
Radio 5 Todo Noticias	5	4	4	5	4	5	5	4	5	5	6	6
Onda Cero	15	17	20	18	15	18	18	19	20	18	18	19
Cadena Ibérica	-	-	1	1	1	1	1	1	*	1	1	1
Radio Intercontinental	-	-	-	1	1	*	1	1	1	*	1	*
Otras	1	1	7	7	9	9	5	7	8	8	12	9
Ninguna	59	57	24	28	24	23	24	22	25	25	24	22
NS/NC	2	1	*	1	1	1	*	*	*	1	1	1
Frecuencia Modulada:												
40 Principales	26%	17%	20%	18%	21%	19%	19%	20%	18%	19%	20%	21%
Cadena 100 (COPE)	11	11	5	8	7	6	6	8	6	6	6	8
Sinfo Radio (Antena 3)	5	4	3	4	2	2	4	2	2	3	2	2
M-80	3	4	6	7	4	4	6	6	4	3	5	6
Top 40 (Radio España)	-	3	2	1	1	3	3	2	2	1	3	3
Onda Cero Música	-	-	6	7	6	7	5	6	4	6	6	8
Cadena Dial	-	-	16	14	13	11	13	13	14	13	15	13
Otras	15	14	9	11	9	10	13	12	10	15	12	11
Ninguna	26	30	43	42	44	48	45	48	48	42	45	43
NS/NC	3	1	1	1	2	2	1	1	1	3	2	3
Total Radio Oyentes	(597)	(634)	(766)	(779)	(733)	(783)	(780)	(824)	(788)	(792)	(849)	(790)

* 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 (*)

JULIO 1995	Total aud. Radio	Mañana	Sobre-mesa	Tarde	Noche	Madru-gada
TOTAL	(790)	(561)	(188)	(240)	(147)	(67)
Emisoras de Radio Convencional:						
Cadena SER	25%	24%	29%	25%	37%	42%
Cadena COPE	20	20	22	19	23	21
Onda Cero	17	20	16	16	13	9
Radio Nacional Españ	15	17	15	16	16	12
Radio 5 Todo Noticia	4	5	5	4	5	4
Cadena Ibérica	1	1	-	-	-	-
R. Intercontinental	-	-	-	-	-	-
Otras Radio Convenc.	8	7	9	9	6	4
Emisoras de Radio Música:						
Cadena Dial	11%	11%	10%	16%	14%	12%
40 Principales	17	16	18	26	20	28
Top 40	2	1	4	3	3	2
Cadena 100	5	4	4	6	6	10
Onda Cero Música	4	4	3	4	5	3
Sinfo Radio (A3)	2	2	-	3	1	1
M-80	3	4	4	5	5	1
Otras Radio Música	10	10	12	10	9	6

(*) 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. (*)

JULIO 1995	TOTAL MUESTRA	Total Audiencia Radio	Audiencia Radio Convenc.	Audiencia Radio Música
TOTAL	(1209)	(790)	(607)	(421)
Edad:				
18 a 29 años	26%	31%	24%	48%
30 a 49 años	34	36	36	37
50 a 64 años	22	19	23	9
65 y más años	18	14	18	5
Posición Social:				
Baja	41%	36%	35%	34%
Media	44	47	48	47
Alta	15	18	17	19
Ideología:				
Izquierda	41%	41%	40%	43%
Centro	18	18	19	18
Derecha	23	23	25	20
Status Socioeconómico:				
Alto, Medio alto	22%	26%	26%	31%
Medio	54	55	54	56
Medio Bajo	22	18	19	12
Bajo	2	1	1	1
Clientes de:				
Bancos	27%	29%	30%	30%
Cajas	65	66	66	64

(*) 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	VII-95
TOTAL	(1.212)	(1.210)	(1.210)	(1.215)	(1.211)	(1.219)	(1.213)	(1.213)	(1.221)	(1.209)
-·"Primera Hora" de Antonio Herrero (COPE).....	15	-	-	15	-	-	14	-	-	9
-·"Protagonistas" de Luis del Olmo (ONDA CERO).....	23	-	-	21	-	-	20	-	-	21
-·"Hoy por Hoy" de Iñaki Gabilondo (SER).....	18	-	-	19	-	-	15	-	-	18
-·"Los Desayunos" de Radio 1 (RNE).....	10	-	-	14	-	-	12	-	-	14
-·"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 Siguientes Programas de Radio.

JULIO 1995	Total	PRIMERA HORA Si	PRIMERA HORA No	PRIMERA HORA Ns/Nc	PROTAGONISTAS Si	PROTAGONISTAS No	PROTAGONISTAS Ns/Nc	HOY POR HOY Si	HOY POR HOY No	HOY POR HOY Ns/Nc	LOS DESAYUNOS DE RADIO 1 Si	LOS DESAYUNOS DE RADIO 1 No	LOS DESAYUNOS DE RADIO 1 Ns/Nc
TOTAL	(1209)	(107)	(1097)	(5)	(254)	(949)	(6)	(219)	(984)	(6)	(163)	(1041)	(5)
Edad:													
18 a 29 años	26%	21%	27%	20%	27%	26%	16%	26%	26%	16%	27%	26%	40%
30 a 49 años	34	40	33	41	39	33	67	39	33	51	38	33	20
50 a 64 años	22	20	22	40	19	22	16	19	22	16	16	22	20
65 y más años	18	19	18	-	16	19	-	16	19	17	18	18	20
Posición Social:													
Baja	41%	26%	42%	60%	38%	41%	50%	38%	41%	50%	34%	42%	40%
Media	44	52	44	-	47	44	-	46	44	17	52	43	60
Alta	15	22	14	40	15	15	50	16	15	33	14	15	-
Ideología:													
Izquierda	41%	37%	41%	60%	43%	40%	50%	47%	40%	50%	50%	39%	60%
Centro	18	19	18	-	19	17	34	17	18	17	18	17	20
Derecha	23	34	22	20	28	21	-	21	23	-	22	23	-
Status Socioeconómico:													
Alto, Medio alto	22%	23%	22%	40%	27%	21%	33%	25%	21%	50%	25%	22%	40%
Medio	54	63	53	60	58	53	67	59	53	50	57	54	60
Medio Bajo	22	13	23	-	15	24	-	15	24	-	18	23	-
Bajo	2	1	2	-	-	2	-	1	2	-	-	2	-
Clientes de:													
Bancos	27%	30%	26%	40%	36%	24%	33%	36%	25%	33%	31%	26%	40%
Cajas	65	65	65	60	62	66	67	63	66	67	64	65	60
Exposición a Información:													
Alta	33%	45%	31%	60%	39%	31%	84%	41%	31%	67%	44%	31%	40%
Baja	43	41	43	40	44	43	16	41	44	33	44	43	40
Ninguna	24	14	25	-	16	26	-	18	25	-	13	26	20

Cuadro 5.4.8.

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

JULIO 1995	Total aud. Radio	PRIMERA HORA Si	PRIMERA HORA No	PRIMERA HORA Ns/Nc	PROTAGONISTAS Si	PROTAGONISTAS No	PROTAGONISTAS Ns/Nc	HOY POR HOY Si	HOY POR HOY No	HOY POR HOY Ns/Nc	LOS DESAYUNOS DE RADIO 1 Si	LOS DESAYUNOS DE RADIO 1 No	LOS DESAYUNOS DE RADIO 1 Ns/Nc
TOTAL	(790)	(96)	(690)	(4)	(235)	(550)	(5)	(201)	(584)	(5)	(151)	(635)	(4)
Emisoras de Radio Convencional:													
Cadena SER	25%	20%	26%	50%	21%	27%	40%	54%	15%	40%	27%	25%	50%
Cadena COPE	20	64	14	25	25	18	-	19	20	20	15	21	50
Onda Cero	17	21	16	25	42	6	20	13	18	20	17	17	-
Radio Nacional Españ	15	12	16	25	13	16	20	15	16	20	38	10	-
Radio 5 Todo Noticia	4	4	4	-	3	5	-	4	4	-	7	4	-
Cadena Ibérica	1	-	1	-	-	1	-	*	1	-	1	*	-
R. Intercontinental	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Otras Radio Convenc.	8	2	8	-	7	8	-	6	8	-	5	8	-
Emisoras de Radio Música:													
Cadena Dial	11%	10%	11%	-%	14%	10%	-%	12%	11%	-%	15%	10%	-%
40 Principales	17	7	18	-	11	20	-	13	18	-	14	18	-
Top 40	2	1	2	-	2	2	-	1	2	-	1	2	-
Cadena 100	5	3	5	-	5	5	-	5	5	-	3	5	-
Onda Cero Música	4	6	3	50	6	3	60	6	3	60	6	3	25
Sinfo Radio (A3)	2	-	2	-	1	2	-	1	2	-	1	2	-
M-80	3	2	4	-	3	4	-	3	4	-	3	3	-
Otras Radio Música	10	2	11	-	8	11	-	5	11	-	11	9	25

5.5. TELEVISION

Novedades más Relevantes de este mes de Julio de 1995

El mes de julio ha supuesto una disminución de tres puntos porcentuales en la audiencia de televisión, cuya cuota es ahora del 82%, con lo que se confirma que la caída de la exposición a la información obedece a un menor contacto de los entrevistados con todos y cada uno de los medios de comunicación que son estudiados mensualmente por ASEP y que configuran el IEI.

Julio es además un periodo durante el cual la pérdida de audiencia suele afectar a todos los canales por igual, a menos que alguno de ellos cuente con los derechos de retransmisión de algún acontecimiento extraordinario. Tal como ya sucedió en julio de 1994, esto es lo que ha ocurrido este mes con TVE-1, que ha ganado dos puntos de audiencia, gracias a los derechos de retransmisión del Tour de Francia. Esta constatación queda claramente respaldada cuando comparamos la distribución de las audiencias por canales y franjas horarias. Por comparación con otros meses, se observa inmediatamente que la audiencia de TVE-1 se dispara hasta el 68% durante la sobremesa, que es justamente cuando tiene lugar la retransmisión del Tour de Francia, mientras que Antena 3TV queda relegada, con trece puntos porcentuales menos, a la segunda posición del ranking.

Esta alteración es en sí la única destacable, pero repercute, como es lógico, en otros indicadores que son habitualmente controlados.

Así, por ejemplo, si se comparan los datos generales de audiencia por franjas horarias, se detecta un incremento notable de seis puntos durante la sobremesa, que contrasta, no sólo con la caída general de cinco puntos apuntada previamente, sino también con las pérdidas de televidentes de las franjas horarias restantes (6 puntos menos por la tarde, 2 menos por la noche y 3 menos durante la madrugada).

La retransmisión del Tour de Francia explica el incremento de audiencia durante la sobremesa, pero la pérdida en las franjas restantes obedece a las pautas de comportamiento propias del verano ya señaladas: los españoles disfrutan fuera de su casa más tiempo, desconectando más con los medios de comunicación en su conjunto.

En esta ocasión, es TVE-1 quien supera a Antena 3TV en tres de las Comunidades Autónomas. En Cataluña se impone TV-3, y en Valencia y Andalucía es Antena 3TV quien vuelve a liderar el ranking.

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 (29%) y por Antena 3TV (23%).

Todos los canales han experimentado leves retrocesos en los índices de audiencia de sus boletines informativos, excepto TVE-1, cuya diferencia con respecto a Antena 3TV aumenta a siete 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 situa en un nivel bajo (9%), lejos de sus principales competidores.

Para complementar este análisis, se ha consultado sobre el seguimiento de los boletines de la primera edición, constatando que el espacio dirigido por Ana Blanco y Matías Prats en TVE-1

(49%) supera en sólo tres puntos porcentuales al de Olga Viza en Antena 3TV (46%) con el mismo registro que en la última consulta (abril- 95 = 49%). El informativo de Carmen Tomás, en Telecinco, además de no superar el 25%, es peor que el 27% conocido hace tres meses.

En general, puede decirse que los datos del mes de julio 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, aunque no debe dejar de apuntarse la influencia de la retransmisión del Tour de Francia sobre su resultado global.

Pautas Estables en la Audiencia de Televisión

Las novedades que se observan cada mes, como en esta ocasión, no impiden que se repitan ciertos comportamientos de la audiencia ante la televisión. Así, se constata que una de las pautas invariables es la del período del día, por lo que la noche (76%) y la sobremesa (56%) siguen siendo los momentos que cuentan con más televidentes, mientras que la madrugada (5%) 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 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%.

Cuadro 5.5.1.

Audiencia de TV el día de Ayer, en Distintos Canales

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

Cuadro 5.5.2.

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

JULIO 1995	Total	Cataluña	País Vasco	Galicia	Andalucía	Madrid	Comunidad Valencia
TOTAL	(1209)	(191)	(65)	(82)	(217)	(158)	(122)
CANALES							
TVE 1	49%	38%	54%	56%	49%	52%	40%
La 2	15	9	17	11	19	8	14
Canales Autonómicos	23	38	43	29	30	22	32
Canal Plus	5	4	3	5	6	8	7
Antena 3	44	36	34	26	55	37	48
Telecinco	26	24	29	23	32	13	29
Via Satélite	1	1	-	-	1	1	1
Ninguno, no vió	16	14	9	17	13	18	21
NS/NC	1	1	2	1	1	-	-
Total Audiencia	82%	84%	88%	82%	85%	79%	79%

Cuadro 5.5.3.

Audiencia de Televisión en diferentes bloques horarios

	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95
Mañana (7 a 14 h.)	6%	5%	5%	6%	8%	6%	7%	6%	6%	3%	6%	6%
Sobremesa (14 a 18 h.)	51	50	49	49	48	55	52	52	50	46	50	56
Tarde (18 a 21 h.)	41	38	40	44	46	43	43	42	41	41	44	38
Noche (21 a 24 h.)	74	76	80	80	78	82	82	77	81	82	78	76
Madrugada (+ 24 h.)	8	6	6	7	7	7	7	5	6	8	8	5
NS/NC	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3
Total: Televidentes	(998)	(1.017)	(1.019)	(1.047)	(1.014)	(1.061)	(1.036)	(1.066)	(1.018)	(1.002)	(1.035)	(993)

Cuadro 5.5.4.

Audiencia de Canales de Televisión en diferentes bloques horarios.

JULIO 1995	Total Audiencia	Mañana	Sobre-mesa	Tarde	Noche	Madru-gada
TOTAL	(993)	(56)	(552)	(375)	(754)	(53)
CANALES						
TVE 1	60%	71%	68%	66%	62%	64%
La 2	18	38	23	26	20	30
Canales Autonómicos	29	34	33	31	30	30
Canal Plus	6	5	6	6	6	13
Antena 3	54	70	55	61	57	70
Telecinco	32	43	34	41	34	42
Via Satélite	1	2	1	2	1	-
Ninguno, no vió	*	2	*	-	*	-
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.

JULIO 1995	Total Muestra	TVE 1	La 2	Canales Autonómicos	Canales Privados
TOTAL	(1209)	(595)	(179)	(283)	(695)
Edad:					
18 a 29 años	26%	24%	28%	22%	28%
30 a 49 años	34	30	31	35	35
50 a 64 años	22	24	21	24	21
65 y más años	18	21	20	19	16
Posición Social:					
Baja	41%	42%	40%	35%	40%
Media	44	44	42	46	46
Alta	15	14	17	19	14
Ideología:					
Izquierda	41%	44%	49%	42%	39%
Centro	18	17	15	21	17
Derecha	23	21	19	21	26
Status Socioeconómico:					
Alto, Medio alto	22%	21%	26%	21%	23%
Medio	54	53	50	52	55
Medio Bajo	22	23	22	26	20
Bajo	2	2	2	1	2
Clientes de:					
Bancos	27%	27%	30%	23%	30%
Cajas	65	67	66	69	63

Cuadro 5.5.6.

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

	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95
TVE 1	33%	34%	33%	35%	33%	34%	30%	31%	28%	31%	29%	31%
La 2	2	2	2	2	3	1	2	3	2	2	2	2
Canal Plus	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2
Antena 3	22	22	22	23	22	23	21	26	25	26	26	24
Telecinco	6	7	7	8	8	10	10	11	8	8	10	9
Vía Satélite	*	-	*	*	*	*	*	*	-	*	*	*
Canales Autonó-micos	12	11	14	14	13	16	14	14	12	13	15	14
Ninguno	35	36	34	30	34	31	38	31	36	35	29	33
NS/NC	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2
Total Audiencia Informativos	63%	63%	65%	70%	65%	68%	61%	68%	63%	63%	70%	65%

Cuadro 5.5.7.

Audiencia de Boletines Informativos en distintas Comunidades Autónomas.

JULIO 1995	Total	Cataluña	País Vasco	Galicia	Andalucía	Madrid	Comunidad Valencia
TOTAL	(1209)	(191)	(65)	(82)	(217)	(158)	(122)
CANALES							
TVE 1	31%	15%	32%	44%	29%	39%	25%
La 2	2	3	-	-	*	1	-
Canales Autonómicos	14	29	31	23	13	11	20
Canal Plus	2	2	3	2	2	1	2
Antena 3	24	24	25	15	25	24	19
Telecinco	9	9	11	7	8	5	10
Via Satélite	*	1	-	-	*	1	-
Ninguno, no vió	33	23	20	24	38	35	39
NS/NC	2	2	9	2	2	-	2

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	VII-95
TOTAL	(1.212)	(1.210)	(1.210)	(1.215)	(1.211)	(1.219)	(1.213)	(1.213)	(1.221)	(1.209)
-·NOTICIAS 1ª EDICION con Carmen Tomás (TELE 5).....	21	-	-	28	-	-	27	-	-	25
-·ANTENA 3 NOTICIAS con Olga Viza y José A. Gavira.....	42	-	-	44	-	-	47	-	-	46
- TELEDIARIO 1ª EDICION con Ana Blanco y Matías Prats (TVE 1).....	50	-	-	52	-	-	49	-	-	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 Siguientes Programas Informativos de Televisión.

JULIO 1995	Total	NOTICIAS 1ª EDICION Si	NOTICIAS 1ª EDICION No	NOTICIAS 1ª EDICION Ns/Nc	ANTENA 3 NOTICIAS Si	ANTENA 3 NOTICIAS No	ANTENA 3 NOTICIAS Ns/Nc	TELEDIARIO 1ª EDICION Si	TELEDIARIO 1ª EDICION No	TELEDIARIO 1ª EDICION Ns/Nc
TOTAL	(1209)	(302)	(898)	(9)	(557)	(642)	(10)	(587)	(612)	(10)
Edad:										
18 a 29 años	26%	22%	27%	33%	31%	22%	30%	22%	30%	20%
30 a 49 años	34	34	34	34	38	30	41	34	34	60
50 a 64 años	22	23	21	22	17	25	20	22	21	20
65 y más años	18	20	18	11	14	22	10	22	15	-
Posición Social:										
Baja	41%	42%	41%	11%	37%	44%	40%	41%	41%	20%
Media	44	45	44	55	46	43	40	44	45	50
Alta	15	13	15	33	17	13	20	15	15	30
Ideología:										
Izquierda	41%	39%	41%	55%	39%	43%	40%	44%	37%	60%
Centro	18	20	17	22	20	15	30	18	17	20
Derecha	23	26	22	-	25	21	-	23	23	-
Status Socioeconómico:										
Alto, Medio alto	22%	24%	21%	67%	26%	18%	50%	22%	22%	60%
Medio	54	57	53	33	55	54	40	56	53	30
Medio Bajo	22	18	23	-	19	25	10	21	23	10
Bajo	2	1	2	-	1	3	-	1	2	-
Clientes de:										
Bancos	27%	29%	25%	56%	31%	22%	50%	31%	23%	30%
Cajas	65	66	65	44	67	64	50	67	63	70

Exposición a Información:										
Alta	33%	30%	34%	22%	37%	29%	30%	35%	30%	60%
Baja	43	52	40	56	46	41	40	48	39	20
NInguna	24	18	26	22	18	30	30	17	31	20

Cuadro 5.5.10.

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

		NOTICIAS 1ª EDICION			ANTENA 3 NOTICIAS			TELEDIARIO 1ª EDICION		
JULIO 1995	Total	Si	No	Ns/Nc	Si	No	Ns/Nc	Si	No	Ns/Nc
TOTAL	(1209)	(302)	(898)	(9)	(557)	(642)	(10)	(587)	(612)	(10)
AUDIENCIA DE TELEVISION										
TVE 1	48%	48%	47%	55%	44%	50%	60%	64%	32%	30%
La 2	12	12	12	33	10	14	30	16	8	30
Canales Autonómicos	22	16	24	44	19	24	30	22	22	10
Canal Plus	4	4	5	11	4	5	10	4	5	20
Antena 3	42	42	42	56	58	28	20	39	44	50
Telecinco	22	35	18	11	24	21	10	22	22	10
Via Satélite	*	*	*	-	*	-	-	*	*	-

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 julio son Pedro Piqueras, Pedro Altares, Isabel Gemio, Ana Rosa Quintana y Andoni Ferreño.

Pedro Piqueras conduce la segunda edición de Antena 3 Noticias y Pedro Altares la tercera edición de Televisión en TVE 1. Ana Rosa Quintana lleva más de dos años presentando el programa "Veredicto" de Telecinco e Isabel Gemio continúa al frente del polémico "Esta noche, sexo" de Antena 3 TV, mientras que Andoni Ferreño ha dejado de presentar el "Telecupón" de Telecinco y se mantiene al margen de las cámaras por el momento.

Tanto Pedro Piqueras (83%) como Isabel Gemio (91%) y en menor medida Andoni Ferreño (77%) son conocidos por un alto porcentaje de la población, mientras que Ana Rosa Quintana (58%) y Pedro Altares (50%) se sitúan en un nivel medio de notoriedad.

Sin embargo, mientras que Pedro Piqueras es muy bien valorado con una calificación de 7,1 puntos y con una desviación opinática muy baja (27%), Isabel Gemio (4,8 puntos) y Andoni Ferreño (4,6 puntos) son "suspendidos" y generan una fuerte controversia, con porcentajes del 65% y del 59% respectivamente.

Por su parte, Ana Rosa Quintana (5,7 puntos) y Pedro Altares (5,8 puntos) tienen una correcta valoración media y generan una controversia de tipo medio (44% y 39% respectivamente).

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 Mª Mateo, Mercedes Milá, Iñaki Gabilondo, Luis Mariñas, Paco Lobatón, Constantino Romero, Jose Mª 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 Mª 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 Mª 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 incluídos 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

	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95
Rosa Mª 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	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	83
Constantino Romero	-	-	-	-	-	-	80	-	-	-	-	-
Jesús Puente	93	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Luis Mª Ansón	-	43	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
José Mª 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	-
Myriam Díaz Aroca	80	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Pepe Carroll	-	-	-	-	72	-	-	-	-	-	-	-
Marta Robles	-	-	-	-	36	-	-	-	-	-	-	-
Chiquito de la Calzada	-	-	-	-	-	87	-	-	-	-	-	-
Fernando Onega	-	-	-	-	-	36	-	-	-	-	-	-
Ernesto Sáenz de Buruaga	-	-	-	-	-	20	-	-	-	-	-	-
Fernando Gª Delgado	-	-	-	-	-	22	-	-	-	-	-	-
Anne Igartiburu	-	-	-	-	-	-	34	-	-	-	-	-
Mª José Sáez	-	-	-	-	-	-	28	-	-	-	-	-
Mercedes Milá	-	-	-	-	-	-	89	-	-	-	-	-
Joaquín Estefanía	-	-	-	-	-	-	-	17	-	-	-	-
José Luis Martín Prieto	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	29	-
Paco Morales	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	31	-
Andoni Ferreño	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	77
Ana Rosa Quintana	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	58
Pedro Altares	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	50

Cuadro 5.6.2.

Imagen de Comunicadores Sociales
(% que opinan y valoran)

	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-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	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	72
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	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	82
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	-
Myriam Díaz Aroca	68	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Pepe Carroll	-	-	-	-	66	-	-	-	-	-	-	-
Marta Robles	-	-	-	-	28	-	-	-	-	-	-	-
Chiquito de la Calzada	-	-	-	-	-	80	-	-	-	-	-	-
Fernando Onega	-	-	-	-	-	30	-	-	-	-	-	-
Ernesto Sáenz de Buruaga	-	-	-	-	-	12	-	-	-	-	-	-
Fernando Gª Delgado	-	-	-	-	-	15	-	-	-	-	-	-
Anne Igartiburu	-	-	-	-	-	-	29	-	-	-	-	-
Mª José Sáez	-	-	-	-	-	-	21	-	-	-	-	-
Mercedes Milá	-	-	-	-	-	-	83	-	-	-	-	-
Joaquín Estefanía	-	-	-	-	-	-	-	8	-	-	-	-
José Luis Martín Prieto	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	16	-
Paco Morales	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	19	-
Andoni Ferreño	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	65
Ana Rosa Quintana	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	45
Pedro Altares	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	35

Cuadro 5.6.3.

Imagen de Comunicadores Sociales
(Valoracion media)

	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-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	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	7,1
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	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4,8
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	-
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 Gª Delgado	-	-	-	-	-	5,7	-	-	-	-	-	-
Anne Igartiburu	-	-	-	-	-	-	5,2	-	-	-	-	-
Mª José Sáez	-	-	-	-	-	-	5,5	-	-	-	-	-
Mercedes Milá	-	-	-	-	-	-	6,5	-	-	-	-	-
Joaquín Estefanía	-	-	-	-	-	-	-	5,7	-	-	-	-
José Luis Martín Prieto	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	6,6	-
Paco Morales	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	5,9	-
Andoni Ferreño	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4,6
Ana Rosa Quintana	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	5,7
Pedro Altares	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	5,8

Cuadro 5.6.4.

Imagen de Comunicadores Sociales
(Deviación Opinática (s/x)100)

	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95
Rosa María Mateo	-	31	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Joaquín Prat	-	-	46	-	-	-	-	-	-	-	-	-
José María García	-	-	58	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Jaime Campmany	-	-	-	-	-	44	-	-	-	-	-	-
Julián Lago	-	-	-	-	-	-	-	-	68	-	-	-
Manuel M. Ferrand	-	-	-	-	-	-	-	-	-	35	-	-
Paco Lobatón	39	40	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Pedro Piqueras	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	27
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	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	65
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	-
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	-	-	-	-	-
Mª José Sáez	-	-	-	-	-	-	38	-	-	-	-	-
Mercedes Milá	-	-	-	-	-	-	39	-	-	-	-	-
Joaquín Estefanía	-	-	-	-	-	-	-	36	-	-	-	-
José Luis Martín Prieto	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	33	-
Paco Morales	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	41	-
Andoni Ferreño	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	59
Ana Rosa Quintana	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	44
Pedro Altares	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	39

Cuadro 5.6.5.

Conocimiento y Valoración de Comunicadores Sociales

JULIO 94 - JULIO 95

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

	J. L. Martín Prieto	Jaime Campmany	Ernesto S. de Buruaga
Bajo (-30%)		José Antonio Gavira	
		F. Jiménez Losantos	
		José Luis Gutiérrez	
		Marta Robles	
		Fernando García Delgado	
		Anne Igartiburu	
		Mª José Sáez	
		Joaquín Estefanía	
		Manuel Martín Ferrand	
		Paco Morales	

Cuadro 5.6.6.

Conocimiento e Imagen Controvertida de Comunicadores Sociales

JULIO 94 - JULIO 95

IMAGEN CONTROVERTIDA

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

	Marta Robles	José Antonio Gavira
Bajo	Jaime Campmany	M. Martín Ferrand
(-30%)	Paco Morales	F. Jiménez Losantos
		José Luis Gutiérrez
		Ernesto S. de Buruaga
		Fernando Gª Delgado
		Anne Igartiburu
		Mª José Sáez
		Joaquín Estefanía
		José Luis Martín Prieto

Cuadro 5.6.7.

Valoración e Imagen Controvertida de Comunicadores Sociales

JULIO 94 - JULIO 95

VALORACION	IMAGEN CONTROVERTIDA Alta (+65%)	Media (40-65%)	Baja (-40%)
Alto (+6,5)		Emilio Aragón	Manuel Campo Vidal
			Pedro Piqueras
			Rosa Mª 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
		Jesús Puente	Pilar Cernuda
		Nieves Herrero	Julio César Iglesias
		Luis María Ansón	Ana Blanco
		José Mª García	Julia Otero
		Pepe Carroll	Ramón Pellicer
		Marta Robles	María Rey
		José Mª Carrascal	Carmen Tomás
		Jaime Campmany	José Antonio Gavira
		Luis Herrero	F. Jiménez Losantos
		Pedro J. Ramírez	José Luis Gutiérrez
		Paco Morales	Fernando Onega
		Ana Rosa Quintana	Fernando Gª Delgado

			Mercedes Milá
			Joaquín Estefanía
			Elena Sánchez
			M. Martín Ferrand
			Pedro Altares
	Carmen Sevilla	José Luis Coll	Ernesto S. de Buruaga
Bajo	Julián Lago	Andoni Ferreño	Anne Igartiburu
(-5,5)	Encarna Sánchez		Mª José Sáez
	Myriam Díaz Aroca		
	Chiquito de la Calzada		
	Isabel Gemio		

Cuadro 5.6.8.

Porcentaje de Conocimiento de Diferentes Comunicadores por Características Socioeconómicas.

JULIO 1995	TOTAL MUESTRA	Pedro Piqueras	Isabel Gemio	Andoni Ferreño	Ana Rosa Quintana	Pedro Altares
TOTAL	(1209)	72	82	65	45	35
Edad:						
18 a 29 años	(315)	84	94	85	59	37
30 a 49 años	(411)	78	87	72	50	42
50 a 64 años	(261)	66	76	54	36	32
65 y más años	(222)	50	63	38	25	27
Posición Social:						
Baja	(493)	65	79	61	43	28
Media	(535)	75	86	69	47	38
Alta	(181)	80	81	64	43	49
Ideología:						
Izquierda	(494)	73	83	66	43	39
Centro	(212)	80	87	67	48	38
Derecha	(273)	73	84	65	47	37
Status Socioeconómico:						
Alto, Medio alto	(267)	84	87	70	50	42
Medio	(654)	74	85	70	48	37
Medio Bajo	(265)	59	74	53	35	27
Bajo	(23)	31	39	22	13	4
Clientes de:						
Bancos	(321)	78	86	68	44	38
Cajas	(788)	72	83	66	44	35
Exposición a Información:						
Alta	(396)	84	87	73	49	48
Baja	(522)	72	83	65	45	35
Ninguna	(291)	56	75	56	39	20

Cuadro 5.6.9.

Valoración Asignada a Diferentes Comunicadores Sociales, por Características Socioeconómicas.

JULIO 1995	TOTAL MUESTRA	Pedro Piqueras	Isabel Gemio	Andoni Ferreño	Ana Rosa Quintana	Pedro Altares
TOTAL	(1209)	7,1	4,8	4,6	5,7	5,8
Edad:						
18 a 29 años	(315)	7,2	5,0	4,0	5,1	5,6
30 a 49 años	(411)	7,0	4,8	4,6	5,8	5,7
50 a 64 años	(261)	7,0	4,5	5,1	5,7	5,8
65 y más años	(222)	7,4	4,6	6,1	7,1	6,5
Posición Social:						
Baja	(493)	7,5	5,1	5,3	6,1	6,1
Media	(535)	7,1	4,7	4,3	5,5	5,6
Alta	(181)	6,5	4,2	3,9	5,1	5,9
Ideología:						
Izquierda	(494)	7,0	4,8	4,3	5,6	5,9
Centro	(212)	6,9	4,8	4,7	5,7	5,6
Derecha	(273)	7,4	4,6	4,8	5,4	5,7
Status Socioeconómico:						
Alto, Medio alto	(267)	6,8	4,5	3,9	5,2	5,6
Medio	(654)	7,3	4,9	4,8	5,8	5,8
Medio Bajo	(265)	7,0	4,9	5,0	6,0	6,0
Bajo	(23)	6,6	4,2	3,0	4,3	7,0
Clientes de:						
Bancos	(321)	7,1	5,0	4,4	5,5	5,7
Cajas	(788)	7,1	4,8	4,8	5,8	5,8
Exposición a Información:						
Alta	(396)	6,9	4,3	4,1	5,3	5,7
Baja	(522)	7,2	5,0	4,8	5,7	5,9
Ninguna	(291)	7,2	5,2	5,3	6,3	5,9

Cuadro 5.6.10.

Ranking de Notoriedad

JULIO 94 - JULIO 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. Jesús Puente	84
8. Mercedes Milá	83
9. José Luis Coll	83
10. Isabel Gemio	82
11. Nieves Herrero	82
12. Chiquito de la Calzada	80
13. Iñaki Gabilondo	79
14. José María García	78
15. Julia Otero	77
16. Rosa Mª Mateo	75
17. Luis Mariñas	75
18. José Mª Carrascal	75
19. Constantino Romero	74
20. Luis del Olmo	72
21. Pedro Piqueras	72
22. Julián Lago	70
23. Myriam Díaz Aroca	68
24. Pepe Carroll	66
25. Manuel Campo Vidal	66
26. Ramón Sánchez Ocaña	66
27. Andoni Ferreño	65
28. Encarna Sánchez	55
29. Olga Viza	53
30. Elena Sánchez	50
31. María Escario	46
32. Ana Rosa Quintana	45
33. Antonio Herrero	44

34.	Luis Herrero	44
35.	Cristina García Ramos	43
36.	Carmen Tomás	41
37.	Ramón Pellicer	40
38.	Pilar Cernuda	38
39.	Ana Blanco	36
40.	Julio César Iglesias	36
41.	Pedro Altares	35
42.	Pedro J. Ramírez	32
43.	Luis Mª 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

JULIO 94 - JULIO 95

Comunicadores	X
1. Constantino Romero	7,3
2. Iñaki Gabilondo	7,3
3. Pedro Piqueras	7,1
4. Paco Lobatón	7,0
5. Rosa María Mateo	7,0
6. Olga Viza	7,0
7. Manuel Campo Vidal	6,9
8. Emilio Aragón	6,8
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 Mª 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. María Rey	6,0
29. Fernando Onega	6,0
30. José Luis Gutiérrez	6,0

31.	Jesús Hermida	5,9
32.	José Antonio Gavira	5,9
33.	Julio César Iglesias	5,9
34.	Paco Morales	5,9
35.	Carmen Tomás	5,8
36.	Pilar Cernuda	5,8
37.	Jaime Campmany	5,8
38.	Pedro J. Ramírez	5,8
39.	Pedro Altares	5,8
40.	Jesús Puente	5,7
41.	Fernando García Delgado	5,7
42.	Joaquín Estefanía	5,7
43.	Ana Rosa Quintana	5,7
44.	Luis Mª Ansón	5,6
45.	Marta Robles	5,6
46.	José María García	5,5
47.	Mª 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.	Isabel Gemio	4,8
53.	Encarna Sánchez	4,6
54.	Andoni Ferreño	4,6
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

JULIO 94 - JULIO 95

	Comunicadores	Discrepancia
1.	Iñaki Gabilondo	27
2.	Pedro Piqueras	27
3.	Constantino Romero	29
4.	Olga Viza	29
5.	Manuel Campo Vidal	30
6.	Luis Mariñas	31
7.	Rosa Mª 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.	María Escario	36
20.	Fernando García Delgado	36
21.	Joaquín Estefanía	36
22.	Elena Sánchez	36
23.	Luis del Olmo	37
24.	F. Jiménez Losantos	38
25.	Julia Otero	38
26.	Antonio Herrero	38
27.	Pilar Cernuda	38
28.	Julio César Iglesias	38
29.	Mª José Sáez	38
30.	Carmen Tomás	39
31.	Mercedes Milá	39
32.	Fernando Onega	39

33. Ernesto Sáenz de Buruaga	39
34. Pedro Altares	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. Ana Rosa Quintana	44
43. José Mª Carrascal	45
44. Pepe Carroll	45
45. Jesús Hermida	46
46. Luis Mª Ansón	46
47. Jesús Puente	50
48. José Luis Coll	52
49. Pedro J. Ramírez	52
50. Nieves Herrero	54
51. José Mª García	55
52. Andoni Ferreño	59
53. Myriam Díaz Aroca	65
54. Isabel Gemio	65
55. Julián Lago	68
56. Encarna Sánchez	69
57. Carmen Sevilla	78
58. Chiquito de la Calzada	100

6. La Actualidad

Casi todos los temas abordados este mes tienen una relación más o menos directa con el caso de las escuchas ilegales del CESID, lo que parece justificado si se tiene en cuenta el impacto de sorpresa que todo lo relacionado con este caso parece haber tenido sobre la opinión pública.

6.1. LAS ESCUCHAS ILEGALES DEL CESID

Un 42% de los españoles mayores de 18 años no sabe o no contesta lo que es el CESID, pero algo mas del 50% parece saber lo que significan esas siglas, aunque sólo de manera aproximada (Servicio Secreto del Estado, CIA española, etc.), pues sólo menos del 10% saben el significado más o menos exacto.

El significado más frecuentemente citado (por un 10% de los entrevistados) es el de Servicio de Inteligencia del Estado Español, aunque la misma proporción se refiere al CESID como Servicio de escuchas telefónicas, secretas, ilegales, etc., lo que indudablemente se ha visto influído por los últimos acontecimientos.

En cualquier caso, la proporción de quienes no dan ninguna respuesta está directamente relacionada con la edad del entrevistado, e inversamente relacionada con la posición social y el status socioeconómico. Pero no se observan realmente diferencias significativas entre segmentos sociales en lo que respecta a los significados atribuidos a las siglas del CESID.

Utilizando una escala de 7 puntos, en la que el 1 significa que el entrevistado no se cree en absoluto la explicación del Gobierno sobre las escuchas ilegales, y el 7 significa que se cree totalmente la explicación ofrecida por el Gobierno, se comprueba que un 40% no cree en absoluto al Gobierno, y el promedio de credibilidad es del 2,6 (muy por debajo del punto medio de la escala, que sería de 4,0 puntos).

El promedio de credibilidad atribuida al Gobierno es superior a los 4,0 puntos sólo entre los votantes del PSOE, los que no creen que el Gobierno tenga ninguna responsabilidad en el asunto del CESID y los satisfechos con el Gobierno. Por otra parte, el promedio de credibilidad en las explicaciones del Gobierno varía directamente con la edad, con el izquierdismo, y con la satisfacción con el Gobierno y con la democracia, e inversamente con el status socioeconómico y con la atribución de responsabilidades al Gobierno en el asunto del CESID.

Puesto que el Gobierno indicó desde el principio, en sus explicaciones oficiales, que había que diferenciar cuatro delitos distintos (la grabación ilegal de las conversaciones, el archivo de las cintas, el robo y posterior venta de las cintas, y la publicación de las cintas), sugiriendo una casi equiparación en la importancia de cada uno de ellos, pareció necesario preguntar si los españoles consideraban también que estos delitos eran o no equiparables. Los datos sugieren que la opinión pública asigna una importancia bastante mayor a la grabación ilegal de las conversaciones telefónicas (33%), y bastante inferior al robo y venta de las cintas (16%), y muy pequeño a la publicación de la lista de cintas grabadas (7%) o a su archivo (4%). Además, un 23% de los entrevistados creen que todos estos hechos tienen la misma gravedad, y sólo un 15% no opina sobre la cuestión.

La grabación ilegal de las conversaciones es, con gran diferencia, el delito considerado más grave por todos los segmentos sociales, con la única excepción de los que no asignan ninguna responsabilidad al Gobierno en el caso CESID, que dan más importancia al robo y venta de las cintas que a su grabación.

Un 49% de los entrevistados opinan, por otra parte, que el Gobierno es responsable de todo lo que ha sucedido, frente a un 16% que opina que el Gobierno sólo es responsable de negligencia por no haber impedido el robo de las cintas, un 10% que cree que el Gobierno es responsable de haber archivado las cintas y no haber impedido su robo, y sólo un 7% que dice que el Gobierno no tiene ninguna responsabilidad en todo este asunto. El resto (18%) no opina sobre esta cuestión.

Todos los segmentos sociales atribuyen al Gobierno mayoritariamente toda la responsabilidad en este caso, excepto los votantes del PSOE, que opinan en mayor proporción que el Gobierno sólo es responsable de negligencia por no haber impedido el robo de las cintas, o bien que no tiene ninguna responsabilidad en absoluto.

En cuanto al grado de responsabilidad de las diferentes personas que parecen haber estado implicadas en este asunto, y utilizando un índice de 0 (ninguna responsabilidad) a 200 (mucha responsabilidad), se han obtenido los siguientes resultados, de mayor a menor responsabilidad: coronel Perote (160), general Alonso Manglano (156), Narcís Serra (153), García Vargas (148), Felipe González (140), Mario Conde (111) y Pedro J. Ramírez (92).

La mayoría de los segmentos sociales atribuyen la máxima responsabilidad al coronel Perote, aunque generalmente con pequeñas diferencias con Manglano, Serra y García Vargas. Sin embargo, los de derecha, los de status socioeconómico bajo, los clientes de bancos, los votantes del PP, los que responsabilizan al Gobierno de todo lo sucedido en el caso CESID, y los insatisfechos con el Gobierno, atribuyen más responsabilidad a Narcís Serra que a ningún otro de los personajes citados. Y los que trabajan en el sector público, los votantes a partidos nacionalistas (de cualquier tendencia), y los que no saben o no contestan a quién votarán, atribuyen más responsabilidad al General Alonso Manglano que a cualquier otra persona.

Finalmente, y por lo que respecta a las consecuencias que los entrevistados consideran más razonables del asunto de las escuchas ilegales del CESID, un 33% cree que debería ser la convocatoria de elecciones anticipadas inmediatamente, frente a un 15% que estima que debería ser un cambio de Gobierno. Otras consecuencias fueron mencionadas por proporciones bastante inferiores, como la dimisión de González y la elección de otro Presidente socialista (9%), la dimisión de González y la elección de un Presidente independiente que se comprometa a convocar elecciones en seis meses (8%), una moción de censura presentada por el PP aunque no pueda ganarla (4%), y una moción de censura presentada por el PP sólo si puede ganarla (2%).

La casi totalidad de los segmentos sociales opinan mayoritariamente que la consecuencia más razonable de todo este asunto sería la convocatoria inmediata de elecciones generales. Sólo los votantes del PSOE y de "otros" partidos, así como los satisfechos con el Gobierno, opinan en mayor proporción que la consecuencia más razonable sería un simple cambio de Gobierno (es decir, de Ministros).

Cuadro 6.1.1.

Significado de las siglas CESID, por Características Socioeconómicas.

JULIO 1995	Total	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)	(11)	(12)	(13)	(14)	Otros	Ns/Nc
Total	(1209)	1%	10	7	6	10	4	7	1	3	3	1	*	*	1	2	42
Edad:																	
18 a 29 años	(315)	2%	13	7	7	12	3	7	3	3	5	1	1	-	2	3	33
30 a 49 años	(411)	*%	12	10	7	10	4	8	2	4	4	1	*	*	1	2	34
50 a 64 años	(261)	-%	10	4	5	10	5	5	*	2	2	3	*	*	-	3	50
65 y más años	(222)	-%	2	4	5	9	1	9	1	3	1	1	*	-	-	2	62
Posición Social:																	
Baja	(493)	1%	4	3	4	13	1	6	1	1	1	1	*	-	1	2	60
Media	(535)	1%	13	8	6	10	4	7	2	3	5	1	1	-	1	2	36
Alta	(181)	1%	17	11	11	4	8	10	2	8	4	2	1	2	2	3	14
Ideología:																	
Izquierda	(494)	1%	10	8	7	9	5	7	2	3	3	*	*	-	1	3	39
Centro	(212)	1%	13	5	5	12	4	7	1	3	4	2	-	1	1	3	38
Derecha	(273)	*%	9	7	7	12	2	8	2	3	3	3	1	-	1	1	40
Status Socioeconómico Familiar:																	
Alto, Medio alto	(267)	*%	13	10	10	9	8	9	2	5	5	2	1	1	1	3	21
Medio	(654)	1%	9	6	5	11	3	8	2	2	3	1	*	-	1	2	44
Medio Bajo	(265)	1%	10	4	5	9	-	6	1	3	2	1	-	-	-	2	57
Bajo	(23)	-%	-	4	4	9	4	-	-	-	4	-	-	-	-	4	69
Sector Económico:																	
No activos	(662)	1%	8	5	4	11	3	6	1	2	2	2	*	-	*	3	53
En paro	(115)	1%	10	9	10	10	3	10	3	2	4	-	-	-	3	3	33
Sec.Publico	(47)	2%	26	6	4	6	-	8	4	6	4	-	-	-	2	-	30
Sec.Priv.c/ajena	(302)	1%	12	8	9	10	7	9	2	5	4	1	1	1	1	3	28
Sec.Priv.c/propia	(81)	-%	10	14	7	15	2	6	1	5	6	2	-	-	-	-	31
Clientes de:																	
Bancos	(321)	1%	10	8	8	11	4	7	3	4	5	2	*	1	1	2	34
Cajas	(788)	1%	9	7	7	12	4	8	1	3	3	1	1	*	1	3	40
Intención de Voto:																	
PP	(357)	*%	8	8	6	13	3	7	1	4	3	2	1	-	1	1	40
CDS	(14)	-%	-	7	-	29	7	7	7	-	7	-	-	-	7	7	21
PSOE	(278)	1%	7	5	8	10	4	6	1	2	3	1	*	-	1	1	51
IU	(149)	1%	13	10	8	7	3	8	3	1	7	-	-	-	-	1	36

Nacion. derecha	(77)	-%	21	6	9	13	3	8	3	3	-	3	-	-	1	5	26
Nacion. izquierda	(22)	-%	18	9	9	9	-	9	-	14	5	-	-	-	5	9	14
Otros	(23)	4%	13	4	4	4	4	9	-	4	4	-	-	4	4	4	34
No votará	(77)	3%	5	7	3	10	1	8	1	3	3	-	-	-	-	5	52
No sabe	(141)	1%	6	4	4	9	4	9	1	4	3	1	-	1	-	5	48
No contesta	(71)	-%	20	6	6	4	7	7	-	-	-	4	3	-	-	1	42
Satisfacción con el Gobierno:																	
Satisfechos	(225)	*%	8	8	6	9	2	7	-	2	2	*	1	-	1	1	52
Indiferentes	(182)	-%	4	3	8	10	1	8	1	1	4	2	-	1	-	1	55
Insatisfechos	(788)	1%	12	7	6	11	5	7	2	4	3	1	1	*	1	3	36
Satisfacción con la Democracia:																	
Satisfechos	(457)	1%	12	7	6	10	5	8	2	3	2	1	1	-	1	3	38
Indiferentes	(214)	*%	6	4	7	11	2	7	1	2	4	1	*	-	1	1	52
Insatisfechos	(505)	1%	10	7	6	11	4	8	1	3	3	1	*	1	*	3	40

(1) Centro Español de Servicios de Inteligencia y Defensa
(2) Servicio de Inteligencia del Estado Español
(3) Centro de Investigación del Estado
(4) Servicio Secreto del Estado
(5) Servicio de Escuchas telefónicas, secretas, ilegales, ...
(6) Centro español de investigación parea la defensa
(7) Centro de espionaje español
(8) Servicio secreto de espionaje
(9) Centro de información y defensa
(10) La CIA de España, seguridad del Gobierno
(11) Organismo especial para escuchar a políticos
(12) Centro de Control de todo lo que ocurre
(13) El poder oculto del Gobierno
(14) Servicio de Investigación

Cuadro 6.1.2.

Credibilidad en las explicaciones dadas por el Gobierno sobre el caso CESID, por Características Socioeconómicas.

JULIO 1995	Total	No cree en absoluto la explicación del Gobierno	2.	3.	4.	5.	6.	Cree totalmente la explicación del Gobierno	Ns/ Nc	% Posi- cionan	MEDIA	% DISCRE- PANCIA
Total	(1209)	40%	11	8	9	5	4	7	18	82	2,6	77
Edad:												
18 a 29 años	(315)	47%	13	7	8	4	3	4	14	86	2,3	79
30 a 49 años	(411)	44%	12	6	10	5	4	6	12	88	2,5	78
50 a 64 años	(261)	35%	11	9	11	4	4	6	19	81	2,7	73
65 y más años	(222)	27%	7	9	8	5	2	10	33	67	3,0	72
Posición Social:												
Baja	(493)	33%	9	8	7	4	3	6	29	71	2,6	76
Media	(535)	43%	13	6	10	4	4	7	13	87	2,5	79
Alta	(181)	46%	11	11	10	6	5	7	4	96	2,6	76
Ideología:												
Izquierda	(494)	28%	10	8	12	9	6	11	16	84	3,3	66
Centro	(212)	43%	14	8	8	3	4	5	14	86	2,4	77
Derecha	(273)	61%	11	7	4	1	1	4	12	88	1,8	86
Status Socioeconómico Familiar:												
Alto, Medio alto	(267)	45%	15	7	9	8	4	6	6	94	2,5	76
Medio	(654)	41%	10	7	10	4	4	7	17	83	2,5	78
Medio Bajo	(265)	32%	9	9	7	4	2	7	31	69	2,7	76
Bajo	(23)	22%	9	9	4	4	9	9	35	65	3,3	68
Sector Económico:												
No activos	(662)	36%	9	8	9	5	3	6	24	76	2,6	76
En paro	(115)	50%	16	5	5	4	3	5	11	89	2,2	83
Sec.Publico	(47)	43%	19	13	4	-	11	6	4	96	2,5	78
Sec.Priv.c/ajena	(302)	42%	12	8	9	5	3	7	14	86	2,5	78
Sec.Priv.c/propia	(81)	41%	14	5	14	6	5	9	7	93	2,8	74
Clientes de:												
Bancos	(321)	42%	13	8	10	5	4	7	13	87	2,5	77
Cajas	(788)	40%	12	8	9	5	3	7	17	83	2,6	77

Intención de Voto:												
PP	(357)	62%	12	6	4	1	1	4	11	89	1,7	84
CDS	(14)	57%	-	14	7	-	-	-	21	79	1,6	66
PSOE	(278)	8%	5	10	13	12	9	18	24	76	4,5	44
IU	(149)	52%	15	5	10	3	1	1	13	87	1,9	74
Nacion. derecha	(77)	38%	16	9	12	1	5	6	13	87	2,6	74
Nacion. izquierda	(22)	41%	18	5	9	5	14	-	9	91	2,5	73
Otros	(23)	39%	22	4	9	9	4	-	13	87	2,3	69
No votará	(77)	40%	10	8	8	-	1	1	31	69	1,9	72
No sabe	(141)	29%	15	9	11	6	2	4	24	76	2,6	67
No contesta	(71)	38%	8	7	8	3	4	3	28	72	2,3	77
Responsabilidad del Gobierno en el caso CESID:												
Ninguna	(88)	9%	1	2	11	9	18	33	16	84	5,3	37
Negligencia	(200)	21%	13	15	17	10	6	7	10	90	3,3	57
Archivo cintas	(120)	33%	14	9	13	10	8	7	6	94	3,0	66
De todo	(587)	63%	14	5	5	2	*	3	7	93	1,7	82
Satisfacción con el Gobierno:												
Satisfechos	(225)	14%	4	8	13	13	10	16	22	78	4,2	49
Indiferentes	(182)	19%	8	11	11	7	3	9	32	68	3,4	62
Insatisfechos	(788)	52%	13	7	7	2	2	3	14	86	2,0	80
Satisfacción con la Democracia:												
Satisfechos	(457)	27%	10	9	12	8	6	10	19	81	3,3	65
Indiferentes	(214)	31%	13	7	7	5	3	6	27	73	2,6	74
Insatisfechos	(505)	56%	11	6	7	1	2	4	13	87	1,9	84

Cuadro 6.1.3.

Delito más grave que se ha podido producir en el caso de las escuchas telefónicas, por Características Socioeconómicas.

JULIO 1995	Total	Grabación ilegal de las conversaciones	Archivo de las cintas	Robo y venta de las cintas	Publicación de la lista de las personas a las que grabaron	Ninguno	Todos	Otro	Ns/Nc
Total	(1209)	33%	4	16	7	2	23	*	15
Edad:									
18 a 29 años	(315)	37%	5	13	11	2	24	-	8
30 a 49 años	(411)	34%	4	18	9	2	22	*	10
50 a 64 años	(261)	33%	4	17	4	1	24	-	17
65 y más años	(222)	23%	4	13	4	4	20	-	33
Posición Social:									
Baja	(493)	26%	4	11	7	3	24	-	25
Media	(535)	37%	5	17	7	1	22	-	11
Alta	(181)	39%	4	22	10	4	18	1	3
Ideología:									
Izquierda	(494)	32%	4	20	9	3	19	-	13
Centro	(212)	37%	5	15	8	2	21	-	12
Derecha	(273)	39%	4	10	7	1	25	-	12
Status Socioeconómico Familiar:									
Alto, Medio alto	(267)	41%	6	19	8	2	19	-	5
Medio	(654)	33%	5	16	8	2	22	-	14
Medio Bajo	(265)	24%	2	12	7	2	27	*	25
Bajo	(23)	26%	-	4	-	-	26	-	44
Sector Económico:									
No activos	(662)	30%	4	15	6	2	22	-	21
En paro	(115)	35%	5	18	7	3	27	-	5
Sec.Publico	(47)	55%	2	17	4	2	15	-	4
Sec.Priv.c/ajena	(302)	35%	6	16	11	2	21	*	9
Sec.Priv.c/propia	(81)	30%	2	16	6	2	31	-	12
Clientes de:									
Bancos	(321)	37%	6	18	9	2	18	*	11
Cajas	(788)	33%	5	16	7	2	23	*	14

Intención de Voto:									
PP	(357)	42%	6	11	7	1	23	-	11
CDS	(14)	28%	22	14	7	-	21	-	7
PSOE	(278)	22%	4	20	11	4	17	-	22
IU	(149)	40%	3	21	5	2	21	-	8
Nacion. derecha	(77)	32%	8	16	5	1	31	-	7
Nacion. izquierda	(22)	32%	9	23	9	5	18	-	5
Otros	(23)	43%	4	13	4	4	17	-	13
No votará	(77)	35%	-	10	7	-	25	-	23
No sabe	(141)	26%	2	18	8	2	26	-	18
No contesta	(71)	23%	-	11	4	3	32	1	25
Responsabilidad del Gobierno en el caso CESID:									
Ninguna	(88)	20%	3	22	11	11	18	-	14
Negligencia	(200)	34%	7	31	12	2	8	-	6
Archivo cintas	(120)	33%	8	26	13	2	17	-	1
De todo	(587)	42%	3	11	6	2	30	*	4
Satisfacción con el Gobierno:									
Satisfechos	(225)	24%	2	18	10	4	20	-	21
Indiferentes	(182)	20%	3	15	12	1	29	-	21
Insatisfechos	(788)	39%	5	15	6	2	22	*	12
Satisfacción con la Democracia:									
Satisfechos	(457)	29%	4	19	10	3	20	-	15
Indiferentes	(214)	28%	2	10	9	*	30	-	20
Insatisfechos	(505)	39%	6	13	5	2	23	*	12

Cuadro 6.1.4.

Afirmación que más se ajusta a la opinión que el entrevistado tiene sobre la responsabilidad del Gobierno en todo este asunto, por Características Socioeconómicas.

JULIO 1995	Total	El Gobierno no tiene ninguna responsabilidad	El Gobierno es responsable de negligencia	El Gobierno es responsable del archivo de las cintas	El Gobierno es responsable de todo	Ns/Nc
Total	(1209)	7%	17	10	49	18
Edad:						
18 a 29 años	(315)	4%	19	12	54	10
30 a 49 años	(411)	7%	16	12	54	11
50 a 64 años	(261)	8%	16	8	47	23
65 y más años	(222)	11%	14	7	33	35
Posición Social:						
Baja	(493)	8%	15	7	41	29
Media	(535)	7%	18	11	52	12
Alta	(181)	7%	18	14	58	3
Ideología:						
Izquierda	(494)	13%	24	12	38	14
Centro	(212)	6%	16	9	54	15
Derecha	(273)	2%	9	10	67	12
Status Socioeconómico Familiar:						
Alto, Medio alto	(267)	5%	19	15	55	6
Medio	(654)	8%	16	9	51	16
Medio Bajo	(265)	9%	15	7	36	32
Bajo	(23)	9%	9	-	44	39
Sector Económico:						
No activos	(662)	8%	16	9	43	25
En paro	(115)	5%	15	12	58	10
Sec.Publico	(47)	2%	23	11	57	6
Sec.Priv.c/ajena	(302)	7%	19	11	55	8
Sec.Priv.c/propia	(81)	9%	14	9	53	16
Clientes de:						
Bancos	(321)	7%	16	10	56	11
Cajas	(788)	7%	17	11	48	17

Intención de Voto:						
PP	(357)	1%	11	8	68	11
CDS	(14)	28%	22	-	43	7
PSOE	(278)	22%	28	9	16	25
IU	(149)	4%	12	14	62	8
Nacion. derecha	(77)	3%	19	9	61	8
Nacion. izquierda	(22)	-%	32	18	50	-
Otros	(23)	-%	26	17	52	4
No votará	(77)	4%	6	10	57	22
No sabe	(141)	4%	15	11	41	30
No contesta	(71)	3%	11	8	42	35
Satisfacción con el Gobierno:						
Satisfechos	(225)	20%	23	10	24	24
Indiferentes	(182)	10%	19	8	30	32
Insatisfechos	(788)	3%	14	11	61	12
Satisfacción con la Democracia:						
Satisfechos	(457)	11%	20	12	39	18
Indiferentes	(214)	7%	17	8	43	26
Insatisfechos	(505)	4%	13	10	61	13

Cuadro 6.1.5.

Grado de Responsabilidad de las siguientes Personas sobre las escuchas ilegales del CESID.

JULIO 1995	Mucha	Alguna	Poca	Ninguna	NS/NC	INDICE
- García Vargas (ex-Ministro de Defensa)	32%	26	5	5	32	148
- Coronel Perote (ex-Agente del CESID)	48%	16	3	2	30	160
- Narcís Serra (ex-Vicepresidente del Gobierno)	39%	24	5	5	26	153
- Mario Conde (ex-Presidente de Banesto)	17%	17	9	14	44	111
- General Alonso Manglano (ex-Director del CESID)	44%	18	3	3	32	156
- Pedro J. Ramírez (Director de El Mundo)	15%	12	11	24	38	92
- Felipe González (Presidente del Gobierno)	36%	23	7	11	24	140

Cuadro 6.1.6.

Indice de Responsabilidad de las siguientes Personas sobre las escuchas ilegales del CESID, por Características Socioeconómicas.

JULIO 1995	Total	García Vargas	Coronel Perote	Narcís Serra	Mario Conde	Gral. Alonso Manglano	Pedro J. Ramírez	Felipe González
Total	(1209)	148	160	153	111	156	92	140
Edad:								
18 a 29 años	(315)	158	169	161	98	163	84	146
30 a 49 años	(411)	153	162	156	109	162	91	144
50 a 64 años	(261)	144	158	155	121	155	100	140
65 y más años	(222)	130	144	136	119	138	98	127
Posición Social:								
Baja	(493)	138	149	143	112	144	98	134
Media	(535)	151	164	157	111	162	89	141
Alta	(181)	171	178	169	108	175	84	159
Ideología:								
Izquierda	(494)	143	165	145	117	157	104	126
Centro	(212)	161	164	161	109	162	80	148
Derecha	(273)	158	162	170	103	163	77	164
Status Socioeconómico Familiar:								
Alto, Medio alto	(267)	166	176	171	109	173	86	158
Medio	(654)	148	159	151	112	156	93	138
Medio Bajo	(265)	133	148	142	109	142	95	132
Bajo	(23)	135	135	139	122	135	104	122
Sector Económico:								
No activos	(662)	142	153	148	111	150	97	137
En paro	(115)	156	167	158	115	163	80	155
Sec.Publico	(47)	164	172	170	104	174	70	172
Sec.Priv.c/ajena	(302)	157	169	159	105	166	84	142
Sec.Priv.c/propia	(81)	144	162	153	126	156	111	128
Clientes de:								
Bancos	(321)	161	163	166	113	163	86	150
Cajas	(788)	148	162	154	112	157	91	141
Intención de Voto:								
PP	(357)	160	162	171	104	163	75	166

CDS	(14)	171	171	150	122	157	100	136
PSOE	(278)	121	155	127	125	143	118	91
IU	(149)	162	171	165	109	169	89	165
Nacion. derecha	(77)	156	175	162	103	167	86	148
Nacion. izquierda	(22)	150	173	159	95	182	95	123
Otros	(23)	152	178	165	95	183	69	152
No votará	(77)	152	152	151	110	149	92	151
No sabe	(141)	146	147	144	111	147	93	140
No contesta	(71)	153	148	146	110	151	93	135
Responsabilidad del Gobierno en el caso CESID:								
Ninguna	(88)	85	153	83	133	122	115	39
Negligencia	(200)	157	174	152	112	165	116	120
Archivo cintas	(120)	148	176	159	102	173	102	139
De todo	(587)	170	169	178	112	171	76	175
Satisfacción con el Gobierno:								
Satisfechos	(225)	125	155	123	119	148	115	99
Indiferentes	(182)	129	138	131	104	138	106	113
Insatisfechos	(788)	160	166	167	110	163	83	159
Satisfacción con la Democracia:								
Satisfechos	(457)	142	162	146	116	156	102	125
Indiferentes	(214)	139	145	145	105	145	94	123
Insatisfechos	(505)	158	164	164	109	162	82	162

Cuadro 6.1.7.
Consecuencia más razonable de todo este Asunto de las Escuchas Ilegales, por Características Socioeconómicas.

JULIO 1995	Total	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	Otra	Ns/Nc
Total	(1209)	33%	15	9	8	2	4	8	22
Edad:									
18 a 29 años	(315)	38%	14	10	10	2	5	7	13
30 a 49 años	(411)	35%	15	12	9	2	4	7	16
50 a 64 años	(261)	31%	18	6	5	2	2	9	26
65 y más años	(222)	25%	12	6	5	*	2	12	38
Posición Social:									
Baja	(493)	30%	13	8	6	1	3	8	31
Media	(535)	36%	16	9	8	2	4	8	17
Alta	(181)	34%	16	12	13	4	5	9	8
Ideología:									
Izquierda	(494)	25%	21	9	6	1	4	12	20
Centro	(212)	42%	14	9	8	2	2	8	16
Derecha	(273)	49%	10	9	9	3	4	5	12
Status Socioeconómico Familiar:									
Alto, Medio alto	(267)	36%	15	12	12	3	5	8	10
Medio	(654)	36%	15	8	7	2	4	7	21
Medio Bajo	(265)	26%	15	6	5	2	1	10	35
Bajo	(23)	17%	9	17	4	-	-	22	30
Sector Económico:									
No activos	(662)	32%	15	7	7	1	3	9	27
En paro	(115)	39%	15	10	10	2	3	9	13
Sec.Publico	(47)	32%	15	11	11	6	8	11	6
Sec.Priv.c/ajena	(302)	36%	13	12	9	3	5	7	16
Sec.Priv.c/propia	(81)	28%	23	10	6	1	4	9	18
Clientes de:									
Bancos	(321)	40%	14	10	9	2	4	6	16
Cajas	(788)	33%	16	9	8	2	4	9	20
Intención de Voto:									
PP	(357)	54%	6	9	11	3	4	2	11
CDS	(14)	36%	29	14	-	-	-	-	21
PSOE	(278)	11%	29	6	2	*	5	19	27
IU	(149)	44%	10	16	11	1	3	2	13

Nacion. derecha	(77)	23%	20	10	5	3	3	18	18
Nacion. izquierda	(22)	36%	18	14	5	-	-	18	9
Otros	(23)	22%	26	17	9	4	9	9	4
No votará	(77)	23%	10	12	13	4	1	8	29
No sabe	(141)	28%	11	5	6	2	3	8	38
No contesta	(71)	28%	14	3	7	-	-	3	45
Satisfacción con el Gobierno:									
Satisfechos	(225)	13%	24	6	4	*	4	17	31
Indiferentes	(182)	17%	20	7	4	2	2	14	35
Insatisfechos	(788)	43%	11	10	9	2	4	5	15
Satisfacción con la Democracia:									
Satisfechos	(457)	25%	19	9	7	2	4	12	21
Indiferentes	(214)	27%	16	8	3	2	5	7	33
Insatisfechos	(505)	44%	11	10	9	2	3	6	16

(1) Convocatoria de elecciones anticipadas inmediatamente.
(2) Cambio de Gobiernos (de Ministros).
(3) Dimisión de Felipe González y elección de otro presidente socialista.
(4) Dimisión de Felipe González y elección de un presidente independiente que se comprometa a convocar eleciones en seis meses.
(5) Moción de censura presentada por el PP sólo si puede ganarla.
(6) Moción de censura presentada por el PP aunque no pueda ganarla.

6.2. LA SUPUESTA CONSPIRACION CONTRA EL GOBIERNO

Altos responsables del Gobierno han afirmado repetidamente que el asunto de las escuchas ilegales del CESID, junto con muchos otros escándalos en los que se ha visto implicado el Gobierno, no son sino elementos de una gran conspiración contra el Estado y contra la democracia. Con el fín de verificar hasta qué punto la opinión pública española cree esa interpretación o tiene otras explicaciones alternativas, se formularon una serie de afirmaciones con las que el entrevistado debía mostrar su acuerdo o desacuerdo.

Utilizando un índice de 0 (máximo desacuerdo) a 200 (máximo acuerdo), se ha podido comprobar un alto grado de acuerdo (entre 120 y 130) con las afirmaciones siguientes:

- "El Gobierno se siente acosado y se defiende acusando a quienes le critican de conspirar contra el Estado",

- "Las críticas y ataques al Gobierno no son necesariamente críticas o ataques al Estado", y

- "El Gobierno socialista, al no reconocer sus errores, es el que está poniendo en peligro la estabilidad de la democracia en España".

El resto de las frases provocó un muy alto grado de desacuerdo (todas ellas con índices inferiores a 70 puntos):

- "El PP no es un partido democrático y aprovecha los errores del Gobierno para intentar acabar con la democracia",

- "Hay un grupo de periodistas, financieros y políticos que, con la excusa de criticar al Gobierno, quieren derribar la Monarquía y traer la República", y

- "Sólo habrá democracia en España mientras gobierne el PSOE" (el índice en este caso fué sólo de 35 puntos, indicando un desacuerdo casi total).

Todos los segmentos sociales muestran su acuerdo, en mayor o menor medida, con las tres primeras frases citadas (que las críticas y ataques al Gobierno no lo son necesariamente al Estado, que el Gobierno se defiende acusando de conspirar contra el Estado a quienes le critican, y que el Gobierno socialista es el que está realmente poniendo en peligro la estabilidad de la democracia en España), con las excepciones de los votantes del PSOE, los que no atribuyen al Gobierno ninguna responsabilidad en el caso CESID, y los satisfechos con el Gobierno, que muestran claramente su desacuerdo con que sea el Gobierno quien pone en peligro la estabilidad democrática.

De manera semejante, la casi totalidad de los segmentos sociales expresa su desacuerdo con las otras tres afirmaciones (que el PP no es democrático y pretende acabar con la democracia, que hay una conspiración contra la Monarquía y a favor de la República, o que sólo habrá democracia en España mientras gobierne el PSOE). Sólo los de status bajo, los votantes del PSOE y de partidos nacionalistas de izquierda, así como los que creen que el Gobierno no tiene ninguna responsabilidad en el caso del CESID, están mayoritariamente de acuerdo en que el PP no es un partido democrático y pretende acabar con la democracia. Y los que creen que el Gobierno no tiene ninguna responsabilidad en el caso CESID son los únicos que están de acuerdo en la existencia de una conspiración republicana.

Cuadro 6.2.1.

Grado de Acuerdo respecto a las distintas Afirmaciones sobre la llamada "Conspiración contra el Estado".

JULIO 1995	Muy de acuerdo	De acuerdo	Indiferente	Desacuerdo	Muy en desacuerdo	NS/ NC	INDICE
- Las críticas y ataques al Gobierno no son necesariamente críticas o ataques al Estado.....	12%	38	9	17	3	21	129
- Hay un grupo de periodistas, financieros y políticos, que con la excusa de criticar al Gobierno quieren derribar la Monarquía y traer la República.....	3%	13	9	30	19	25	66
- El Gobierno se siente acosado, y se defiende acusando a quienes les critican de conspirar contra el Estado.....	10%	41	7	17	4	20	130
- El PP no es un partido democrático, y aprovecha los errores del Gobierno para intentar acabar con la democracia.....	6%	16	8	34	19	17	69
- El Gobierno socialista, al no reconocer sus errores, es lo que está poniendo en peligro la estabilidad de la democracia en España.....	12%	34	10	20	6	19	120
- Sólo habrá democracia en España mientras gobierne el PSOE.....	1%	6	5	40	32	16	35

Cuadro 6.2.2.

Indice de Acuerdo con distintas afirmaciones sobre la llamada "Conspiración contra el Estado", por Características Socioeconómicas.

JULIO 1995	Total	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
Total	(1209)	129	66	130	69	120	35
Edad:							
18 a 29 años	(315)	131	57	134	77	126	29
30 a 49 años	(411)	133	62	129	60	121	27
50 a 64 años	(261)	129	73	133	64	116	37
65 y más años	(222)	121	80	123	80	116	56
Posición Social:							
Baja	(493)	122	75	124	74	118	46
Media	(535)	130	65	132	69	122	33
Alta	(181)	148	46	143	54	121	13
Ideología:							
Izquierda	(494)	126	76	131	93	103	40
Centro	(212)	130	58	122	52	126	28
Derecha	(273)	136	51	137	40	148	24
Status Socioeconómico Familiar:							
Alto, Medio alto	(267)	141	48	136	59	128	16
Medio	(654)	126	70	131	72	121	38
Medio Bajo	(265)	127	75	125	69	114	43
Bajo	(23)	126	96	126	113	100	96
Sector Económico:							
No activos	(662)	124	70	131	71	118	42
En paro	(115)	129	62	121	70	136	25
Sec.Publico	(47)	149	47	123	57	125	13
Sec.Priv.c/ajena	(302)	138	64	134	66	119	29
Sec.Priv.c/propia	(81)	132	63	131	65	119	26
Clientes de:							
Bancos	(321)	133	61	128	58	122	31
Cajas	(788)	128	64	131	69	120	34
Intención de Voto:							
PP	(357)	135	50	133	33	152	18
CDS	(14)	150	50	114	64	129	36

PSOE	(278)	113	99	123	110	72	63
IU	(149)	128	52	130	70	136	23
Nacion. derecha	(77)	138	67	136	91	121	27
Nacion. izquierda	(22)	123	73	132	114	127	9
Otros	(23)	143	35	148	95	134	17
No votará	(77)	117	60	122	69	132	42
No sabe	(141)	148	69	136	60	117	39
No contesta	(71)	127	68	132	61	106	39

Cuadro 6.2.2. (Continuación)

Indice de Acuerdo con distintas afirmaciones sobre la llamada "Conspiración contra el Estado", por Características Socioeconómicas.

JULIO 1995	Total	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
Total	(1209)	129	66	130	69	120	35
Responsabilidad del Gobierno en el caso CESID:							
Ninguna	(88)	111	111	126	111	42	64
Negligencia	(200)	123	76	130	84	106	39
Archivo cintas	(120)	127	57	131	57	120	22
De todo	(587)	139	51	137	53	145	22
Satisfacción con el Gobierno:							
Satisfechos	(225)	110	89	119	95	78	53
Indiferentes	(182)	119	77	133	86	102	54
Insatisfechos	(788)	137	57	133	57	137	25
Satisfacción con la Democracia:							
Satisfechos	(457)	129	71	131	71	105	39
Indiferentes	(214)	119	77	123	80	106	43
Insatisfechos	(505)	133	58	132	62	140	27

(1) ·Las críticas y ataques al Gobierno no son necesariamente críticas o ataques al Estado.
(2) ·Hay un grupo de periodistas, financieros y políticos, que con la excusa de criticar al Gobierno quieren derribar la Monarquía y traer la República.
(3) ·El Gobierno se siente acosado, y se defiende acusando a quienes les critican de conspirar contra el Estado.
(4) ·El PP no es un partido democrático, y aprovecha los errores del Gobierno para intentar acabar con la democracia.
(5) ·El Gobierno socialista, al no reconocer sus errores, es el que está poniendo en peligro la estabilidad de la democracia en España.
(6) ·Sólo habrá democracia en España mientras gobierne el PSOE.

6.3. LOS DEBATES PARLAMENTARIOS SOBRE EL CASO CESID

Dos son los debates parlamentarios que se han celebrado con motivo del caso de las escuchas ilegales del CESID. En el primero de ellos, el encargado de dar explicaciones y de responder en nombre del Gobierno fué el (todavía) Vice-Presidente del Gobierno, Narcís Serra, y en la segunda fué el propio Presidente Felipe González quien respondió en nombre de su Gobierno.

Mediante una escala de 5 puntos en la que el 1 significaba que el entrevistado no había sido convencido en absoluto por los argumentos del orador correspondiente, y el 5 significaba que sus argumentos le habían convencido totalmente, se pidió a los entrevistados que valorasen las intervenciones de los diferentes portavoces parlamentarios. Lo primero que debe resaltarse en relación con estas preguntas es que entre un 47 y un 60% de los entrevistados no opinaron sobre la intervención de cualquiera de los portavoces, probablemente porque no leyeron o escucharon lo suficiente sobre el debate. Pero, entre los que sí opinaron, el grado de convencimiento de sus intervenciones, desde las que más convencieron a las que menos, fué el siguiente: Rosa Aguilar (2,6 puntos), Alvarez Cascos (2,4), Lopez de Lerma (2,1), Anasagasti (2,0), y Narcís Serra (1,8). Puede comprobarse que ninguno de los oradores citados logró una puntuación superior al punto medio de la escala utilizada (3,0 puntos), y que el representante del Gobierno fué el que menos convenció.

La mayoría de los segmentos sociales parecen haber sido más convencidos por la portavoz de IU, Rosa Aguilar, que por ningún otro de los oradores. Sin embargo, Alvarez Cascos fué quién más convenció a los mayores de 65 años, a los de derecha, a los de status socioeconómico medio bajo, y a los votantes del PP. Narcís Serra, que habló en nombre del Gobierno, es quién más convenció a los de status socioeconómico bajo, a los votantes del PSOE y a los satisfechos con el Gobierno. Y Lopez de Lerma, portavoz de CIU, es el que más convenció a los votantes a partidos nacionalistas de centro y derecha.

En cuanto al segundo debate, protagonizado por el propio Presidente González, y utilizando una escala similar, se obtuvieron las siguientes puntuaciones: Aznar y Anguita (2,5 puntos cada uno), Molins, Anasagasti y González (2,0 puntos cada uno). El porcentaje de los que no opinaron superó otra vez el 45% en todos los casos, y respecto a Molins y Anasagasti superó incluso el 60%. Además, tampoco llegó a los 3,0 puntos ninguno de los respresentantes de los partidos políticos principales.

Aunque Anguita y Aznar son los dos oradores que más convencieron al conjunto de entrevistados, cada segmento social se inclinó más por uno u otro, e incluso fué más convencido por alguno de los otros tres líderes. Puede así observarse que Anguita y Aznar convencieron por igual a los de status socioeconómico alto y medio alto, así como a los de status medio, a los votantes del CDS, a los que no contestan lo que votarían en unas elecciones generales, y a los insatisfechos con el Gobierno y con la democracia. Sin embargo, Julio Anguita parece haber convencido a la mayoría de los segmentos sociales, aunque Aznar convenció más a los mayores de 50 años, a los de baja posición social, a los de centro y derecha, a los no activos, a los clientes de bancos, y a los votantes del PP. González sólo convenció más que los otros líderes a los de izquierda, a los de status medio bajo y bajo, a los votantes del PSOE y a los satisfechos con el Gobierno y con la democracia.

Cuadro 6.3.1.

Evaluación de la Media en que convencieron los Argumentos expuestos por los diferentes Portavoces que intervinieron en el primer Debate sobre el asunto CESID.

JULIO 1995	Me convenció totalmente	4	3	2	No me convenció en absoluto	NS/ NC	% Opinan	Valoración media	% Discre-pancia
Narcís Serra.....	3%	3	7	8	32	47	53	1,8	66
El Portavoz de PP (Alvarez Cascos).....	5%	6	9	7	19	53	47	2,4	59
El Portavoz de IU (Rosa Aguilar).....	5%	8	11	7	14	55	45	2,6	52
El Portavoz de CIU (López de Lezma).....	2%	3	10	8	18	60	40	2,1	56
El Portavoz de PNV (Iñaki Anasagasti)....	2%	2	9	9	18	60	40	2,0	57

Cuadro 6.3.2.

Valoración Media sobre la Medida en que convencieron los Argumentos de los distintos Portavoces de los Partidos en el primer Debate sobre el asunto CESID, por Características Socioeconómicas (Valoración Media de 1 a 5 puntos)

JULIO 1995	Total	Narcís Serra	Alvarez Cascos	Rosa Aguilar	López de Lerma	Iñaki Anasagasti
Total	(1209)	1,8	2,4	2,6	2,1	2,0
Edad:						
18 a 29 años	(315)	1,7	2,4	2,9	2,2	1,9
30 a 49 años	(411)	1,7	2,3	2,7	2,0	2,0
50 a 64 años	(261)	1,8	2,4	2,5	2,0	2,0
65 y más años	(222)	2,1	2,4	2,3	2,0	2,1
Posición Social:						
Baja	(493)	1,9	2,5	2,6	2,0	2,0
Media	(535)	1,8	2,3	2,6	2,0	1,9
Alta	(181)	1,7	2,3	2,8	2,2	2,0
Ideología:						
Izquierda	(494)	2,2	1,7	2,4	2,0	2,0
Centro	(212)	1,7	2,6	2,7	2,1	2,0
Derecha	(273)	1,4	3,4	3,0	2,2	2,1
Status Socioeconómico Familiar:						
Alto, Medio alto	(267)	1,8	2,5	2,9	2,2	2,1
Medio	(654)	1,7	2,3	2,6	2,0	2,0
Medio Bajo	(265)	2,0	2,3	2,2	2,0	1,9
Bajo	(23)	2,6	2,3	2,0	2,0	1,6
Sector Económico:						
No activos	(662)	1,8	2,5	2,6	2,0	2,0
En paro	(115)	1,9	2,4	2,5	2,0	1,9
Sec.Publico	(47)	1,6	2,1	2,7	2,1	2,1
Sec.Priv.c/ajena	(302)	1,7	2,3	2,7	2,1	1,9
Sec.Priv.c/propia	(81)	2,0	2,4	2,6	2,1	1,9
Clientes de:						
Bancos	(321)	1,7	2,7	2,9	2,1	2,0
Cajas	(788)	1,8	2,3	2,6	2,0	2,0

Intención de Voto:						
PP	(357)	1,3	3,4	3,0	2,2	2,1
CDS	(14)	1,0	3,0	3,0	1,5	1,0
PSOE	(278)	2,8	1,5	1,9	2,0	2,0
IU	(149)	1,4	1,9	3,3	1,9	2,0
Nacion. derecha	(77)	1,9	1,9	2,2	2,5	2,0
Nacion. izquierda	(22)	2,2	1,8	2,7	2,4	2,2
Otros	(23)	1,3	1,9	2,4	2,3	1,7
No votará	(77)	1,5	1,6	2,2	1,3	1,4
No sabe	(141)	2,0	2,2	2,6	2,0	2,1
No contesta	(71)	1,6	2,3	2,3	2,0	2,0
Satisfacción con el Gobierno:						
Satisfechos	(225)	2,6	1,6	2,1	2,0	1,9
Indiferentes	(182)	2,2	2,1	2,2	2,1	2,2
Insatisfechos	(788)	1,5	2,6	2,8	2,1	2,0
Satisfacción con la Democracia:						
Satisfechos	(457)	2,2	2,1	2,4	2,1	2,1
Indiferentes	(214)	1,7	2,4	2,5	2,0	1,9
Insatisfechos	(505)	1,5	2,6	2,9	2,0	1,9

Cuadro 6.3.3.

Evaluación de la medida en que convencieron los Argumentos expuestos por los diferentes Líderes Políticos en el segundo Debate sobre el asunto CESID.

JULIO 1995	Me convenció totalmente	4	3	2	No me convenció en absoluto	NS/ NC	% Opinan	Valoración media	% Discrepancia
Felipe González.....	5%	5	8	6	30	46	54	2,0	68
José María Aznar.....	6%	7	10	8	20	49	51	2,5	59
Julio Anguita.....	4%	8	13	8	16	51	49	2,5	52
Joaquin Molins.....	1%	3	10	8	18	60	40	2,0	54
Iñaki Anasagasti.....	1%	3	9	8	18	60	40	2,0	57

Cuadro 6.3.4.

Valoración Media sobre la Medida en que convencieron los Argumentos de los distintos Líderes de los Partidos en el segundo Debate sobre el asunto CESID, por Características Socioeconómicas. (Valoración Media de 1 a 5 puntos)

JULIO 1995	Total	Felipe González	José Mª Aznar	Julio Anguita	Joaquim Molins	Iñaki Anasagasti
Total	(1209)	2,0	2,5	2,5	2,0	2,0
Edad:						
18 a 29 años	(315)	1,9	2,5	2,7	2,0	1,9
30 a 49 años	(411)	1,9	2,4	2,5	1,9	1,9
50 a 64 años	(261)	2,1	2,6	2,5	2,1	2,1
65 y más años	(222)	2,4	2,5	2,2	2,1	2,2
Posición Social:						
Baja	(493)	2,2	2,6	2,4	1,9	2,1
Media	(535)	2,0	2,4	2,5	2,0	1,9
Alta	(181)	1,9	2,4	2,6	2,1	2,0
Ideología:						
Izquierda	(494)	2,7	1,7	2,3	1,9	2,0
Centro	(212)	1,7	2,7	2,5	2,3	2,1
Derecha	(273)	1,4	3,6	3,0	2,0	2,0
Status Socioeconómico Familiar:						
Alto, Medio alto	(267)	1,9	2,7	2,7	2,2	2,2
Medio	(654)	2,0	2,5	2,5	1,8	1,9
Medio Bajo	(265)	2,3	2,2	2,2	2,1	1,9
Bajo	(23)	2,2	2,0	1,3	1,0	1,0
Sector Económico:						
No activos	(662)	2,1	2,6	2,5	2,0	2,1
En paro	(115)	2,0	2,1	2,4	1,8	1,7
Sec.Publico	(47)	1,8	2,4	2,6	2,1	2,1
Sec.Priv.c/ajena	(302)	2,0	2,3	2,5	2,0	2,0
Sec.Priv.c/propia	(81)	2,1	2,5	2,6	2,1	2,0
Clientes de:						
Bancos	(321)	1,8	2,9	2,8	2,2	2,1
Cajas	(788)	2,1	2,4	2,5	2,0	2,0

Intención de Voto:						
PP	(357)	1,3	3,7	2,9	2,1	2,1
CDS	(14)	1,0	3,0	3,0	1,0	1,0
PSOE	(278)	3,6	1,5	1,7	2,0	2,1
IU	(149)	1,6	1,8	3,1	1,9	1,9
Nacion. derecha	(77)	1,9	1,8	2,1	2,4	2,2
Nacion. izquierda	(22)	1,8	1,5	2,3	2,0	1,7
Otros	(23)	1,8	1,3	1,9	1,6	1,5
No votará	(77)	1,5	1,8	2,3	1,3	1,5
No sabe	(141)	2,1	2,2	2,4	2,0	1,9
No contesta	(71)	1,5	2,4	2,4	1,9	1,9
Satisfacción con el Gobierno:						
Satisfechos	(225)	3,4	1,6	1,8	2,0	2,0
Indiferentes	(182)	2,7	2,1	2,1	2,1	2,2
Insatisfechos	(788)	1,6	2,7	2,7	2,0	1,9
Satisfacción con la Democracia:						
Satisfechos	(457)	2,6	2,1	2,2	2,0	2,0
Indiferentes	(214)	1,9	2,4	2,3	2,0	2,1
Insatisfechos	(505)	1,6	2,8	2,8	1,9	1,9

6.4. COMPARACION RESPECTO A LA GRAVEDAD DE DIFERENTES ESCANDALOS POLITICOS

Con el fín de conocer el nivel de gravedad que la opinión pública asigna al asunto de las escuchas ilegales del CESID, se comparó la gravedad asignada a éste (mediante una escala de 1 a 7 puntos en la que el 1 significa ninguna gravedad y el 7 una gravedad extraordinaria) y a otros escándalos recientes en que se ha visto implicado el Gobierno socialista. Más del 80% de los entrevistados contestaron a cada una de estas preguntas, excepto en lo que se refiere a la relativa al BOE, contestada por un 74%.

El ranking de gravedad, desde el considerado más grave al que menos, fué el siguiente: Fondos Reservados (6,4 puntos), Mariano Rubio/Banco de España (6,3), CESID (6,3), GAL (6,2), FILESA (6,1), BOE (5,9) y Juan Guerra (5,6 puntos). Debe subrayarse el hecho de que todos los casos han sido valorados como bastante graves, ya que todos ellos reciben puntuaciones medias superiores a los 5,5 puntos, cuando el punto medio sería de 4,0 puntos.

La mayoría de los segmentos sociales atribuyen una mayor gravedad al asunto de los fondos reservados que a cualquier otro asunto de los mencionados, aunque las diferencias son pequeñas especialmente respecto a la gravedad atribuida al caso Mariano Rubio y CESID, hasta el punto de que los entrevistados de algunos segmentos sociales atribuyen la máxima e igual gravedad a dos o tres de estos asuntos. Debe subrayarse, sin embargo, que el asunto del CESID es considerado como el más grave por los de status socioeconómico medio, por los que trabajan en el sector público, y por los votantes a partidos nacionalistas de centro y derecha.

Cuadro 6.4.1.

Nivel de Gravedad del asunto del CESID en relación a otros escándalos políticos recientes.

JULIO 1995	Ninguna gravedad	2	3	4	5	6	Gravedad Extraordinaria	NS/ NC	% Opinan	Valoración Media	% Discre-pancia
- Juan Guerra	2%	3	5	10	15	18	36	12	88	5,6	30
- Fondos Reservados	*%	1	1	4	7	19	56	12	88	6,4	17
- Mariano Rubio (Banco de España)	*%	1	2	5	9	19	53	11	89	6,3	19
- FILESA	1%	1	2	6	9	18	45	18	82	6,1	22
- GAL	2%	1	2	5	6	17	54	13	87	6,2	23
- Boletin Oficial del Estado (B.O.E.) (Aida Alvarez)	1%	2	3	6	9	14	38	26	74	5,9	26
- CESID	1%	1	2	4	6	16	58	12	88	6,3	20

Cuadro 6.4.2.

Valoración Media de la Gravedad del asunto CESID en relación a otros escándalos políticos, por Características Socioeconómicas. (Valoración Media de 1 a 7 puntos)

JULIO 1995	Total	Juan Guerra	Fondos Reservados	Mariano Rubio	FILESA	GAL	BOE	CESID
Total	(1209)	5,6	6,4	6,3	6,1	6,2	5,9	6,3
Edad:								
18 a 29 años	(315)	5,3	6,4	6,1	6,0	6,1	5,6	6,3
30 a 49 años	(411)	5,5	6,3	6,2	6,0	6,2	5,8	6,2
50 a 64 años	(261)	5,8	6,4	6,4	6,2	6,3	6,2	6,3
65 y más años	(222)	5,8	6,3	6,4	6,3	6,2	6,2	6,4
Posición Social:								
Baja	(493)	5,6	6,4	6,3	6,1	6,2	6,0	6,3
Media	(535)	5,6	6,3	6,2	6,1	6,2	5,8	6,3
Alta	(181)	5,4	6,3	6,2	6,0	6,2	5,8	6,3
Ideología:								
Izquierda	(494)	5,3	6,2	6,2	5,9	6,0	5,6	6,1
Centro	(212)	5,6	6,3	6,3	6,1	6,3	5,9	6,3
Derecha	(273)	5,9	6,5	6,4	6,3	6,3	6,1	6,5
Status Socioeconómico Famil iar:								
Alto, Medio alto	(267)	5,3	6,3	6,1	5,9	6,2	5,7	6,2
Medio	(654)	5,6	6,3	6,3	6,1	6,2	5,9	6,4
Medio Bajo	(265)	5,7	6,4	6,3	6,2	6,1	6,2	6,3
Bajo	(23)	5,8	6,4	6,5	6,1	6,3	6,6	6,4
Sector Económico:								
No activos	(662)	5,6	6,4	6,3	6,1	6,2	5,9	6,3
En paro	(115)	5,7	6,4	6,2	6,0	6,2	6,0	6,2
Sec.Publico	(47)	5,6	6,3	6,3	6,2	6,5	5,9	6,6
Sec.Priv.c/ajena	(302)	5,3	6,3	6,2	6,0	6,2	5,8	6,3
Sec.Priv.c/propia	(81)	5,7	6,2	6,2	6,1	6,0	5,9	6,1
Clientes de:								
Bancos	(321)	5,5	6,5	6,3	6,0	6,1	5,9	6,3
Cajas	(788)	5,6	6,3	6,2	6,0	6,2	5,9	6,3

Intención de Voto:							
PP	(357)	5,9	6,5	6,4	6,3	6,4	6,1	6,5
CDS	(14)	5,5	6,6	6,4	6,0	5,5	6,2	6,2
PSOE	(278)	5,1	6,0	6,0	5,6	5,7	5,4	5,9
IU	(149)	5,5	6,5	6,3	6,1	6,4	5,8	6,5
Nacion. derecha	(77)	5,5	6,3	6,2	6,1	6,3	6,0	6,6
Nacion. izquierda	(22)	5,5	6,6	6,4	6,0	6,6	5,6	6,2
Otros	(23)	5,7	6,7	6,5	6,3	6,5	6,0	6,7
No votará	(77)	5,8	6,5	6,4	6,3	6,4	6,2	6,3
No sabe	(141)	5,5	6,4	6,2	6,2	6,1	6,0	6,3
No contesta	(71)	5,5	6,3	6,2	5,9	6,4	6,0	6,2
Satisfacción con el Gobierno:								
Satisfechos	(225)	5,2	6,0	6,0	5,7	5,8	5,4	5,9
Indiferentes	(182)	5,5	6,2	6,2	6,0	6,1	5,9	6,2
Insatisfechos	(788)	5,7	6,5	6,3	6,2	6,3	6,0	6,5
Satisfacción con la Democracia:								
Satisfechos	(457)	5,4	6,2	6,1	5,9	6,0	5,7	6,1
Indiferentes	(214)	5,5	6,4	6,2	6,2	6,3	5,9	6,4
Insatisfechos	(505)	5,7	6,5	6,4	6,2	6,3	6,1	6,4

6.5. ESPAÑA Y LA UNION EUROPEA

La actitud global de los españoles hacia la Unión Europea todavía sigue siendo favorable, y este mes mantiene el nivel del mes pasado, después del significativo descenso del mes de mayo, 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 sólo supera el 40% entre los que no votarán. 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 que no votarán consideran claramente perjudicial, tanto para España como para su Comunidad Autónoma, la pertenencia de España a la Unión Europea.

Cuadro 6.5.1.

Grado de Satisfacción con la Pertenencia de España a la UE

	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95
Total	(1.208)	(1212)	(1.212)	(1.210)	(1.210)	(1.215)	(1.211)	(1.219)	(1.213)	(1.213)	(1.221)	(1.209)
Muy Satisfecho	13%	14%	11%	13%	13%	14%	16%	15%	12%	12%	14%	12%
Algo Satisfecho	60	57	58	57	57	57	57	53	56	48	52	53
Nada Satisfecho	17	20	21	22	20	21	20	23	24	32	24	23
NS/NC	10	9	11	7	10	8	7	9	9	9	10	12
INDICE	96	94	89	91	92	93	96	92	88	80	89	89

Cuadro 6.5.2.

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

JULIO 1995	Total	Muy Satisfecho	Algo Satisfecho	Nada Satisfecho	Ns/Nc	INDICE
Total	(1209)	12%	53	23	12	89
Edad:						
18 a 29 años	(315)	13%	60	20	7	93
30 a 49 años	(411)	13%	51	27	9	86
50 a 64 años	(261)	11%	50	24	15	87
65 y más años	(222)	10%	49	18	23	92
Posición Social:						
Baja	(493)	10%	50	20	20	89
Media	(535)	13%	54	24	8	89
Alta	(181)	14%	56	26	3	88
Ideología:						
Izquierda	(494)	17%	60	16	7	102
Centro	(212)	10%	54	25	11	86
Derecha	(273)	8%	49	29	14	79
Status Socioeconómico Familiar:						
Alto, Medio alto	(267)	13%	60	21	5	92
Medio	(654)	11%	53	23	12	88
Medio Bajo	(265)	12%	46	23	19	90
Bajo	(23)	4%	31	35	30	70
Sector Económico:						
No activos	(662)	11%	52	21	17	90
En paro	(115)	10%	52	30	9	80
Sec.Publico	(47)	13%	53	32	2	81
Sec.Priv.c/ajena	(302)	16%	55	24	6	92
Sec.Priv.c/propia	(81)	12%	52	23	12	89
Clientes de:						
Bancos	(321)	13%	53	25	9	88
Cajas	(788)	12%	54	22	12	90
Intención de Voto:						
PP	(357)	8%	52	27	14	81

CDS	(14)	14%	29	36	21	79
PSOE	(278)	22%	58	9	11	113
IU	(149)	9%	60	26	5	83
Nacion. derecha	(77)	9%	70	16	5	93
Nacion. izquierda	(22)	9%	55	36	-	73
Otros	(23)	9%	65	26	-	82
No votará	(77)	7%	36	40	17	66
No sabe	(141)	10%	43	26	21	84
No contesta	(71)	13%	41	28	18	84
Satisfacción con el Gobierno:						
Satisfechos	(225)	26%	58	5	12	121
Indiferentes	(182)	13%	52	17	19	96
Insatisfechos	(788)	8%	52	30	11	78
Satisfacción con la Democracia:						
Satisfechos	(457)	18%	59	14	9	104
Indiferentes	(214)	10%	53	19	17	91
Insatisfechos	(505)	7%	47	33	13	74

Cuadro 6.5.3.

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

España

	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95
Total	(1.208)	(1212)	(1.212)	(1.210)	(1.210)	(1.215)	(1.211)	(1.219)	(1.213)	(1.213)	(1.221)	(1.209)
Muy beneficioso	9%	10%	9%	8%	9%	8%	9%	8%	8%	6%	9%	8%
Algo beneficioso	58	54	52	54	54	56	56	55	52	45	51	50
Algo perjudicial	18	20	22	20	19	18	21	19	21	25	20	21
Muy perjudicial	5	6	5	8	6	8	5	8	9	12	8	7
NS/NC	10	11	12	10	12	9	9	10	11	12	12	14
INDICE	145	139	133	134	137	139	138	136	130	114	132	131

Comunidad Autónoma

	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95
Total	(1.208)	(1212)	(1.222)	(1.210)	(1.210)	(1.215)	(1.211)	(1.219)	(1.213)	(1.213)	(1.221)	(1.209)
Muy beneficioso	9%	10%	8%	7%	8%	9%	9%	8%	7%	6%	9%	8%
Algo beneficioso	54	49	48	51	50	51	51	50	49	43	46	44
Algo perjudicial	20	20	21	23	20	19	22	20	20	23	21	20

Muy perjudicial	7	10	9	10	10	10	7	11	11	16	12	11
NS/NC	11	12	13	10	12	10	11	11	13	12	12	16
INDICE	136	129	125	125	128	131	131	127	125	110	122	120

Cuadro 6.5.4.

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

JULIO 1995	Total	ESPAÑA	CCAA
Total	(1209)	131	120
Edad:			
18 a 29 años	(315)	147	128
30 a 49 años	(411)	122	117
50 a 64 años	(261)	122	114
65 y más años	(222)	135	123
Posición Social:			
Baja	(493)	129	118
Media	(535)	132	121
Alta	(181)	132	125
Ideología:			
Izquierda	(494)	149	138
Centro	(212)	130	117
Derecha	(273)	116	108
Status Socioeconómico Familiar:			
Alto, Medio alto	(267)	135	128
Medio	(654)	130	119
Medio Bajo	(265)	128	117
Bajo	(23)	122	118
Sector Económico:			
No activos	(662)	131	121
En paro	(115)	119	105
Sec.Publico	(47)	123	128
Sec.Priv.c/ajena	(302)	137	125
Sec.Priv.c/propia	(81)	125	121
Clientes de:			
Bancos	(321)	127	111
Cajas	(788)	132	124
Intención de Voto:			
PP	(357)	122	107
CDS	(14)	121	121

PSOE	(278)	164	157
IU	(149)	130	119
Nacion. derecha	(77)	144	136
Nacion. izquierda	(22)	127	109
Otros	(23)	104	87
No votará	(77)	83	82
No sabe	(141)	123	111
No contesta	(71)	115	107
Satisfacción con la Pertenencia a la UE:			
Muy satisfecho	(144)	185	185
Algo satisfecho	(637)	169	153
Nada satisfecho	(277)	25	23
Satisfacción con el Gobierno:			
Satisfechos	(225)	171	169
Indiferentes	(182)	140	132
Insatisfechos	(788)	118	104
Satisfacción con la Democracia:			
Satisfechos	(457)	154	143
Indiferentes	(214)	131	126
Insatisfechos	(505)	111	97