



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

OCTUBRE - 1.995

FICHA TECNICA

- **Diseño y Realización:** De la investigación, del cuestionario y de la muestra: A.S.E.P.
- **Diseño Muestral:** 1.210 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 **16 a 21 de Octubre 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 **3 de Noviembre 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.....	16
2.1. ESTRUCTURA SOCIOECONOMICA DE LOS HOGARES.....	16
2.2. STATUS SOCIOECONOMICO DE LOS INDIVIDUOS	24
3. Actitudes y Comportamientos Económicos	31
3.1. EVALUACION DE LA COYUNTURA ECONOMICA.....	31
3.2. PAUTAS DE AHORRO Y CONSUMO	46
3.3. SATISFACCION CON LA VIDA	51
3.4. CLIENTELA DE INSTITUCIONES FINANCIERAS	55
4. Actitudes y Comportamientos Políticos	60
4.1. DIMENSIONES IDEOLOGICAS BASICAS	60
4.2. IMAGEN DE INSTITUCIONES Y GRUPOS SOCIALES.....	76
4.3. IMAGEN DE PERSONAJES PUBLICOS.....	106
4.4. INTENCIONES DE VOTO.....	129
5. Utilización de Medios de Comunicación	145
5.1. ANTECEDENTES	145
5.2. PRENSA DIARIA	148
5.3. REVISTAS	152
5.4. RADIO.....	156
5.5. TELEVISION	166
5.6. LOS COMUNICADORES	180
6. La Actualidad	204
6.1. EL INTERES POR LOS ACONTECIMIENTOS POLITICOS.....	204
6.2. LOS CASOS GAL Y CESID	207
6.3. MARIO CONDE Y EL JUEZ MOREIRAS.....	215
6.4. ELECCIONES AUTONOMICAS EN CATALUÑA	222
6.5. REAPERTURA DEL JUICIO SOBRE EL ACEITE DE COLZA	227
6.6. EL ASOCIACIONISMO EN LA SOCIEDAD ESPAÑOLA	237
6.7. LA PLATAFORMA DEL 0,7%	241
6.8. ESPAÑA Y LA UE	245
6.9. EL CONFLICTO EN LA EX-YUGOSLAVIA.....	252

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

En este sentido, y como demostración de que la afirmación anterior implica algo más que buenas intenciones, ASEP ha revisado anualmente su sistema de indicadores, desde el inicial en el curso 1986-87 hasta el actual para el curso 1.995-96, tratando de mejorarlo sobre la base de la experiencia de su utilización durante esos años.

En el presente curso 1.995-96 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 décimo 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. Así, el presente mes se caracteriza por una relativa estabilidad tanto del ISC como del IESE consecuencia probable de la incertidumbre del presente y del futuro más próximo. Esta incertidumbre, ya observada en los meses precedentes, es fruto de la inestabilidad política y social, producida por las distintas declaraciones de los miembros de los partidos de la oposición solicitando la dimisión del Presidente y/o la convocatoria de elecciones generales, y los distintos casos de corrupción, que han afectado considerablemente al mundo financiero, a lo que hay que añadir la ruptura de relaciones entre los nacionalistas catalanes y el gobierno socialista tras las vacaciones veraniegas y el más que probable, ya real, rechazo a los Presupuestos Generales del Estado.

Por su parte, los dos indicadores sobre ahorro (IPA e IA) ascienden respecto al anterior estudio y se sitúan así en unos niveles idénticos a los de hace un año y muy parecidos a los de los últimos meses.

- Como se puede comprobar analizando la serie de datos del último año, los indicadores sociales son menos susceptibles de variación, si bien de un mes a otro pueden producirse ligeras oscilaciones. Así, el ISCV desciende hasta situarse prácticamente al mismo nivel que antes de las vacaciones de verano, aunque continúa mostrando que en la sociedad española predomina la satisfacción con la calidad de vida.

Por su parte, el IO continúa situándose por debajo del nivel de equilibrio, y además desciende ligeramente respecto al anterior estudio, y su valor apunta un relativo predominio del pesimismo. El IPM asciende ligeramente y obtiene el valor más alto de todo el año, y el IPR se mantiene, 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 optimismo en este mes de octubre, dando a entender que ya se ha llegado hasta el fondo y que se inicia una recuperación que deberá confirmarse en los próximos meses. Así, el ISD confirma un cierto optimismo al aumentar 6 puntos porcentuales su valor respecto al alcanzado el mes de septiembre (y registra el mismo nivel que en marzo de este año). Por otra parte, el grado de satisfacción con el Gobierno (ISG) aumenta ligeramente por comparación con el valor alcanzado en el último sondeo, sin embargo, se halla por debajo del valor alcanzado hace un año, y se mantiene en los niveles más bajos registrados este año.

Este mes ascienden los indicadores políticos, algo recuperados el pasado mes de junio a raíz de las elecciones locales y autonómicas, pero siguen reflejando un clima de pesimismo en relación a la esfera política, pesimismo que no logra desvincular del todo la satisfacción con el Gobierno de la satisfacción con el funcionamiento de la democracia, dado los bajos niveles de ambos indicadores, aunque 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. Y a la ruptura del pacto de gobierno entre los socialistas y los nacionalistas catalanes de CiU, hay que añadir el rechazo a los Presupuestos Generales del Estado por parte del Parlamento. Como consecuencia de todo ello, se observa un notable aumento en el índice de alienación política (IAP), situándose en el nivel más alto de todo el año.

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 en 3 puntos porcentuales aunque se mantiene en uno de los niveles más altos alcanzados por dicho indicador en el último año. Y resulta muy similar del nivel registrado hace un año.
- 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 de la abstención y del voto a IU. --Aumento del voto al PP.
- Cierta aumento del voto a los partidos nacionalistas de centro y derecha, así como en el voto a partidos nacionalistas de izquierda y en el voto a "otros" partidos.
- Disminución del voto al CDS.
- Fuerte disminución del voto al PSOE.



Cuadro 1.1.1.

Sistema de Indicadores Sociales ASEP

	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95	IX-95	X-95
ECONOMICOS Y DE CONSUMO												
1 -ISC	86	82	82	78	79	70	75	80	81	83	79	78
2 -IESE	80	74	76	64	63	48	58	68	70	68	63	63
3 -IPA	114	111	114	117	116	114	109	113	112	117	111	114
4 -IA	26	24	26	27	27	26	23	26	26	28	24	26
SOCIALES												
5 -ISCV	161	165	167	164	167	163	164	162	160	160	166	160
	(3,6)	(3,7)	(3,7)	(3,7)	(3,7)	(3,7)	(3,7)	(3,7)	(3,6)	(3,7)	(3,7)	(3,6)
6 -IO	88	89	86	88	88	82	83	84	86	92	89	88
7 -IPR	2,3	2,4	2,3	2,3	2,3	2,4	2,3	2,4	2,3	2,4	2,4	2,4
8 -IPM	28	32	30	32	30	31	31	32	33	35	37	38
POLITICOS												
9 -ISD	114	104	116	111	105	98	101	105	109	96	92	98
	(3,1)	(3,0)	(3,1)	(3,0)	(3,0)	(2,9)	(2,9)	(3,0)	(3,0)	(2,9)	(2,8)	(2,9)
10 -ISG	69	60	71	63	62	53	55	71	68	53	56	59
	(2,5)	(2,4)	(2,5)	(2,4)	(2,4)	(2,2)	(2,2)	(2,5)	(2,4)	(2,3)	(2,3)	(2,3)
11 -IAP	34	35	33	36	32	31	33	34	28	24	36	37
12 -IPI	3,5	3,5	3,5	3,4	3,5	3,5	3,4	3,5	3,5	3,6	3,4	3,5
13 -ISN	3,3	3,3	3,2	3,3	3,3	3,2	3,3	3,2	3,2	3,3	3,3	3,2
EXPOSICION A INFORMACION												
14 -IEI	75	77	71	75	66	72	69	72	80	66	79	76
	(2,8)	(2,8)	(2,8)	(2,8)	(2,9)	(2,8)	(2,9)	(2,8)	(2,7)	(2,9)	(2,7)	(2,8)
INTENCION DIRECTA DE VOTO												
- PP	21,2	22,1	20,2	20,2	22,0	23,8	22,8	23,7	26,1	29,5	24,2	22,0
- CDS	0,8	0,8	0,5	1,0	1,5	1,2	1,0	0,8	0,2	1,2	0,2	0,3
- PSOE	20,6	21,0	27,0	20,8	21,1	20,9	22,3	23,7	21,7	23,0	19,8	19,1
- IU	12,1	13,2	10,8	13,2	15,6	14,4	12,2	10,6	11,5	12,3	9,3	11,8
- Otros	12,4	11,1	10,1	10,2	10,5	10,7	14,0	9,4	10,8	12,2	11,8	11,4
- No Votará	11,3	12,8	11,5	12,4	8,8	9,4	10,7	8,4	6,6	6,4	11,4	11,3
- NS/NC	21,6	19,0	19,9	22,2	20,5	19,6	20,0	23,4	19,9	15,4	23,3	24,1



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

1.2. ANALISIS ESPECIFICO DEL SISTEMA DE INDICADORES SOCIALES ASEP

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

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

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

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

El propósito de estos cuadros, por tanto, es:

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

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

- los pesimistas sobre los optimistas en la evaluación de la situación económica,
- los que ahorran sobre los que se endeudan,
- los satisfechos sobre los insatisfechos con su calidad de vida,
- los pesimistas sobre los optimistas en el nivel personal,
- los de práctica religiosa baja sobre los de práctica religiosa alta,
- los materialistas sobre los post-materialistas,
- los insatisfechos con el funcionamiento de la Democracia sobre los satisfechos,
- los insatisfechos con el Gobierno, sobre los satisfechos,
- los autopusicionados en la izquierda, sobre los de centro y los de derecha,
- los españolistas sobre los nacionalistas, aunque predominan, como siempre, y en proporción de alrededor del 50%, los que se consideran tan españoles como nacionalistas,
- los de alta exposición a la información sobre los de ninguna exposición a la información,
- los de baja posición social sobre los de posición alta, y
- los que piensan votar al PP sobre los que votarán al PSOE.



Cuadro 1.2.0.

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

INDICADORES:	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95	IX-95	X-95
Total	(1.212)	(1.210)	(1.210)	(1.215)	(1.211)	(1.219)	(1.213)	(1.213)	(1.221)	(1.209)	(1.217)	(1210)
Evaluación Situación Económica												
Optimistas	20%	18%	20%	17%	16%	12%	12%	16%	16%	17%	14%	15%
Pesimistas	41	44	44	53	54	64	55	48	46	49	51	52
Propensión al Ahorro												
Ahorran	26%	24%	26%	27%	27%	26%	23%	26%	26%	28%	24%	26%
Se Endeudan	12	13	12	11	12	12	14	13	14	11	13	12
Satisfacción con Calidad de Vida												
Satisfechos	76%	78%	79%	78%	80%	77%	77%	76%	75%	74%	78%	75%
Insatisfechos	15	12	12	14	12	14	13	14	15	14	12	15
Optimismo Personal												
Optimistas	16%	17%	15%	18%	18%	15%	14%	15%	16%	18%	16%	17%
Pesimistas	28	28	30	31	30	33	31	30	30	26	27	29
Práctica Religiosa												
Alta	19%	21%	20%	21%	21%	20%	19%	21%	20%	22%	21%	23%
Baja	54	54	58	56	57	55	59	53	58	51	49	52
Postmaterialismo												
Materialistas	72%	68%	70%	68%	70%	69%	69%	68%	67%	65%	63%	62%
Post-materialistas	28	32	30	32	30	31	31	32	33	35	37	38
Satisfacción con Democracia												
Satisfechos	48%	42%	49%	47%	45%	41%	41%	43%	44%	38%	36%	40%
Insatisfechos	34	38	34	37	40	43	40	38	35	42	44	42
Satisfacción con Gobierno												
Satisfechos	27%	23%	28%	25%	24%	20%	20%	27%	25%	19%	20%	20%
Insatisfechos	58	63	57	61	62	68	66	55	57	65	64	61
Posicionamiento Ideológico												
Izquierda	37%	38%	39%	27%	39%	41%	37%	40%	40%	41%	38%	36%
Centro	15	15	17	14	17	15	17	16	12	18	18	18
Derecha	16	19	17	19	19	19	17	18	21	23	16	17
Sentimiento Nacionalista												
Más nacionalistas	18%	21%	19%	20%	20%	20%	18%	20%	21%	21%	19%	21%
Más españoles	30	32	30	30	31	29	29	28	26	31	31	32



Exposición a Información												
Alta	38%	38%	36%	34%	33%	36%	35%	36%	40%	33%	40%	38%
Ninguna	24	19	25	23	26	21	24	23	20	24	19	23
Posición Social												
Alta	15%	13%	14%	12%	14%	12%	14%	14%	13%	15%	14%	13%
Baja	40	42	41	36	41	42	40	41	41	41	42	40
Intención de Voto Directa												
PP	21%	22%	20%	20%	22%	24%	23%	24%	26%	30%	24%	22%
CDS	1	1	*	1	2	1	1	1	*	1	*	*
PSOE	21	21	27	21	21	21	22	24	22	23	20	19
IU	12	13	11	13	16	14	12	11	11	12	9	12



Cuadro 1.2.1.

Sistema de Indicadores Sociales ASEP

OCTUBRE 1995	Total	Económicos y de Consumo				Sociales			
		ISC	IESE	IPA	IA	ISCV	IO	IPR	IPM
TOTAL	(1210)	78	63	114	26	3,6	88	2,4	38
Evaluación de la Situación Económica:									
Optimistas	(181)	130	200	113	30	3,7	124	2,1	39
Pesimistas	(633)	51	-	110	23	3,6	75	2,5	38
Propensión al Ahorro:									
Ahorro algo	(318)	87	71	200	100	3,9	100	2,4	42
Prestan dinero	(149)	78	67	-	-	3,2	93	2,4	43
Satisfacción con la Calidad de Vida:									
Satisfecho	(912)	81	66	120	29	4,1	92	2,5	38
Insatisfecho	(184)	67	54	91	15	1,9	75	2,3	33
Optimismo Personal:									
Optimista	(210)	115	84	111	29	3,7	200	2,1	45
Pesimista	(354)	37	34	104	18	3,4	-	2,5	32
Práctica Religiosa:									
Alta	(281)	74	58	113	27	3,7	82	4,4	30
Media	(253)	75	53	115	25	3,6	84	3,0	38
Baja	(631)	81	68	113	25	3,6	92	1,3	40
Postmaterialismo:									
Materialistas	(757)	76	63	113	24	3,6	83	2,5	-
Post-materialistas	(453)	81	63	115	29	3,7	96	2,2	100
Satisfacción con Democracia:									
Satisfechos	(480)	85	77	116	27	3,8	92	2,4	40
Insatisfechos	(505)	72	51	111	25	3,6	84	2,4	40
Satisfacción con Gobierno:									
Satisfechos	(243)	88	84	116	28	3,7	88	2,4	31
Insatisfechos	(743)	75	55	112	26	3,6	90	2,3	43
Posicionamiento Ideológico:									
Izquierda	(433)	82	71	116	28	3,6	88	1,9	47
Centro	(218)	78	64	115	25	3,7	88	2,6	34
Derecha	(206)	73	49	113	29	3,6	94	3,0	34



Sentimiento Nacionalista:									
Más nacionalistas	(256)	78	58	114	27	3,6	89	2,3	39
Igual	(539)	79	64	114	26	3,7	90	2,4	34
Más españoles	(384)	77	63	115	27	3,7	82	2,5	41
Exposición a la Información:									
Alta	(461)	80	65	119	32	3,7	93	2,4	42
Baja	(273)	77	62	113	23	3,6	82	2,5	29
Posición Social:									
Baja	(485)	75	59	107	20	3,6	83	2,9	32
Media	(567)	79	64	115	28	3,6	89	2,1	41
Alta	(158)	85	68	131	38	3,8	99	2,1	43
Intención de Voto:									
PP	(266)	71	49	111	29	3,7	90	2,9	38
CDS	(4)	94	76	151	51	4,0	76	2,2	-
PSOE	(230)	86	85	114	23	3,7	87	2,4	29
IU	(142)	82	67	110	25	3,6	93	1,7	64



Cuadro 1.2.1. (Continuación)

Sistema de Indicadores Sociales ASEP

OCTUBRE 1995	Total	Políticas						Intención de Voto Directa			
		ISD	ISG	IAP	IPI	ISN	IEI	PP	CDS	PSOE	IU
TOTAL	(1210)	2,9	2,3	37	3,5	3,2	2,8	22%	*	19	12
Evaluación de la Situación Económica:											
Optimistas	(181)	3,2	2,6	29	3,3	3,2	2,7	22%	1	27	12
Pesimistas	(633)	2,7	2,1	37	3,6	3,2	2,8	28%	*	13	11
Propensión al Ahorro:											
Ahorro algo	(318)	2,9	2,4	36	3,4	3,2	2,7	24%	1	17	11
Prestan dinero	(149)	2,8	2,1	31	3,6	3,2	2,8	32%	-	14	15
Satisfacción con la Calidad de Vida:											
Satisfecho	(912)	3,0	2,4	36	3,5	3,3	2,8	22%	*	20	11
Insatisfecho	(184)	2,7	2,1	37	3,4	3,2	2,9	21%	-	18	15
Optimismo Personal:											
Optimista	(210)	2,8	2,2	31	3,7	3,2	2,7	28%	-	16	14
Pesimista	(354)	2,7	2,2	36	3,5	3,3	2,8	24%	*	18	11
Práctica Religiosa:											
Alta	(281)	2,9	2,4	34	4,2	3,3	2,8	35%	-	20	5
Media	(253)	2,9	2,3	41	3,9	3,3	2,8	26%	1	15	7
Baja	(631)	2,9	2,3	36	3,1	3,2	2,8	15%	*	20	16
Postmaterialismo:											
Materialistas	(757)	2,9	2,4	39	3,6	3,2	2,9	22%	1	22	7
Post-materialistas	(453)	2,9	2,1	32	3,2	3,3	2,7	22%	-	15	20
Satisfacción con Democracia:											
Satisfechos	(480)	4,0	2,9	30	3,4	3,2	2,8	17%	*	31	12
Insatisfechos	(505)	1,8	1,7	38	3,6	3,2	2,7	27%	*	9	13
Satisfacción con Gobierno:											
Satisfechos	(243)	3,6	4,1	28	2,9	3,3	2,9	6%	-	52	5
Insatisfechos	(743)	2,6	1,6	35	3,7	3,2	2,7	30%	*	9	15
Posicionamiento Ideológico:											
Izquierda	(433)	3,0	2,5	26	2,3	3,2	2,7	3%	-	34	27
Centro	(218)	3,1	2,3	38	4,0	3,3	2,7	23%	1	17	6
Derecha	(206)	2,7	1,8	14	5,5	3,5	2,6	72%	-	6	1



Sentimiento Nacionalista:											
Más nacionalistas	(256)	2,8	2,3	35	3,1	1,6	2,8	14%	-	16	9
Igual	(539)	3,0	2,4	36	3,5	3,0	2,8	21%	*	21	13
Más españoles	(384)	2,8	2,3	37	3,6	4,7	2,8	28%	1	19	12
Exposición a la Información:											
Alta	(461)	2,8	2,1	32	3,5	3,2	1,9	26%	1	16	13
Baja	(273)	2,9	2,5	47	3,4	3,2	4,0	16%	-	23	9
Posición Social:											
Baja	(485)	3,0	2,5	40	3,6	3,2	3,0	20%	*	25	7
Media	(567)	2,9	2,2	34	3,4	3,3	2,7	22%	*	16	15
Alta	(158)	2,7	2,2	36	3,5	3,4	2,5	26%	1	11	13
Intención de Voto:											
PP	(266)	2,7	1,7	-	4,9	3,5	2,7	100%	-	-	-
CDS	(4)	3,0	1,6	-	4,0	3,8	2,2	-%	100	-	-
PSOE	(230)	3,5	3,3	-	2,8	3,3	2,9	-%	-	100	-
IU	(142)	2,9	2,0	-	2,4	3,4	2,7	-%	-	-	100

2. Estructura Socioeconómica de la Población Española

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

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

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

2.1. ESTRUCTURA SOCIOECONOMICA DE LOS HOGARES

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

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

- Tan sólo un 5-8% 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 4-7% 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 12-17% de los cabezas de familia trabajan en el sector privado por cuenta propia, mientras que la proporción de parados entre los cabezas de familia fluctúa entre 6-9%.

- 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 25% 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 vivienda propia (España sigue siendo uno de los países con mayor proporción de propietarios -frente a arrendatarios- de vivienda) y teléfono (aunque una quinta parte de los hogares sigue aún careciendo de este artículo, que hoy puede ser considerado de primera necesidad). La proporción de hogares que tienen automóvil es de unos dos tercios (ya que ha dejado de ser un artículo de lujo y de consumo de minorías, salvo por lo que respecta a ciertas marcas y modelos) y alrededor del 60% en el caso del vídeo. Algo más de 4 de cada 10 hogares tienen un equipo de HIFI; y alrededor de un 15% dispone de lavavajillas y de microordenador, aunque parecería previsible que estos dos últimos bienes experimenten un importante crecimiento en poco tiempo, como ha sucedido con el vídeo en los últimos años.

El promedio de artículos es de 5,5 por hogar, con un coeficiente de variación del 33% (derivado del cociente entre la media aritmética y la desviación standard). Estos valores coinciden en general con los datos de anteriores sondeos, observándose, en conjunto, un estancamiento de la proporción de hogares que poseen los diferentes artículos.

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

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

- Y finalmente, ha parecido conveniente intentar construir un índice-resumen que sintetice de manera clara y simple el nivel socioeconómico de los hogares. Para ello se ha construido un Índice de Status Socioeconómico Familiar, basado en los ingresos familiares, la ocupación del cabeza de familia y el equipamiento del hogar. Combinando estos tres indicadores se han definido cuatro niveles: alto, medio, medio-bajo y bajo. La importancia de este índice (ISSEF) es clara, no sólo desde el punto de vista descriptivo, sino sobre todo explicativo, como se pone de manifiesto a lo largo de este informe.

Algo más de una cuarta parte de los hogares tiene un status socioeconómico familiar bajo o medio-bajo, alrededor de la mitad tiene un status socioeconómico medio y un 20% 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**

	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95	IX-95	X-95
1	7%	6%	7%	6%	7%	6%	7%	7%	5%	6%	7%	8%
2	21	22	22	23	21	24	20	19	18	21	21	22
3	21	20	20	22	21	22	22	22	22	21	21	20
4	26	29	25	26	28	24	27	28	27	26	25	27
5	14	13	13	12	14	15	14	13	16	16	15	13
6	7	6	7	7	6	6	6	7	6	6	6	7
7	3	2	3	2	2	2	3	2	2	3	3	3
8 y más	2	1	2	2	1	1	1	1	2	2	2	1
NS/NC	*	*	1	*	*	*	*	*	1	*	*	*
Total	(1.212)	(1.210)	(1.210)	(1.215)	(1.211)	(1.219)	(1.213)	(1.213)	(1.221)	(1.209)	(1.217)	(1.210)
Tamaño Medio del Hogar	3,6	3,5	3,6	3,5	3,5	3,5	3,6	3,6	3,7	3,6	3,6	3,5

Cuadro 2.1.2.

Status Ocupacional del Cabeza de Familia

	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95	IX-95	X-95
Alto	6%	8%	5%	6%	6%	5%	5%	5%	8%	7%	7%	6%
Medio	50	44	47	49	46	46	50	48	43	47	46	46
Bajo	6	6	7	6	6	6	6	6	6	7	6	6
En Paro	6	8	8	7	7	9	8	8	8	6	9	7
Ama de Casa	1	*	*	*	*	*	*	*	-	*	1	*
Jubilado	32	34	32	31	33	34	31	33	35	33	32	35
NS/NC	*	*	*	1	*	*	-	-	1	*	-	*
Total	(1.212)	(1.210)	(1.210)	(1.215)	(1.211)	(1.219)	(1.213)	(1.213)	(1.221)	(1.209)	(1.217)	(1.210)



Cuadro 2.1.3.

Sector Económico del Cabeza de Familia

	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95	IX-95	X-95
No Activos	32%	34%	32%	32%	34%	35%	31%	33%	35%	33%	33%	35%
En Paro	6	8	8	7	7	9	8	8	8	6	9	7
Sector Público	7	7	5	6	6	5	5	6	6	6	6	4
Privados C. Ajena	40	34	40	40	41	39	43	39	33	41	40	40
Privados C. Propia	14	16	15	14	12	12	13	14	17	14	13	14
NS/NC	*	*	*	1	*	*	-	-	1	*	-	*
Total	(1.212)	(1.210)	(1.210)	(1.215)	(1.211)	(1.219)	(1.213)	(1.213)	(1.221)	(1.209)	(1.217)	(1.210)

Cuadro 2.1.4.

Distribución de los Hogares por Niveles de Renta Familiar

	X-94	XI-93	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95	IX-95	X-95
Menos de 45.000 pts.	4%	6%	5%	4%	3%	5%	3%	4%	4%	5%	4%	3%
De 45 a 75.000 pts.	16	15	16	17	14	16	15	15	14	14	17	14
De 75 a 100.000 pts.	15	19	18	18	18	17	15	17	13	17	16	15
De 100 a 150.000 pts.	19	19	20	21	25	22	22	21	18	18	19	22
De 150 a 200.000 pts.	10	9	10	11	9	9	11	9	10	10	9	11
De 200 a 275.000 pts.	6	5	3	4	5	4	5	5	5	5	5	5
De 275 a 350.000 pts.	2	3	2	2	2	2	2	2	3	3	2	3
De 350 a 450.000 pts.	2	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1
Más de 450.000 pts.	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1
Sin Respuesta	26	23	24	22	20	24	25	24	30	26	25	25
Total	(1.212)	(1.210)	(1.210)	(1.215)	(1.211)	(1.219)	(1.213)	(1.213)	(1.221)	(1.209)	(1.217)	(1.210)



Cuadro 2.1.5.

Equipamiento de los Hogares

Porcentaje de Hogares con:	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95	IX-95	X-95
Lavadora	96	95	94	96	95	96	96	97	96	96	95	96
T.V. color	98	97	97	97	98	98	97	97	98	98	96	97
Vivienda Propia	78	78	80	79	75	79	77	80	79	80	82	78
Teléfono	81	79	80	81	82	82	82	81	81	82	79	81
Automóvil	69	68	65	68	67	67	68	68	69	67	66	67
Equipo HIFI	44	44	41	39	41	44	43	42	45	47	42	42
Vídeo	59	60	60	62	60	61	62	61	64	65	56	62
Lavavajillas	18	17	16	14	15	14	16	14	16	15	17	14
Microordenador	15	13	14	14	15	12	16	14	16	17	14	15
Total	(1.212)	(1.210)	(1.210)	(1.215)	(1.211)	(1.219)	(1.213)	(1.213)	(1.221)	(1.209)	(1.217)	(1.210)
Media (\bar{x}) artículos por Hogar	5,6	5,5	5,5	5,5	5,5	5,5	5,6	5,5	5,6	5,7	5,5	5,5
Coefficiente de Variación (%)	33	32	34	32	32	32	32	32	32	31	34	33



Cuadro 2.1.6.

Equipamiento de los Hogares según Características Socioeconómicas de los Hogares.

OCTUBRE 1995	Total Muestra	Equipamiento:										CV%
		Vivienda Propia	Auto-móvil	TV Color	Vídeo	Telé-fono	Lava-dora	Lavava-jillas	HIFI	Microor-denador	X Art.	
TOTAL	(1210)	78	67	97	62	81	96	14	42	15	5,5	33
Edad:												
18 a 29 años	(316)	70	77	98	78	82	98	21	62	22	6,1	28
30 a 49 años	(412)	75	79	97	75	76	96	17	53	17	5,9	31
50 a 64 años	(261)	82	66	98	53	86	96	11	30	13	5,3	31
65 y más años	(222)	87	32	95	26	81	91	5	9	3	4,3	32
Posición Social:												
Baja	(485)	85	56	96	49	74	94	7	26	8	5,0	34
Media	(567)	73	71	98	67	83	97	16	48	18	5,7	31
Alta	(158)	74	86	98	84	91	97	31	73	26	6,6	26
Ideología:												
Izquierda	(433)	76	67	98	62	81	97	15	48	16	5,6	32
Centro	(218)	81	72	98	65	86	96	16	41	15	5,7	29
Derecha	(206)	79	74	98	72	84	95	23	49	19	5,9	31
Status Socioeconómico:												
Alto, Medio alto	(254)	80	89	100	89	93	98	37	71	35	6,9	22
Medio	(653)	77	70	97	63	80	96	10	41	11	5,4	30
Medio Bajo	(279)	81	44	97	41	77	97	6	23	7	4,7	31
Bajo	(24)	37	-	71	-	21	42	-	-	-	1,8	24
Clientes de:												
Bancos	(297)	79	74	98	69	88	97	22	52	21	6,0	30
Cajas	(806)	77	67	97	63	83	96	14	44	15	5,6	32



Cuadro 2.1.7.

Indice de Status Socioeconómico Familiar

	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95	IX-95	X-95
Alto, Medio Alto	21%	20%	18%	19%	19%	17%	20%	18%	22%	22%	20%	21%
Medio	53	53	55	55	58	57	54	56	49	54	52	54
Medio Bajo	23	25	24	24	21	24	24	24	26	22	26	23
Bajo	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2
	(1.212)	(1.210)	(1.210)	(1.215)	(1.211)	(1.219)	(1.213)	(1.213)	(1.221)	(1.209)	(1.217)	(1.210)

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 5-6% habría logrado terminar los estudios universitarios o técnicos superiores.
- Respecto a la ocupación, la proporción de parados (el 11% sobre la población total de 18 y más años, y el 24% 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 (46% 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 3-5%, 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.
- 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**

	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95	IX-95	X-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%	6%	4%	5%	5%	4%	5%	6%	5%	6%	4%
20 a 29	21	21	21	22	21	21	22	21	20	21	20	22
30 a 39	19	18	18	18	19	18	18	19	18	18	18	18
40 a 49	15	16	16	16	15	16	16	15	16	16	16	16
50 a 59	14	13	13	12	12	13	12	13	13	13	13	14
60 a 64	8	9	9	10	9	8	9	9	8	9	9	7
65 y más	18	18	18	18	18	18	18	18	18	18	18	18
Estado Civil												
Soltero/a	26%	26%	26%	25%	26%	26%	25%	28%	29%	26%	27%	28%
Casado/a	63	63	63	65	63	64	63	60	61	62	60	61
En Pareja	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Viudo/a	8	8	8	7	8	7	8	8	7	9	9	8
Divorciado/a	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	*	1
Separado/a	2	2	1	2	2	2	1	1	1	1	1	2
NS/NC	-	*	*	*	*	*	-	*	-	-	*	-
Total	(1.212)	(1.210)	(1.210)	(1.215)	(1.211)	(1.219)	(1.213)	(1.213)	(1.221)	(1.209)	(1.217)	(1.210)



Cuadro 2.2.2.

**Distribución de los Entrevistados por
Características Socioeconómicas**

	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95	IX-95	X-95
Educación Entrevistado:												
No Sabe Leer	3%	3%	4%	4%	3%	3%	4%	4%	4%	4%	3%	3%
Sabe Leer	20	24	23	22	21	22	21	21	22	22	22	21
Primarios	34	32	34	33	32	35	33	35	34	31	30	32
F.P. 1er. Grado	6	6	4	5	5	4	4	3	6	5	6	5
F.P. 2do. Grado	5	5	5	6	6	5	6	5	6	6	7	6
Bach. Elemental	7	8	8	9	12	9	9	9	7	10	9	10
Bach. Superior	13	11	11	11	11	10	11	12	11	11	12	11
Tit. Grado Medio	6	4	6	5	5	6	6	5	6	5	6	5
Universitarios	5	6	6	5	6	5	6	6	6	6	5	6
NC	1	*	*	1	*	1	*	*	*	*	*	*
Status Ocupa. Entrevistado:												
Alto	4%	4%	4%	3%	4%	3%	3%	4%	5%	4%	3%	3%
Medio	28	25	27	29	26	25	28	27	22	26	26	27
Bajo	5	4	6	4	4	5	5	5	6	6	5	5
En Paro	10	13	11	11	11	11	12	11	12	10	11	11
Ama de Casa	26	26	26	27	26	26	26	25	24	26	25	26
Jubilado	19	19	19	19	20	20	20	21	22	20	19	20
Estudiantes	9	8	8	7	9	8	6	8	9	9	11	8
NS/NC	-	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	-
Sector Econ. Entrevistado:												
No Activos	54%	53%	52%	53%	55%	55%	52%	54%	55%	55%	55%	54%
En Paro	10	13	11	11	11	11	12	11	12	10	11	11
Sector Público	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
Privado. C. Ajena	25	20	24	25	24	23	26	25	20	25	24	24
Privado. C. Propia	7	9	8	7	6	6	7	7	9	7	6	7
NS/NC	-	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	-
Total	(1.212)	(1.210)	(1.210)	(1.215)	(1.211)	(1.219)	(1.213)	(1.213)	(1.221)	(1.209)	(1.217)	(1.210)



Cuadro 2.2.3.

**Distribución de los Entrevistados por
Características Ecológicas**

	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95	IX-95	X-95
Comunidad Autónoma												
Andalucía	18%	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	4	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	6	7	7	6	6	6	6	7	7	6	6	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	15
Extremadura	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Galicia	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
La Rioja	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Madrid	13	13	13	13	13	13	12	13	13	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	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
C. Valenciana	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10
Hábitat												
Rural	24%	24%	25%	25%	25%	24%	26%	24%	24%	25%	25%	25%
Urbano	48	48	48	48	48	50	48	48	48	48	46	48
Metropolitano	28	27	28	27	28	26	27	28	28	28	29	28
Total	(1.212)	(1.210)	(1.210)	(1.215)	(1.211)	(1.219)	(1.213)	(1.213)	(1.221)	(1.209)	(1.217)	(1.210)



Cuadro 2.2.4.

Índice de Posición Social

	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95	IX-95	X-95
Muy Baja	4%	4%	3%	4%	4%	4%	4%	4%	3%	4%	5%	3%
Baja	36	38	38	36	37	38	35	37	38	37	37	37
Media	45	45	45	47	46	46	47	45	45	44	45	47
Alta	13	12	12	12	12	11	12	12	12	13	13	12
Muy Alta	2	1	2	1	2	1	2	2	1	2	1	1
Total	(1.212)	(1.210)	(1.210)	(1.215)	(1.211)	(1.219)	(1.213)	(1.213)	(1.221)	(1.209)	(1.217)	(1.210)

Cuadro 2.2.5.

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

	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95	IX-95	X-95
Alta	*%	*%	*%	-%	*%	*%	*%	*%	*%	1%	-%	*%
Media Alta	3	4	3	3	4	3	4	3	3	4	4	3
Media Media	52	51	52	50	53	51	51	51	56	52	50	50
Media Baja	30	32	30	32	30	29	31	30	29	31	29	29
Baja	13	11	13	12	11	14	11	14	10	10	14	15
NS/NC	2	2	2	3	2	3	3	2	2	3	3	3
Total	(1.212)	(1.210)	(1.210)	(1.215)	(1.211)	(1.219)	(1.213)	(1.213)	(1.221)	(1.209)	(1.217)	(1.210)



Cuadro 2.2.6.

Relación entre las Variables Explicativas ASEP.

OCTUBRE 1995	Total Muestra	Edad				Posición Social			Ideología			Status Socioeconómico			
		Menos de 30 años	30 a 49	50 a 64	Más de 65	Baja	Media	Alta	Izquier- da	Centro	Dere- cha	Alto	Medio	Bajo	Bajo
TOTAL	(1210)	26%	34	22	18	40%	47	13	36%	18	17	21%	54	23	2
Edad:															
18 a 29 años	(316)	100%	-	-	-	41%	53	6	40%	15	17	30%	55	15	1
30 a 49 años	(412)	-%	100	-	-	22%	51	27	42%	16	15	27%	58	13	1
50 a 64 años	(261)	-%	-	100	-	32%	56	12	28%	21	20	14%	57	27	1
65 y más años	(222)	-%	-	-	100	82%	18	-	26%	23	16	5%	42	48	6
Posición Social:															
Baja	(485)	27%	19	17	37	100%	-	-	29%	19	15	4%	57	35	3
Media	(567)	30%	37	26	7	-%	100	-	39%	17	18	26%	55	18	1
Alta	(158)	11%	70	19	-	-%	-	100	45%	19	21	55%	40	5	-
Ideología:															
Izquierda	(433)	29%	40	17	13	32%	51	16	100%	-	-	24%	53	22	1
Centro	(218)	22%	30	25	23	43%	43	14	-%	100	-	24%	56	19	1
Derecha	(206)	26%	31	25	17	35%	49	16	-%	-	100	31%	46	21	2
Status Socioeconómico:															
Alto, Medio alto	(254)	37%	44	15	4	8%	58	34	41%	20	25	100%	-	-	-
Medio	(653)	26%	37	23	14	43%	48	10	35%	19	14	-%	100	-	-
Medio Bajo	(279)	17%	20	26	38	61%	36	3	34%	15	16	-%	-	100	-
Bajo	(24)	8%	26	13	53	66%	34	-	26%	12	17	-%	-	-	100
Clientes de:															
Bancos	(297)	24%	38	21	16	36%	47	17	36%	18	22	32%	48	19	1
Cajas	(806)	25%	35	22	18	37%	49	14	40%	18	16	22%	55	21	2

3. Actitudes y Comportamientos Económicos

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 puntuen 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 Octubre 1995

Como era de esperar, las actitudes y comportamientos económicos de los españoles durante el mes de octubre han sido el fiel reflejo del estancamiento que padece España en su situación política y financiera.

El trabajo de campo de octubre tuvo lugar en un entorno social similar al de septiembre, es decir en una atmósfera de incertidumbre y pesimismo suscitada por la inestabilidad gubernamental, tras la ruptura de CiU con PSOE, así como por los malos resultados en los índices de paro e inflación, la debilidad de nuestra economía, la falta de futuro de los Presupuestos Generales del Estado y la puesta en marcha de una Comisión de investigación sobre los GAL.

Los índices del sentimiento del consumidor recogen esta atmósfera y permanecen en los mismos niveles bajos de hace un mes, dándose la única variante en el ISC-1, que apunta una agudización del pesimismo de los españoles en lo que se refiere a su situación personal con respecto a la de hace seis meses. En la actualidad, ningún índice supera el nivel 80, excepto el ISC-2, que se mantiene en el 96, por debajo del nivel de equilibrio, pero confirmando que la opinión pública no pierde del todo la esperanza en que su situación económica personal pueda mejorar dentro de seis meses:

	Septiembre 95	Octubre 95
(ISC-1) Situación Personal respecto a hace seis meses	84	80
(ISC-2) Situación del País respecto a hace seis meses	58	58
(ISC-3) Situación Personal dentro de seis meses	96	96
(ISC-4) Situación del País dentro de seis meses	78	79
(ISC-5) Sentimiento del Consumidor	79	78

El sentimiento general de pesimismo se ha extendido aún más entre quienes viven al día y entre quienes ahorran, afectando en cualquier caso a todas las capas de la sociedad, puesto que ningún segmento alcanza en su ISC-5 el nivel 90.

La situación económica de uno mismo también es vista con mayor pesimismo por todas las capas sociales, y de una forma más pronunciada, entre los de status socioeconómico familiar más bajo. Tan sólo los que se autodefinen con ideología de derecha y quienes viven al día expresan un pesimismo algo menor, lo que podría ir vinculado, en el primer caso, a la expectativa que despierta la futura y más que probable victoria del Partido Popular en las próximas elecciones generales.

Cuando se pregunta sobre la situación presente del país, la situación no varía con respecto a hace un mes, cualquiera que sea la condición socioeconómica del entrevistado, a excepción una vez más de los mayores de 65 años.

Confirmando las pautas descritas al inicio, se constata una vez más que el pesimismo es muy poco pronunciado cuando se piensa en el futuro de uno mismo, porque la población desea creer que su situación particular será mejor y, en caso contrario, evita hacérselo saber al entrevistador. Por eso el ISC-2 oscila normalmente algo por debajo del índice de equilibrio 100, tal y como

vuelve a ocurrir este mes (96). Naturalmente, las capas sociales más favorecidas y las más jóvenes son además los que tienden a manifestar un pesimismo menos pronunciado.

En línea con esta situación de incertidumbre, se mantienen invariables los índices de optimismo y de evaluación de la situación económica, consolidándose el número de individuos que estima que su situación particular y la del país es y será peor.

Con todo, los menores de 30 años, los que ahorran y los más favorecidos económicamente siguen manteniendo su índice de optimismo por encima del nivel de equilibrio, pero no el de evaluación de la situación económica del país, que ni siquiera pasa del índice 70 en ninguno de los segmentos de la muestra.

	Septiembre 95	Octubre 95
- Índice de Optimismo 89 88		
- Índice de Evaluación de la Situación Económica	63	63



Cuadro 3.1.1.

Índices del Sentimiento del Consumidor

	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95	IX-95	X-95
ISC-1												
Econ. Person. Presente	84	83	79	79	84	79	79	79	80	85	84	80
ISC-2												
Econ. Person. Futura	95	95	93	96	96	89	91	94	96	97	96	96
ISC-3												
Econ. País Presente	75	69	70	57	56	42	54	64	62	65	58	58
ISC-4												
Econ. País Futura	89	84	87	80	79	69	75	83	84	83	78	79
ISC-5	86	82	82	78	79	70	75	80	81	83	79	78



Cuadro 3.1.2.

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

	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95	IX-95	X-95
Total ISC-5	86	82	82	78	79	70	75	80	81	83	79	78
Edad:												
Menos de 30 años	97	97	90	85	85	78	80	83	89	92	87	88
30 a 49 años	84	78	80	76	75	68	74	81	80	81	79	78
50 a 64 años	80	74	78	74	73	61	71	73	73	72	75	69
65 y más años	83	79	80	76	83	74	74	82	78	85	74	76
Posición Social:												
Baja	81	84	79	75	80	71	71	80	78	80	75	75
Media	88	82	83	77	77	68	76	80	82	84	82	79
Alta	91	79	90	87	80	73	84	84	84	86	84	85
Ideología:												
Izquierda	96	90	93	84	83	76	82	87	88	88	85	82
Centro	87	79	86	79	78	70	75	77	77	84	79	78
Derecha	72	73	68	68	76	58	66	69	71	76	76	73
Propensión al ahorro:												
Endeudados	75	69	70	67	75	52	65	65	75	72	70	78
Vive al día	82	81	79	74	76	68	74	77	76	78	77	74
Ahorran	99	94	96	90	87	82	84	95	92	98	89	87
Status Socioeconómico familiar:												
Alto, Medio Alto	99	92	97	85	84	76	82	86	83	88	85	89
Medio	85	83	78	77	78	69	75	79	81	83	79	75
Medio bajo	78	74	79	73	78	68	70	78	78	77	77	76
Bajo	72	82	83	85	68	71	61	78	78	91	63	63
Clientes de												
Bancos	88	83	88	77	79	71	76	80	81	83	78	80
Cajas	88	83	83	80	79	69	77	81	82	82	81	80



Cuadro 3.1.3.

Situación Económica Actual

Situación Personal Respecto a hace seis meses:

	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95	IX-95	X-95
Mejor	9%	10%	8%	9%	11%	9%	8%	8%	8%	9%	9%	7%
Igual	65	63	63	61	62	61	63	63	63	67	66	65
Peor	25	27	29	30	27	30	29	29	29	24	25	28
NS/NC	*	1	*	*	*	*	*	1	*	1	*	-
Total	(1.212)	(1.210)	(1.210)	(1.215)	(1.211)	(1.219)	(1.213)	(1.213)	(1.221)	(1.209)	(1.217)	(1.210)
ISC-1 (Econ. Personal Presente)	84	83	79	79	84	79	79	79	80	85	84	80

Situación del País respecto a hace seis meses:

	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95	IX-95	X-95
Mejor	14%	11%	13%	10%	10%	6%	7%	11%	9%	11%	8%	8%
Igual	43	43	41	35	34	28	38	39	41	39	39	38
Peor	39	42	43	52	54	64	53	47	46	46	50	50
NS/NC	3	4	3	3	3	2	3	3	4	4	4	3
Total	(1.212)	(1.210)	(1.210)	(1.215)	(1.211)	(1.219)	(1.213)	(1.213)	(1.221)	(1.209)	(1.217)	(1.210)
ISC-3 (Econ. del País Presente)	75	69	70	57	56	42	54	64	62	65	58	58



Cuadro 3.1.4.

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

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



Cuadro 3.1.5.

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

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



Cuadro 3.1.6.

Perspectivas Económicas

Situación Personal dentro de seis meses:

	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95	IX-95	X-95
Mejor	13%	13%	11%	14%	14%	11%	10%	12%	13%	13%	12%	14%
Igual	60	60	59	54	57	56	60	60	58	61	60	58
Peor	18	18	18	18	18	21	19	17	17	16	16	18
NS/NC	10	9	11	13	12	12	10	12	12	10	11	10
Total	(1.212)	(1.210)	(1.210)	(1.215)	(1.211)	(1.219)	(1.213)	(1.213)	(1.221)	(1.209)	(1.217)	(1.210)
ISC-2 (Economía Personal Futura)	95	95	93	96	96	89	91	94	96	97	96	96

Situación de España dentro de seis meses:

	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95	IX-95	X-95
Mejor	16%	14%	16%	14%	13%	10%	10%	12%	13%	13%	11%	12%
Igual	44	43	42	39	38	34	40	43	40	42	41	41
Peor	28	31	29	34	34	41	35	29	28	30	32	33
NS/NC	12	12	13	13	14	16	15	16	18	15	15	14
Total	(1.212)	(1.210)	(1.210)	(1.215)	(1.211)	(1.219)	(1.213)	(1.213)	(1.221)	(1.209)	(1.217)	(1.210)
ISC-4 (Economía del País Futura)	89	84	87	80	79	69	75	83	84	83	78	79



Cuadro 3.1.7.

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

	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95	IX-95	X-95
Total ISC-2	95	95	93	96	96	89	91	94	96	97	96	96
Edad:												
Menos de 30 años	106	114	107	113	110	107	101	100	110	114	114	115
30 a 49 años	94	94	93	93	92	86	92	100	95	93	94	97
50 a 64 años	88	80	81	94	86	78	82	86	87	88	86	82
65 y más años	90	86	87	90	95	84	85	85	87	91	86	84
Posición Social:												
Baja	93	96	88	93	98	90	86	92	91	94	92	92
Media	96	95	94	96	93	89	92	95	99	100	98	96
Alta	99	90	102	102	97	88	102	99	98	97	101	106
Ideología:												
Izquierda	103	104	98	101	97	94	96	100	101	99	100	96
Centro	92	90	95	98	95	91	88	86	92	101	93	96
Derecha	85	90	88	87	102	83	87	89	86	94	98	98
Propensión al Ahorro:												
Endeudado	84	91	82	88	98	70	81	84	94	88	93	103
Vive al día	90	92	90	91	93	86	89	91	92	91	93	92
Ahorran	110	103	104	108	102	106	102	108	106	113	103	102
Status Socioeconómico Familiar:												
Alto, Medio alto	108	106	103	103	105	101	102	99	100	104	108	110
Medio	94	96	92	96	94	89	90	94	98	98	95	93
Medio bajo	88	86	88	90	93	82	85	91	89	86	92	92
Bajo	82	79	94	105	82	79	84	92	90	104	79	75
Clientes de:												
Bancos	96	97	98	93	97	94	94	95	101	99	97	105
Cajas	95	95	93	98	96	88	92	93	93	96	98	96



Cuadro 3.1.8.

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

	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95	IX-95	X-95
Total ISC-4	89	84	87	80	79	69	75	83	84	83	78	79
Edad:												
Menos de 30 años	96	93	95	81	81	70	78	81	89	92	81	87
30 a 49 años	89	80	86	80	76	66	75	84	84	81	80	80
50 a 64 años	86	82	84	79	76	69	74	82	82	72	80	70
65 y más años	81	79	80	81	87	74	74	85	83	85	71	77
Posición Social:												
Baja	81	86	81	77	79	68	73	84	83	80	72	75
Media	95	83	88	80	81	69	75	82	85	84	83	81
Alta	92	76	99	88	75	77	84	86	89	86	82	86
Ideología:												
Izquierda	100	94	99	85	88	80	82	93	91	89	85	84
Centro	93	79	87	77	75	68	75	81	81	85	76	78
Derecha	71	64	70	69	71	48	66	64	74	73	75	73
Propensión al ahorro												
Endeudados	81	67	79	75	78	54	66	66	83	76	82	81
Vive al día	87	81	83	77	77	68	76	79	80	79	75	76
Ahorran	97	94	101	87	82	79	80	99	94	95	85	86
Status Socioeconómico familiar												
Alto, Medio alto	100	89	107	89	82	72	82	84	88	85	82	87
Medio	88	84	82	78	78	69	75	83	83	83	78	78
Medio Bajo	82	76	83	78	79	68	70	83	84	81	79	78
Bajo	78	91	91	90	68	66	61	65	77	100	58	63
Clientes de												
Bancos	90	80	94	76	81	69	76	81	85	78	78	79
Cajas	90	82	87	83	80	68	77	85	85	83	81	81



Cuadro 3.1.9.

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

Índice de Optimismo

	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95	IX-95	X-95
Optimista	16%	17%	15%	18%	18%	15%	14%	15%	16%	18%	16%	17%
Indiferente	56	55	55	51	52	52	55	55	53	57	57	53
Pesimista	28	28	30	31	30	33	31	30	30	26	27	29
Total	(1.212)	(1.210)	(1.210)	(1.215)	(1.211)	(1.219)	(1.213)	(1.213)	(1.221)	(1.209)	(1.217)	(1.210)
IO	88	89	86	88	88	82	83	84	86	92	89	88

Índice de Evaluación de la Situación Económica

	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95	IX-95	X-95
Optimistas	20%	18%	20%	17%	16%	12%	12%	16%	16%	17%	14%	15%
Indiferentes	39	38	37	30	30	24	33	37	37	34	35	33
Pesimistas	41	44	44	53	54	64	55	48	46	49	51	52



Total	(1.212)	(1.210)	(1.210)	(1.215)	(1.211)	(1.219)	(1.213)	(1.213)	(1.221)	(1.209)	(1.217)	(1.210)

IESE	80	74	76	64	63	48	58	68	70	68	63	63



Cuadro 3.1.10.

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

	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95	IX-95	X-95
Total IO	88	89	86	88	88	82	83	84	86	92	89	88
Edad:												
Menos de 30 años	104	113	100	111	108	104	97	94	105	115	113	111
30 a 49 años	85	88	84	84	81	76	85	87	86	88	87	86
50 a 64 años	76	70	74	72	77	63	70	71	72	78	74	73
65 y más años	84	80	82	81	86	81	75	80	74	83	78	77
Posición Social:												
Baja	83	89	81	85	92	85	76	82	79	87	83	83
Media	90	90	86	86	83	79	85	85	90	95	93	89
Alta	94	88	98	102	91	80	98	88	94	96	98	99
Ideología:												
Izquierda	97	100	95	97	91	88	90	89	94	96	96	88
Centro	87	84	96	92	89	83	84	77	80	95	83	88
Derecha	76	86	73	79	92	73	80	78	77	84	93	94
Propensión Ahorro:												
Endeudado	73	79	63	75	85	60	68	66	82	77	81	93
Vive al Día	82	85	81	80	82	78	80	80	80	82	85	82
Ahorra	108	106	106	108	103	99	100	102	103	117	103	100
Status Socioeconómico Familiar:												
Alto, Medio alto	106	104	101	98	98	94	100	93	95	100	105	107
Medio	87	88	84	89	87	81	83	84	88	94	89	85
Medio bajo	76	80	79	77	83	75	71	76	76	78	81	79
Bajo	65	74	78	85	73	76	70	89	77	109	68	66
Cientes de:												
Bancos	91	93	92	87	88	85	88	86	92	96	88	98
Cajas	89	90	87	90	88	81	86	82	85	91	92	89



Cuadro 3.1.11.

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

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

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 Octubre 1995.

El parámetro que con más firmeza suele repetirse durante todo el año, es el que mide la actitud ante el consumo, constatándose que más del 40 por ciento sostiene sin dudar que piensa muy bien todos los gastos que hace e incluso reduce todos los gastos que puede, dando muestras evidentes de la inquietud que la población siente ante la incertidumbre que viene arrastrando la sociedad española en los últimos dos años.

El IPA de octubre se ha situado tres puntos por encima del IPA de septiembre y es ahora de 114.

Los segmentos de población más favorecidos y los de edades comprendidas entre los 30 y los 45 años han sido en esta ocasión los únicos que han visto descender su IPA, si bien hay que decir que los porcentajes globales de individuos que dicen gastar lo que ganan o lo que ahorran y los de quienes afirman ahorrar en algún sentido, no varían en más de 1 punto porcentual con respecto a la situación de hace un mes o en relación al mismo periodo de hace un año, confirmando una vez más la estabilidad de este indicador.



Cuadro 3.2.1.

Situación Financiera del Hogar

	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95	IX-95	X-95
Me prestan dinero	5%	5%	6%	4%	5%	3%	6%	5%	6%	6%	6%	5%
Gasto mis ahorros	7	8	6	7	7	9	8	8	8	6	7	7
Gasto lo que gano	60	61	61	61	59	61	62	59	58	60	62	60
Ahorro algo	25	23	24	26	26	24	22	25	24	26	23	24
Ahorro bastante	1	1	1	2	1	2	1	1	1	2	1	2
NS/NC	2	2	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1
Total	(1.212)	(1.210)	(1.210)	(1.215)	(1.211)	(1.219)	(1.213)	(1.213)	(1.221)	(1.209)	(1.217)	(1.210)
IPA	114	111	114	117	116	114	109	113	112	117	111	114



Cuadro 3.2.2.

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

	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95	IX-95	X-95
Total IPA	114	111	114	117	116	114	109	113	112	117	111	114
Edad:												
18-29 años	115	116	112	116	110	121	112	112	105	117	110	116
30-49 años	120	111	116	117	123	113	110	121	117	121	120	115
50-64 años	106	104	111	113	112	108	103	105	112	112	105	109
65 y más años	112	111	115	122	114	111	109	110	111	115	104	114
Status Socioeconómico Familiar:												
Alto, Medio Alto	132	132	137	140	133	138	131	140	131	133	135	130
Medio	113	110	112	114	116	113	108	113	110	114	112	113
Medio Bajo	104	98	102	107	101	100	94	97	102	108	94	104
Bajo	90	87	88	95	82	90	86	77	77	104	95	79
Posición Social:												
Baja	109	105	107	114	111	110	102	106	106	110	102	107
Media	113	112	113	113	111	111	108	112	109	116	112	115
Alta	132	123	136	139	143	135	130	139	138	138	136	131
Clientes de:												
Bancos	121	115	126	126	118	120	120	120	119	121	115	116
Cajas	116	112	115	116	118	114	110	116	115	119	115	116



Cuadro 3.2.3.

Actitud ante el Consumo

	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95	IX-95	X-95
Total	(1.212)	(1.210)	(1.210)	(1.215)	(1.211)	(1.219)	(1.213)	(1.213)	(1221)	(1.209)	(1.217)	(1.210)
1. Pienso muy bien todos los gastos que hago e incluso reduzco todos los gastos que puedo.....	40%	42%	45%	42%	40%	42%	41%	43%	44%	47%	43%	45%
2.	27	26	27	29	29	30	29	25	24	23	25	24
3.	13	11	12	12	14	12	14	12	13	12	13	13
4.	10	10	8	9	9	8	9	11	10	10	9	10
5.	6	6	4	5	4	5	3	5	5	3	4	3
6.	2	3	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2
7. Gasto con cierta alegría, o al menos sin preocupaciones.....	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	3
NS/NC	1	*	*	1	*	*	*	*	1	1	1	*
% Cali f ican Gasto	99	100	100	99	100	100	100	100	99	99	99	100
Media X	2,2	2,3	2,1	2,1	2,2	2,1	2,1	2,2	2,2	2,1	2,2	2,1
% Discrepancia	66	68	68	64	65	64	64	66	68	69	68	68



Cuadro 3.2.4.

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

OCTUBRE 1995	Total	Pienso y reduzco los gastos	2	3	4	5	6	Gastos sin preocupaciones	NS/NC	Califican	Valoración Media	Discrepancia
TOTAL	(1210)	45%	24	13	10	3	2	3	*	100	2,1	68
Edad:												
18 a 29 años	(316)	33%	27	13	15	5	3	3	1	99	2,5	64
30 a 49 años	(412)	44%	24	14	11	3	2	2	-	100	2,2	66
50 a 64 años	(261)	54%	22	12	5	2	1	3	*	100	1,9	74
65 y más años	(222)	54%	24	13	5	*	*	2	1	99	1,8	66
Posición Social:												
Baja	(485)	49%	27	13	6	1	1	2	1	99	2,0	68
Media	(567)	47%	21	13	11	4	2	2	1	99	2,2	69
Alta	(158)	30%	27	17	15	3	3	4	-	100	2,6	62
Ideología:												
Izquierda	(433)	45%	22	14	12	3	1	3	-	100	2,2	68
Centro	(218)	46%	21	12	11	6	2	2	1	99	2,2	69
Derecha	(206)	41%	28	17	7	1	2	3	-	100	2,2	68
Status Socioeconómico:												
Alto, Medio alto	(254)	29%	24	21	16	4	4	3	-	100	2,6	59
Medio	(653)	46%	25	13	9	3	2	2	*	100	2,1	67
Medio Bajo	(279)	56%	23	10	5	1	-	4	1	99	1,9	75
Bajo	(24)	71%	21	-	4	-	-	4	-	100	1,6	84
Clientes de:												
Bancos	(297)	38%	27	15	8	4	4	3	1	99	2,3	67
Cajas	(806)	46%	24	13	10	3	1	2	*	100	2,1	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 octubre 95 ha confirmado esta observación, por lo que el porcentaje vuelve a ser del 75 por ciento.

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

El índice de satisfacción con la calidad de vida (ISCV), se mantiene pues en su punto más bajo del año (160), aun que 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 no varía, manteniéndose en 3,6, lo que determina una vez más un nivel muy alto y consensuado de satisfacción que se ha mantenido prácticamente invariable a lo largo de estos últimos doce meses.

Al evaluar la evolución del ISCV diferenciando a la población según sus características socioeconómicas, puede afirmarse que todos los segmentos de la población muestran un alto grado de satisfacción con su calidad de vida, pues tan sólo entre los entrevistados de status socioeconómico familiar bajo y medio-bajo el valor es inferior al de los otros grupos, situándose en un nivel de 140 y 141 respectivamente. (En octubre 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 no varía.



Cuadro 3.3.1.

Nivel de Satisfacción con la Calidad de Vida

	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95	IX-95	X-95
Muy Satisfechos	6%	6%	7%	5%	6%	5%	5%	6%	6%	7%	9%	7%
Satisfechos	70	71	72	73	74	72	72	70	69	68	69	68
Indiferentes	8	9	8	7	7	9	9	8	9	10	9	8
Insatisfechos	13	11	11	13	11	13	12	13	13	14	11	13
Muy Insatisfechos	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2
NS/NC	2	1	1	1	1	*	1	1	2	1	1	1

Total	(1.212)	(1.210)	(1.210)	(1.215)	(1.211)	(1.219)	(1.213)	(1.213)	(1.221)	(1.209)	(1.217)	(1.210)

ISCV	161	165	167	164	167	163	164	162	160	160	166	160
Valoración Media	3,6	3,7	3,7	3,7	3,7	3,7	3,7	3,7	3,6	3,7	3,7	3,6
% Discrepancia	24	22	22	23	22	23	23	24	25	23	23	25



Cuadro 3.3.2.

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

	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95	IX-95	X-95
Total ISCV	161 (3,6)	165 (3,7)	167 (3,7)	164 (3,7)	167 (3,7)	163 (3,7)	164 (3,7)	162 (3,7)	160 (3,6)	160 (3,7)	166 (3,7)	160 (3,6)
Edad:												
Menos de 30 años	173 (3,8)	170 (3,7)	173 (3,8)	172 (3,8)	175 (3,8)	165 (3,6)	169 (3,7)	167 (3,7)	166 (3,7)	170 (3,8)	177 (3,9)	167 (3,7)
30 a 49 años	152 (3,6)	164 (3,7)	165 (3,7)	160 (3,6)	165 (3,7)	167 (3,7)	163 (3,7)	160 (3,6)	161 (3,7)	164 (3,7)	168 (3,7)	159 (3,6)
50 a 64 años	58 (3,6)	159 (3,6)	161 (3,6)	160 (3,6)	165 (3,7)	150 (3,7)	156 (3,6)	155 (3,6)	151 (3,5)	149 (3,5)	159 (3,6)	152 (3,5)
65 y más años	164 (3,7)	169 (3,7)	170 (3,7)	166 (3,7)	164 (3,7)	169 (3,5)	170 (3,7)	165 (3,7)	160 (3,6)	151 (3,5)	154 (3,6)	163 (3,7)
Posición social:												
Baja	160 (3,6)	171 (3,8)	166 (3,7)	160 (3,6)	166 (3,7)	158 (3,6)	164 (3,7)	159 (3,6)	159 (3,6)	155 (3,6)	161 (3,7)	160 (3,6)
Media	160 (3,6)	161 (3,7)	167 (3,7)	164 (3,7)	165 (3,7)	161 (3,6)	163 (3,7)	160 (3,6)	158 (3,6)	161 (3,7)	165 (3,7)	155 (3,6)
Alta	166 (3,7)	163 (3,7)	172 (3,8)	177 (3,8)	179 (3,9)	186 (3,9)	168 (3,7)	176 (3,8)	168 (3,8)	168 (3,8)	184 (3,9)	177 (3,8)
Status Socioeconómico Familiar:												
Alto, Medio Alto	177 (3,8)	172 (3,8)	177 (3,8)	174 (3,8)	180 (3,9)	180 (3,9)	175 (3,8)	185 (3,9)	176 (3,8)	175 (3,8)	184 (4,0)	178 (3,9)
Medio	162 (3,7)	167 (3,7)	168 (3,7)	168 (3,7)	169 (3,7)	165 (3,7)	166 (3,7)	164 (3,7)	164 (3,7)	166 (3,7)	171 (3,8)	163 (3,7)
Medio bajo	150 (3,5)	156 (3,6)	159 (3,6)	152 (3,5)	158 (3,6)	151 (3,5)	155 (3,6)	140 (3,4)	142 (3,4)	136 (3,4)	144 (3,5)	140 (3,4)
Bajo	99 (2,9)	162 (3,6)	156 (3,6)	115 (3,1)	109 (3,0)	117 (3,2)	133 (3,2)	158 (3,6)	135 (3,4)	70 (2,7)	144 (3,4)	141 (3,4)



Ideología:												
Izquierda	166	166	172	167	165	165	161	160	163	166	169	160
	(3,7)	(3,7)	(3,8)	(3,7)	(3,7)	(3,7)	(3,6)	(3,6)	(3,7)	(3,7)	(3,8)	(3,6)
Centro	166	171	169	168	173	168	178	165	166	160	159	168
	(3,7)	(3,8)	(3,8)	(3,7)	(3,8)	(3,7)	(3,8)	(3,6)	(3,7)	(3,6)	(3,6)	(3,7)
Derecha	156	167	156	168	171	166	169	162	164	156	165	160
	(3,6)	(3,7)	(3,6)	(3,7)	(3,7)	(3,7)	(3,7)	(3,7)	(3,7)	(3,6)	(3,7)	(3,6)
Cientes de:												
Bancos	167	168	171	174	173	168	166	169	160	172	169	171
	(3,7)	(3,8)	(3,8)	(3,8)	(3,8)	(3,7)	(3,7)	(3,7)	(3,7)	(3,8)	(3,8)	(3,8)
Cajas	162	167	170	165	167	164	168	162	164	161	170	163
	(3,7)	(3,7)	(3,8)	(3,7)	(3,7)	(3,7)	(3,7)	(3,7)	(3,7)	(3,7)	(3,8)	(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 84% en octubre.

Tomando en consideración los datos que se presentan a continuación, se constata que la proporción de clientes de instituciones financieras es prácticamente igual o superior al 80% en todos los segmentos de la población.

Aproximadamente un tercio de los españoles de 18 y más años tienen cuenta corriente o libreta en algún banco y un 11% 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 (40%) y más alta posición social (37%).

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 30% 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 (7,6%) supera en esta ocasión al BCH (6,5%). El Santander, con un 2,8%, continúa perdiendo clientela y se aleja cada vez más de Banesto, que mantiene una clientela del 4,5%.

Argentaria, por su parte ni siquiera supera el 1,7% de clientes. 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 47% cita otras cajas de ahorros). Así, se puede comprobar que la Caixa y la Caja de Madrid (12,5% y 12,1%, 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)

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



Cuadro 3.4.2.

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

	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95	IX-95	X-95
Total I.B.	30	30	31	30	31	29	31	31	34	32	32	29
Edad :												
Menos de 30 años	30	27	31	28	28	28	32	29	34	34	30	29
30 a 49 años	32	33	32	32	35	31	35	35	36	36	33	32
50 a 64 años	30	36	32	32	34	28	30	33	36	29	40	28
65 y más años	24	20	27	29	24	26	21	23	25	27	24	26
Posición Social :												
Baja	25	24	26	27	23	24	24	22	29	26	26	27
Media	30	32	33	30	35	30	34	34	35	34	33	29
Alta	41	40	40	39	40	39	39	47	42	45	44	37
Status Socioeconómico Familiar:												
Alto, Medio alto	40	42	41	37	42	37	44	46	45	42	45	40
Medio	31	28	31	30	30	29	30	30	34	31	27	26
Medio bajo	19	24	22	27	23	24	20	23	22	25	30	26
Bajo	-	20	36	17	6	10	23	15	17	20	45	21
Clientes de:												
Bancos	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Cajas	14	15	14	13	13	13	14	22	15	15	13	11



Cuadro 3.4.3.

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

	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95	IX-95	X-95
Total C.A.	81	82	81	80	80	82	80	78	78	79	78	80
Edad :												
Menos de 30 años	79	84	81	82	81	83	81	71	76	77	78	80
30 a 49 años	81	82	22	78	80	81	78	80	78	77	80	79
50 a 64 años	82	77	77	81	76	82	80	76	78	81	72	81
65 y más años	85	87	81	80	83	83	84	86	83	84	82	78
Posición Social :												
Baja	85	84	82	82	84	83	82	80	79	83	78	78
Media	81	83	80	80	77	82	78	76	78	78	79	81
Alta	74	77	78	74	76	79	79	77	80	74	79	78
Status Socioeconómico Familiar:												
Alto, Medio alto	76	83	79	78	76	80	80	76	80	77	74	75
Medio	82	81	80	80	79	82	78	78	75	78	82	82
Medio bajo	85	84	85	82	85	83	85	80	82	84	75	78
Bajo	100	93	68	83	94	90	82	69	83	80	59	79
Clientes de:												
Bancos	38	41	38	34	35	37	35	55	35	36	32	30
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											
	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95	IX-95	X-95
Base: Tiene C/C o Libreta	(1.006)	(1.032)	(1.052)	(1.064)	(1.068)	(1.055)	(1.018)	(1.112)	(1.050)	(991)	(1.010)	(1.013)
Santander	5,6%	4,6%	4,5%	4,0%	2,9%	3,6%	4,5%	3,5%	3,0%	4,2%	4,0%	2,8%
Popular	1,3	2,2	1,4	1,0	1,3	1,4	1,1	1,7	1,0	0,8	1,7	1,1
Banesto	4,1	4,5	4,8	4,1	5,5	4,5	5,0	5,7	4,5	4,4	4,6	4,5
Bilbao-Vizcaya	8,3	7,0	7,2	7,2	8,3	7,1	8,5	8,2	10,1	8,3	7,2	7,6
Central/Hispano	6,4	6,6	7,2	8,5	6,7	7,6	6,2	7,3	8,0	7,2	7,7	6,5
Exterior/Argentaria	2,3	1,6	2,3	2,2	1,7	1,0	2,1	1,6	1,3	2,0	3,0	1,7
Otros Bancos	5,1	5,9	6,9	6,4	7,0	6,4	6,6	7,6	8,2	8,5	7,5	8,0
Caja de Madrid	10,3	9,6	11,2	10,6	9,3	12,3	9,8	8,7	11,2	12,2	11,5	12,1
Caixa	12,2	12,7	12,1	11,7	11,9	11,3	11,6	10,2	12,4	12,5	11,3	12,5
Caja de Cataluña	2,5	1,5	2,3	1,1	2,3	2,1	2,9	3,3	1,8	2,8	2,3	2,2
Caja de Galicia	3,5	2,8	3,0	3,0	2,9	2,6	2,9	3,5	2,4	1,6	2,5	3,7
Ibercaja	4,1	4,3	3,6	3,9	3,1	3,5	3,0	3,0	3,5	3,2	3,8	3,8
Cajas de Ahorros (Otras)	50,5	54,3	51,9	51,9	52,5	53,5	51,6	52,9	50,5	50,4	49,6	47,1

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

4. Actitudes y Comportamientos Políticos

4.1. DIMENSIONES IDEOLÓGICAS BÁSICAS

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

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

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

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

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

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

1. La proporción de entrevistados que se autopoicionan en la izquierda es mayoritaria (en términos relativos) en casi todos los segmentos de la población, excepto entre los de alta práctica religiosa y los votantes del PP (que se posicionan sobre todo en la derecha), y entre los votantes al CDS y a los partidos nacionalistas de centro y derecha (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 baja, los de status socioeconómico bajo y alto, los más españolistas que nacionalistas, los de práctica religiosa media, y los que no saben que votarán, así como los clientes de bancos.
3. El "izquierdismo" parece estar negativamente relacionado con la práctica religiosa, pero está positivamente relacionado con la posición social. En otras palabras, las minorías sociales que constituyen el "centro social" prefieren considerarse preferentemente "de

izquierdas", o lo que es igual, ser de "izquierdas" sigue estando de moda , y difícilmente se podrá cambiar esta tendencia mientras perdure esta relación.

4. Además, los votantes del PP se posicionan fundamentalmente en la derecha; los del CDS 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 alrededor de una quinta parte afirma tener una alta práctica religiosa, la mitad afirman que la suya es baja; pero, además, dicha proporción ha ido decreciendo paulatinamente a lo largo del último año.

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 alto 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 5-9% de los entrevistados se sienten sólo identificados con su Comunidad Autónoma (se sienten sólo vascos, o andaluces, o gallegos, etc.), alrededor de un 20-24% 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, algo menos 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.

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

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

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

En el Cuadro 4.1.8. se ofrece, para cada partido, la diferencia (en puntos porcentuales y en porcentajes) entre los resultados reales de 1993 y el voto ahora recordado. Este mes se observa una fuerte infraestimación del recuerdo de voto hacia el CDS y hacia otros partidos (-64% y -53%, respectivamente), lo que puede deberse en parte a la pérdida de imagen de estos partidos después de varias elecciones con resultados negativos, hacia el PP y los partidos nacionalistas de derecha (-29% y -22%, respectivamente), y hacia los partidos nacionalistas de izquierda y el PSOE (-12% y -11%, respectivamente). Sin embargo, tan sólo IU tiene un valor ligeramente positivo, (14%). El recuerdo de la abstención en las últimas elecciones está como siempre infraestimado (-14%), lo que es lógico, ya que está "mal visto" no votar, y por tanto se oculta esa falta de participación cívica, aunque en el presente sondeo se ajustan algo más los resultados que los pasados meses post-electorales de junio y julio en los que la influencia de las elecciones tanto autonómicas como municipales produjeron unos niveles muy bajos de abstención.

Finalmente, debe señalarse el hecho de que el 18% de los entrevistados no contestaron lo que votaron en las últimas elecciones, lo que hace suponer que entre ellos están los que faltan como votantes de los diferentes partidos y de los no votantes.

En resumen, se observa que el índice de discrepancia entre el recuerdo de voto y el resultado real de 1993 ha sido del 18,6%, algo superior al obtenido en el último sondeo.

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 ítems, que se presentan en los Cuadros 4.1.9. y 4.1.10., en donde los ítems 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 mantiene. Ambos ítems, por comparación con los otros dos, pueden ser considerados como indicadores de materialismo.

Pero, en la segunda lista, los ítems 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 similar 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 estabilidad económica, dar a la gente mayores facilidades de participación, la lucha contra la delincuencia y proteger el medio ambiente lo que evidencia un empeoramiento de la importancia de los valores materialistas que posiblemente obedece al período post-vacacional en el que nos encontramos y un aumento de los indicadores considerados postmaterialistas como se observa más adelante. Sin embargo, 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 se observa un aumento progresivo del postmaterialismo, principalmente, a partir del pasado mes de febrero, alcanzando en el presente sondeo el valor más alto del último 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 centro y derecha que entre los de izquierda.



Cuadro 4.1.1.

Autoposicionamiento Ideológico

	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95	IX-95	X-95
Extrema Izquierda	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	2%
Izquierda	21	25	23	27	28	27	25	27	28	26	22	23
Centro Izquierda	16	12	15	12	11	13	12	12	11	14	14	11
Centro	15	15	17	14	17	15	17	16	12	18	18	18
Centro Derecha	9	8	8	6	9	8	10	7	10	12	7	8
Derecha	7	11	8	9	9	11	7	11	12	11	8	8
Extrema Derecha	*	*	*	*	1	*	*	*	*	*	*	1
NS/NC	31	28	28	31	25	25	29	26	27	19	28	29
Total	(1.212)	(1.210)	(1.210)	(1.215)	(1.211)	(1.219)	(1.213)	(1.213)	(1.221)	(1.209)	(1.217)	(1.210)



Cuadro 4.1.2.

Autoposicionamiento Ideológico, por Características Socioeconómicas.

OCTUBRE 1995	TOTAL	Izquierda	Centro	Derecha
TOTAL	(1210)	36%	18	17
Edad:				
18 a 29 años	(316)	40%	15	17
30 a 49 años	(412)	42%	16	15
50 a 64 años	(261)	28%	21	20
65 y más años	(222)	26%	23	16
Posición Social:				
Baja	(485)	29%	19	15
Media	(567)	39%	17	18
Alta	(158)	45%	19	21
Status Socioeconómico:				
Alto, Medio alto	(254)	41%	20	25
Medio	(653)	35%	19	14
Medio Bajo	(279)	34%	15	16
Bajo	(24)	26%	12	17
Nacionalismo:				
Más nacionalista	(256)	40%	18	11
Tan nac.como esp.	(539)	35%	16	18
Más españolista	(384)	34%	20	20
Práctica Religiosa:				
Alta	(281)	19%	21	27
Media	(253)	25%	21	22
Baja	(631)	46%	16	11
Intención de Voto:				
PP	(266)	4%	19	56
CDS	(4)	-%	76	-
PSOE	(230)	64%	16	5
IU	(142)	82%	9	1
Nacion. derecha	(77)	21%	36	19
Nacion. izquierda	(26)	85%	8	-
Otros, En blanco	(34)	56%	6	-
No votará	(137)	24%	13	7



No sabe	(187)	24%	22	6
No contesta	(105)	24%	22	7
Cientes de:				
Bancos	(297)	36%	18	22
Cajas	(806)	40%	18	16



Cuadro 4.1.3.

Práctica Religiosa

	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95	IX-95	X-95
Alta	19%	21%	20%	21%	21%	20%	19%	21%	20%	22%	21%	23%
Media	24	22	18	20	20	22	19	21	19	22	22	21
Baja	54	54	58	56	57	55	59	53	58	51	49	52
NS/NC	3	3	4	3	2	2	4	5	4	5	7	4
Total	(1.212)	(1.210)	(1.210)	(1.215)	(1.211)	(1.219)	(1.213)	(1.213)	(1.221)	(1.209)	(1.217)	(1.210)



Cuadro 4.1.4.

Práctica Religiosa, por Características Socioeconómicas.

OCTUBRE 1995	TOTAL	Alta	Media	Baja
TOTAL	(1210)	23%	21	52
Edad:				
18 a 29 años	(316)	14%	16	66
30 a 49 años	(412)	15%	21	58
50 a 64 años	(261)	28%	27	42
65 y más años	(222)	46%	20	33
Posición Social:				
Baja	(485)	35%	25	39
Media	(567)	16%	19	62
Alta	(158)	15%	18	57
Ideología:				
Izquierda	(433)	12%	15	67
Centro	(218)	27%	24	46
Derecha	(206)	37%	27	35
Status Socioeconómico:				
Alto, Medio alto	(254)	19%	18	58
Medio	(653)	22%	22	53
Medio Bajo	(279)	29%	22	46
Bajo	(24)	46%	12	42
Clientes de:				
Bancos	(297)	26%	23	47
Cajas	(806)	21%	21	55



Cuadro 4.1.5.

Sentimiento Nacionalista-Español

	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95	IX-95	X-95
Sólo Nacionalista	5%	7%	6%	5%	6%	6%	5%	7%	6%	7%	7%	9%
Más Nacio. que español	13	14	12	15	14	14	12	14	15	14	12	12
Tan Nacio. como español	50	45	50	49	47	48	52	50	50	46	47	44
Más espa. que Nacion.	7	8	10	7	8	8	8	8	6	8	7	8
Sólo se siente español	23	24	20	23	23	22	21	20	20	23	24	24
NS/NC	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	3	3
Total	(1.212)	(1.210)	(1.210)	(1.215)	(1.211)	(1.219)	(1.213)	(1.213)	(1.221)	(1.209)	(1.217)	(1.210)



Cuadro 4.1.6.

Sentimiento Nacionalista-Español, por Características Socioeconómicas.

OCTUBRE 1995	TOTAL	Más Nacionalista	Igual	Más Español
TOTAL	(1210)	21%	45	32
Edad:				
18 a 29 años	(316)	25%	44	28
30 a 49 años	(412)	22%	44	31
50 a 64 años	(261)	16%	48	34
65 y más años	(222)	21%	42	35
Posición Social:				
Baja	(485)	22%	45	30
Media	(567)	21%	45	32
Alta	(158)	19%	40	36
Ideología:				
Izquierda	(433)	23%	43	31
Centro	(218)	21%	40	36
Derecha	(206)	13%	47	38
Status Socioeconómico:				
Alto, Medio alto	(254)	22%	42	34
Medio	(653)	20%	45	33
Medio Bajo	(279)	23%	44	30
Bajo	(24)	21%	67	8
Intención de Voto:				
PP	(266)	13%	43	41
CDS	(4)	-%	50	50
PSOE	(230)	18%	49	32
IU	(142)	15%	49	32
Nacion. derecha	(77)	52%	42	6
Nacion. izquierda	(26)	77%	15	8
Otros, En blanco	(34)	35%	35	26
No votara	(137)	20%	41	32
No sabe	(187)	17%	47	33
No contesta	(105)	24%	45	29
Clientes de:				
Bancos	(297)	19%	44	34
Cajas	(806)	22%	46	30



Cuadro 4.1.7.

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

	Resultados Reales de 1993	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95	IX-95	X-95
PP	26,7%	19,5%	19,4%	18,0%	16,1%	18,3%	19,6%	18,1%	17,3%	21,0%	21,8%	18,8%	19,0%
CDS	1,4	1,0	0,5	0,9	1,3	1,0	1,2	1,6	1,3	0,7	0,8	0,6	0,5
PSOE	29,7	25,1	27,2	30,8	28,7	28,7	31,3	29,6	32,4	29,1	30,7	28,9	26,5
IU	7,4	8,1	9,3	7,5	9,5	10,4	9,8	8,0	7,2	7,4	7,9	7,6	8,4
Nacionalistas Dcha.	6,8	5,4	4,4	4,5	5,1	5,4	4,7	4,8	3,4	6,6	4,5	4,5	5,3
Nacionalistas Izq.	1,7	2,0	0,7	1,7	1,8	1,2	1,5	1,1	1,1	2,0	2,1	0,8	1,5
Otros	3,6	1,5	1,4	1,2	1,0	1,0	1,0	2,0	2,6	1,6	1,2	2,9	1,7
No Votó	22,7	21,0	19,6	19,8	18,7	18,4	18,2	20,0	18,5	16,9	16,4	18,9	19,5
NS/NC	-	16,4	17,5	15,6	17,8	15,6	12,7	14,8	16,2	14,7	14,6	17,0	17,6
	(28.975.743)	(1.212)	(1.210)	(1.210)	(1.215)	(1.211)	(1.219)	(1.213)	(1.213)	(1.221)	(1.209)	(1.217)	(1.210)



Cuadro 4.1.8.

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

	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95	IX-95	X-95
Diferencias en puntos												
Porcentuales:												
PP	- 7,2	- 7,3	- 8,7	-10,6	- 8,4	- 7,1	- 8,6	- 9,4	- 5,7	- 4,9	- 7,9	- 7,7
CDS	- 0,4	- 0,9	- 0,5	- 0,1	- 0,4	- 0,2	+ 0,2	- 0,1	- 0,7	- 0,6	- 0,8	- 0,9
PSOE	- 4,6	- 2,5	+ 1,1	- 1,0	- 1,0	+ 1,6	- 0,1	+ 2,7	- 0,6	+ 1,0	- 0,8	- 3,2
IU	+ 0,7	+ 1,9	+ 0,1	+ 2,1	+ 3,0	+ 2,4	+ 0,6	- 0,2	-	+ 0,5	+ 0,2	+ 1,0
Nacionalistas Dcha.	- 1,4	- 2,4	- 2,3	- 1,7	- 1,4	- 2,1	- 2,0	- 3,4	- 0,2	- 2,3	- 2,3	- 1,5
Nacionalistas Izq.	+ 0,3	- 1,0	0,0	+ 0,1	- 0,5	- 0,2	- 0,6	- 0,6	+ 0,3	+ 0,4	- 0,9	- 0,2
Otros	- 2,1	- 2,2	- 2,4	- 2,6	- 2,6	- 2,6	- 1,6	- 1,0	- 2,0	- 2,4	- 0,7	- 1,9
No Votó	- 1,7	- 3,1	- 2,9	- 4,0	- 4,3	- 4,5	- 2,7	- 4,2	- 5,8	- 6,3	- 3,8	- 3,2
NS/NC	+16,4	+17,5	+15,6	+17,8	+15,6	+12,7	+14,8	+16,2	+14,7	+14,6	+17,0	+17,6
Indice de Discrepancia	17,4	19,4	16,8	20,0	18,6	16,7	15,6	18,9	15,0	16,5	17,2	18,6
Diferencias en porcentajes respecto a 1993:												
PP	-27	-27	-32	-40	-31	-27	-32	-35	-21	-18	-29	-29
CDS	-29	-64	-36	- 7	-29	-14	+14	+ 7	-50	-43	-57	-64
PSOE	-15	- 8	+ 4	- 3	- 3	+ 5	- 0,3	+ 9	- 2	+ 3	- 3	-11
IU	+ 9	+25	+ 1	+28	+40	+32	+ 8	- 3	-	+ 7	+ 3	+14
Nacionalistas Dcha.	-20	-35	-34	-25	-20	-31	-29	-50	- 3	-34	-34	-22
Nacionalistas Izq.	+18	-59	0	+ 6	-29	-12	-35	-35	+18	+24	-53	-12
Otros	-58	-61	-67	-72	-72	-72	-44	-28	-56	-67	-19	-53
No Votó	- 7	-14	-13	-18	-19	-20	-12	-18	-26	-28	-17	-14



Cuadro 4.1.9.

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

OCTUBRE 1995 1ª Lista de Objetivos	1ª Mención	1ª y 2ª Mención	Ultima Mención
- Mantener el orden en la nación.....	39%	59%	17%
* - Dar a la gente más posi- bilidades para que parti- cipe en las decisiones importantes gubernamenta- les o políticas.....	21	43	22
- Luchar contra la subida de los precios.....	24	55	16
* - Proteger la libertad de expresión.....	13	36	20
- Ninguno.....	1	1	16
- NS/NC.....	2	2	10
Total	(1.210)	(1.210)	(1.210)



Cuadro 4.1.10.

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

OCTUBRE 1995 2ª Lista de Objetivos	1ª Mención	1ª, 2ª y 3ª Mención	Penúltima o Última Mención
- Mantener un alto nivel de crecimiento económico.....	23%	40%	16%
- Tener unas Fuerzas Armadas capaces de garantizar la defensa de España.....	4	13	38
*- Dar a la gente mayores fa- cilidades para que participe en las decisiones importan- tes que tengan que ver con su trabajo o la comunidad en la que viven.....	14	35	16
*- Proteger el medio ambiente..	13	48	12
- Mantener una economía es- table.....	17	52	9
- Luchar contra la delincuen- cia.....	13	49	14
*- Avanzar hacia una sociedad menos impersonal y más humana.....	9	32	20
*- Avanzar hacia una sociedad en la que las ideas sean más importantes que el dinero...	4	19	22
- Ninguno.....	-	1	19
- NS/NC.....	2	2	9
Total	(1.210)	(1.210)	(1.210)

* Items de carácter postmaterialista.



Cuadro 4.1.11.

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

	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95	IX-95	X-95
Total PM	28	32	30	32	30	31	31	32	33	35	37	38
Edad												
18 a 29 años	42	42	40	45	40	43	44	46	49	49	51	54
30 a 49 años	31	28	33	35	34	34	33	36	37	40	40	40
50 a 64 años	20	26	24	22	22	28	21	23	23	24	27	31
65 y más años	12	16	20	20	18	13	18	16	16	18	22	18
Posición Social												
Baja	21	21	24	24	24	25	26	23	26	26	30	32
Media	33	40	32	35	31	33	32	34	36	38	40	41
Alta	33	41	45	45	47	46	37	50	46	50	46	43
Ideología												
Izquierda	36	37	34	37	38	38	36	38	41	42	46	47
Centro	26	32	34	36	32	25	36	31	29	30	30	34
Derecha	23	27	20	23	24	24	29	26	23	25	30	34
Status Socioeconómico												
Familiar												
Alto, Medio alto	39	40	43	51	40	39	34	48	40	44	43	47
Medio	29	33	30	31	32	32	34	31	35	33	39	39
Medio bajo	18	25	23	21	18	23	21	24	26	31	29	27
Bajo	14	21	30	20	23	21	30	15	16	4	13	26
Clientes de												
Bancos	31	37	30	32	34	30	30	35	32	37	40	39
Cajas	28	33	31	33	30	32	31	32	34	34	38	38

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 aumentado levemente, aunque continúa situándose dos puntos por debajo del nivel de equilibrio. Asimismo, la satisfacción con el Gobierno sigue siendo muy negativa, y muy inferior al de hace un año, 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 ascendido algo las valoraciones de las diferentes políticas gubernamentales, aunque 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 (\bar{x}) de puntuaciones, entre 0 y 10 (siendo 0 la peor calificación y 10 la mejor), asignadas por los entrevistados a cada institución o grupo social. Y

la dispersión opinática (o grado de controversia respecto a su imagen) se mide por la desviación standard (s) como porcentaje respecto a la media aritmética.

En este sondeo se ha preguntado por la imagen de siete instituciones o grupos sociales: Los Tribunales de Justicia, La Guardia Civil, La Policía Nacional, Las Fuerzas Armadas, Los Bancos, El Gobierno de la Nación y La Corona.

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

1. El porcentaje de españoles que opinan sobre las diferentes instituciones es en general bastante alto, superior al 85% en la mayoría de los casos, lo cual es un buen indicador de integración política e identificación con el sistema, ya que significa que más de tres cuartas partes de los españoles se sienten suficientemente capacitados e interesados como para opinar sobre las instituciones y grupos políticos y sociales fundamentales. Concretamente, y respecto a las siete instituciones incluidas este mes, opinan el 85% y más de los entrevistados sobre todas ellas, salvo en el caso de los Tribunales de Justicia sobre los que opina un 82%.

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, UGT, el Congreso de los Diputados, los Tribunales de Justicia, la OTAN, el Senado, el Gobierno de la Nación, los Partidos Políticos, los Políticos, el CESID 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 3,8 puntos, institución que asciende muy levemente respecto a la última valoración. En la valoración de las otras instituciones fijas se observa también cierta estabilidad respecto a su valoración del pasado mes, siendo la 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 (7,3 puntos); y nuevamente este mes las FAS están mejor valoradas que el Gobierno y que los Bancos (5,9 puntos).

Por lo que respecta a las instituciones no fijas, debe resaltarse el ligero descenso en la valoración de la Guardia Civil y los Tribunales de Justicia respecto a la última valoración registrada.

El orden de valoraciones este mes ha sido: La Corona (7,3), la Policía Nacional y la Guardia Civil (6,1, en ambos casos), las Fuerzas Armadas (5,9), Los Bancos (4,5), los Tribunales de Justicia (4,1) y el Gobierno de la Nación (3,8).

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. Los Partidos Políticos, el Gobierno de la Nación, los

Políticos, el CESID 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 (76%). Le siguen con grados inferiores de controversia los Tribunales de Justicia (64%) los Bancos (54%), las Fuerzas Armadas (48%), la Guardia Civil (44%), la Policía Nacional (42%) y la Corona (39%), institución 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 segmentos sociales.
- Por otra parte, la edad tiene cierta relación con la valoración de instituciones y grupos, aunque esa relación no es siempre igual. En efecto, se observa que, en líneas generales, cuanto más alta es la edad, mayor es la valoración promedio asignada a casi todas las instituciones, aunque en algunos casos puedan observarse fluctuaciones, como sucede con los Bancos y los Tribunales de Justicia que no guardan una relación clara.
- 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.
- La ideología ofrece pautas muy dispares para las diferentes instituciones, lo que significa que esta variable, al ser más ideológica, lleva a los entrevistados a discriminar más minuciosamente entre institución e institución. Así, se observa que la valoración del Gobierno es mayor entre los de izquierda, mientras que las demás instituciones (las Fuerzas Armadas, los Bancos, los Tribunales de Justicia, la Guardia Civil y la Policía Nacional), son mejor valoradas entre los de derecha, y la Corona es mejor valorada tanto entre los autopericlitados en el centro como en la 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 octubre 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 30, de 34, en el ranking de valoración.

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

Se observa que cuatro de cada diez entrevistados se sienten satisfechos o muy satisfechos con el funcionamiento de la democracia en España, pero un 41% 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 (nivel de equilibrio), aunque ha ascendido ligeramente tras alcanzar el mes pasado 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 centro e izquierda, los de baja posición social 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 insatisfacción es mayor entre los autopusicionados 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 asciende ligeramente este mes en relación con el registrado el mes anterior, aunque continúa situándose muy por debajo del nivel de equilibrio lo que evidencia una muy intensa insatisfacción, acentuada en el último año.

Este mes el 20% de los españoles están satisfechos (en mayor o menor medida) con la labor que realiza el Gobierno, pero el 61% están insatisfechos. Así, el índice obtenido este mes (59), 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 autopusiciona 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 octubre se observa, en general, una valoración ligeramente superior en todas las políticas por las que se ha preguntado respecto al mes pasado, excepto en cuanto a la política internacional que se mantiene. Destaca una vez más la política de obras públicas y transportes como el área que recibe una mejor valoración media, ya que registra una valoración de 5,2 puntos, seguida a cierta distancia por la política de Servicios Sociales (4,6 puntos). Las demás áreas reciben valoraciones medias inferiores y por lo tanto son peor valoradas: la política internacional (4,5), lucha contra el terrorismo (4,1), lucha contra la delincuencia (3,9) y, en último lugar, como ya viene siendo habitual, la política económica (3,3).

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

En casi todos los segmentos sociales las mejores valoraciones las recibe la política de obras públicas, y las peores corresponden a la política económica. En general, las seis áreas son mejor valoradas por los encuestados de más edad (excepto en cuanto a la lucha contra la droga y la delincuencia que es mejor valorada por los de menor edad), los de más baja posición social (salvo la política internacional mejor valorada por los de mayor 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, se refleja una vez más 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 elecciones autonómicas y municipales de 1995, 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, tal y como los datos ponen una vez de manifiesto.



Cuadro 4.2.1.

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

	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95	IX-95	X-95
- Fuerzas Armadas	99	99	98	100	98	99	99	100	99	98	99	98
- Bancos	99	99	98	99	98	98	99	100	99	98	99	98
- Gobierno de la Nación	100	100	99	100	99	100	100	100	100	100	99	99
- La Corona	100	100	99	100	99	99	100	100	100	100	99	99
- La Policía Nacional	100	-	-	100	-	-	-	-	-	-	-	99
- La Unión Europea	-	-	-	-	-	92	-	-	-	-	-	-
- Congreso de los Diputados	-	-	-	-	-	-	-	98	-	-	-	-
- Partidos Políticos	-	-	-	-	-	-	98	-	-	-	-	-
- Los Sindicatos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	96	-	-
- OTAN	-	-	-	-	-	92	-	-	-	-	-	-
- Las Organizaciones Empresariales	-	-	-	-	-	-	92	-	-	-	-	-
- Guardia Civil	100	-	-	-	-	-	-	100	-	-	-	99
- ETA	-	-	-	-	-	-	-	100	-	-	-	-
- El Senado	-	-	-	-	-	-	94	-	-	-	-	-
- Los Tribunales de Justicia	98	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Los Funcionarios	-	98	-	-	-	-	-	-	-	-	-	96
- 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	-	-	-	-	86	-	-	-	-	-	-	-
- Comisiones Obreras	-	-	94	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- UGT	-	-	95	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- La ONU	-	-	-	-	-	92	-	-	-	-	-	-
- Cáritas	-	-	-	-	-	-	-	-	98	-	-	-
- La Universidad	-	-	-	-	-	-	-	-	-	95	-	-
- La Iglesia	-	-	-	-	-	-	-	-	-	100	-	-



- Los Medios de Comunicación	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	99	-
- El Tribunal Constitucional	-	-	-	-	92	-	-	-	-	-	-	-
- Los Médicos	-	-	-	-	-	-	-	-	100	-	-	-
- El Tribunal Supremo	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	94	-
- El CESID	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	86	-



Cuadro 4.2.2.

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

	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95	IX-95	X-95
Fuerzas Armadas	90	91	81	88	88	86	86	89	85	88	86	85
Bancos	90	91	82	86	86	85	86	90	87	86	86	85
Gobierno de la Nación	93	93	87	92	93	93	92	94	93	93	92	90
La Corona	91	93	85	91	93	91	91	93	92	92	92	89
La Policía Nacional	93	-	-	91	-	-	-	-	-	-	-	89
La Unión Europea	-	-	-	-	-	78	-	-	-	-	-	-
Congreso de Diputados	-	-	-	-	-	-	-	83	-	-	-	-
Partidos Políticos	-	-	-	-	-	-	84	-	-	-	-	-
Los Sindicatos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	79	-	-
OTAN	-	-	-	-	-	74	-	-	-	-	-	-
Organizaciones Empresariales	-	-	-	-	-	-	73	-	-	-	-	-
Guardia Civil	93	-	-	-	-	-	-	92	-	-	-	90
ETA	-	-	-	-	-	-	-	95	-	-	-	-
El Senado	-	-	-	-	-	-	75	-	-	-	-	-
Los Tribunales de Justicia	87	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	82
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	-	-	-	-	68	-	-	-	-	-	-	-
Comisiones Obreras	-	-	73	-	-	-	-	-	-	-	-	-
UGT	-	-	73	-	-	-	-	-	-	-	-	-
La ONU	-	-	-	-	-	74	-	-	-	-	-	-
Cáritas	-	-	-	-	-	-	-	-	91	-	-	-
La Universidad	-	-	-	-	-	-	-	-	-	80	-	-
La Iglesia	-	-	-	-	-	-	-	-	-	90	-	-
Los Medios de Comunicación	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	92	-



El Tribunal Constitucional	-	-	-	-	72	-	-	-	-	-	-	-
Los Médicos	-	-	-	-	-	-	-	-	95	-	-	-
El Tribunal Supremo	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	71	-
El CESID	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	60	-



Cuadro 4.2.3.

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

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



El Tribunal Constitucional	-	-	-	-	5,5	-	-	-	-	-	-	-
Los Médicos	-	-	-	-	-	-	-	-	6,1	-	-	-
El Tribunal Supremo	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	5,5	-
El CESID	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2,7	-



Cuadro 4.2.4.

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

	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95	IX-95	X-95
Fuerzas Armadas	47	50	53	47	47	59	53	45	59	54	49	48
Bancos	50	47	48	50	47	51	54	48	53	51	53	54
Gobierno de la Nación	70	82	71	82	76	83	84	72	73	80	82	76
La Corona	38	41	38	37	37	43	40	37	40	39	39	39
La Policía Nacional	42	-	-	42	-	-	-	-	-	-	-	42
La Unión Europea	-	-	-	-	-	45	-	-	-	-	-	-
Congreso de los Diputados	-	-	-	-	-	-	-	62	-	-	-	-
Partidos Políticos	-	-	-	-	-	-	76	-	-	-	-	-
Los Sindicatos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	60	-	-
OTAN	-	-	-	-	-	67	-	-	-	-	-	-
Organizac. Empresariales	-	-	-	-	-	-	54	-	-	-	-	-
Guardia Civil	45	-	-	-	-	-	-	43	-	-	-	44
ETA	-	-	-	-	-	-	-	492	-	-	-	-
El Senado	-	-	-	-	-	-	65	-	-	-	-	-
Los Tribunales de Justicia	59	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	64
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	-	-	-	-	47	-	-	-	-	-	-	-
Comisiones Obreras	-	-	56	-	-	-	-	-	-	-	-	-
UGT	-	-	61	-	-	-	-	-	-	-	-	-
La ONU	-	-	-	-	-	50	-	-	-	-	-	-
Cáritas	-	-	-	-	-	-	-	-	31	-	-	-
La Universidad	-	-	-	-	-	-	-	-	-	34	-	-
La Iglesia	-	-	-	-	-	-	-	-	-	56	-	-
Los Medios de Comunicación	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	35	-



El Tribunal Constitucional	-	-	-	-	44	-	-	-	-	-	-	-
Los Médicos	-	-	-	-	-	-	-	-	45	-	-	-
El Tribunal Supremo	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	44	-
El CESID	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	95	-



Cuadro 4.2.5.

Conocimiento y Valoración de Instituciones y Grupos Sociales

OCTUBRE 1994 - OCTUBRE 1995

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



Cuadro 4.2.6.

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

OCTUBRE 1994 - OCTUBRE 1995

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



Cuadro 4.2.7.

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

OCTUBRE 1994 - OCTUBRE 1995

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



Cuadro 4.2.8.

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

OCTUBRE 1995	TOTAL	Tribunales de Justicia	Guardia Civil	FAS	Los Bancos	Policía Nacional	Gobierno Nación	La Corona
TOTAL	(1210)	4,1	6,1	5,9	4,5	6,1	3,8	7,3
Edad:								
18 a 29 años	(316)	4,6	5,5	5,3	4,7	5,6	3,4	6,8
30 a 49 años	(412)	3,9	6,0	5,5	4,3	6,0	3,5	7,2
50 a 64 años	(261)	3,9	6,7	6,5	4,5	6,5	3,8	7,7
65 y más años	(222)	4,1	6,8	6,6	4,6	6,5	4,7	7,9
Posición Social:								
Baja	(485)	4,2	6,2	6,3	4,8	6,3	4,2	7,7
Media	(567)	4,1	6,2	5,8	4,5	6,0	3,5	7,1
Alta	(158)	4,0	5,9	5,2	4,2	5,8	3,3	6,8
Ideología:								
Izquierda	(433)	4,2	5,6	5,2	4,2	5,7	4,2	7,0
Centro	(218)	4,1	6,1	5,8	4,8	6,2	4,0	7,5
Derecha	(206)	4,4	6,8	6,7	4,9	6,5	2,5	7,5
Status Socioeconómico:								
Alto, Medio alto	(254)	4,3	5,8	5,4	4,5	5,9	3,2	7,0
Medio	(653)	4,1	6,1	5,8	4,5	6,1	3,7	7,3
Medio Bajo	(279)	4,1	6,7	6,6	4,7	6,4	4,3	7,8
Bajo	(24)	5,1	6,3	6,3	3,7	6,1	5,1	7,2
Clientes de:								
Bancos	(297)	4,7	6,6	6,1	4,9	6,4	3,8	7,5
Cajas	(806)	4,0	6,0	5,7	4,4	6,0	3,7	7,2



Cuadro 4.2.9.

Ranking de Notoriedad

OCTUBRE 94 - OCTUBRE 95	% Opinan
1. La Cruz Roja	96
2. La ONCE	95
3. ETA	95
4. Los Médicos	95
5. Medios de Comunicación	92
6. Gobierno de la Nación	92
7. Policía Nacional	91
8. Guardia Civil	91
9. Cáritas	91
10. Los Políticos	91
11. La Corona	91
12. Iglesia	90
13. Los Funcionarios	89
14. Tribunales de Justicia	88
15. Fuerzas Armadas	87
16. Bancos	87
17. Jueces	86
18. Partidos Políticos	84
19. Congreso de los Diputados	83
20. Universidad	80
21. Los Sindicatos	79
22. Unión Europea	78
23. El Senado	75
24. OTAN	74
25. ONU	74
26. El Banco de España	74
27. UGT	73
28. Organizac. Empresariales	73
29. Comisiones Obreras	73
30. El Tribunal Constitucional	72
31. Tribunal Supremo	71
32. El Consejo General del Poder Judicial	68
33. CESID	60
34. La CEOE	54



Cuadro 4.2.10.

Ranking de Valoración

OCTUBRE 94 - OCTUBRE 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	6,7
6. Medios de Comunicación	6,4
7. Guardia Civil	6,3
8. Policía Nacional	6,1
9. Los Médicos	6,1
10. Unión Europea	5,6
11. Las Fuerzas Armadas	5,6
12. ONU	5,5
13. Tribunal Supremo	5,5
14. Tribunal Constitucional	5,5
15. Banco de España	5,4
16. Jueces	5,4
17. Iglesia	5,4
18. Consejo General del Poder Judicial	5,3
19. Los Funcionarios	5,2
20. Comisiones Obreras	4,8
21. Bancos	4,6
22. Sindicatos	4,6
23. CEOE	4,5
24. Organizac. Empresariales	4,4
25. UGT	4,3
26. Congreso de los Diputados	4,3
27. Tribunales de Justicia	4,2
28. OTAN	4,1



29. El Senado	4,0
30. Gobierno de la Nación	3,8
31. Partidos Políticos	3,3
32. Los Políticos	2,8
33. CESID	2,7
34. ETA	0,2



Cuadro 4.2.11.

Ranking de Dispersión Opinática

OCTUBRE 94 - OCTUBRE 95

% Dispersión Opinática

(s/x)100

1. La ONCE	26
2. La Cruz Roja	30
3. Cáritas	31
4. Universidad	34
5. Medios de Comunicación	35
6. La Corona	39
7. Policía Nacional	42
8. Guardia Civil	44
9. Tribunal Supremo	44
10. Tribunal Constitucional	44
11. Los Médicos	45
12. Unión Europea	45
13. Banco de España	46
14. Los Funcionarios	46
15. Consejo General del Poder Judicial	47
16. Los Jueces	49
17. ONU	50
18. Bancos	50
19. Fuerzas Armadas	51
20. Organizac. Empresariales	54
21. CEOE	54
22. Comisiones Obreras	56
23. La Iglesia	56
24. Los Sindicatos	60
25. UGT	61
26. Los Tribunales de Justicia	62
27. Congreso de los Diputados	62



28. El Senado	65
29. OTAN	67
30. Los Partidos Políticos	76
31. El Gobierno de la Nación	78
32. Los Políticos	85
33. CESID	95
34. ETA	492



Cuadro 4.2.12.

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

	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95	IX-95	X-95
Total	(1.212)	(1.210)	(1.210)	(1.215)	(1.211)	(1.219)	(1.213)	(1.213)	(1.221)	(1.209)	(1.217)	(1.210)
Muy Satisfecho	4%	2%	3%	2%	3%	2%	2%	2%	3%	3%	3%	3%
Satisfecho	45	40	46	45	42	38	39	41	41	35	33	37
Indiferente	16	17	17	15	14	14	17	18	18	18	19	16
Insatisfecho	27	31	29	27	33	33	31	30	29	35	32	33
Muy Insatisfecho	7	8	4	10	6	10	9	8	6	7	12	8
NS/NC	1	2	1	1	1	2	2	1	2	3	2	2
ISD	114	104	116	111	105	98	101	105	109	96	92	98
% Califican	99	98	99	99	99	98	98	99	98	97	98	98
Valoración Media	3,1	3,0	3,1	3,0	3,0	2,9	2,9	3,0	3,0	2,9	2,8	2,9
% Discrepancia	35	36	33	37	36	39	37	36	35	37	40	38



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)**

	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95	IX-95	X-95
Total ISD	114 (3,1)	104 (3,0)	116 (3,1)	111 (3,0)	105 (3,0)	98 (2,9)	101 (2,9)	105 (3,0)	109 (3,0)	96 (2,9)	92 (2,8)	98 (2,9)
Edad												
18 a 29 años	109 (3,0)	94 (2,9)	108 (3,0)	97 (2,9)	94 (2,9)	90 (2,8)	94 (2,8)	95 (2,8)	100 (3,0)	98 (2,9)	86 (2,8)	100 (2,9)
30 a 49 años	109 (3,0)	102 (2,9)	113 (3,1)	111 (3,0)	105 (3,0)	97 (2,9)	103 (2,9)	100 (2,9)	107 (3,0)	94 (2,9)	90 (2,8)	88 (2,8)
50 a 64 años	115 (3,1)	108 (3,0)	117 (3,1)	114 (3,1)	104 (3,0)	94 (2,8)	95 (2,8)	109 (3,0)	108 (3,0)	90 (2,8)	91 (2,8)	98 (2,9)
65 y más años	129 (3,3)	117 (3,1)	130 (3,3)	127 (3,2)	124 (3,2)	116 (3,1)	115 (3,1)	122 (3,2)	127 (3,3)	105 (3,0)	106 (3,0)	113 (3,1)
Posición Social												
Baja	116 (3,1)	110 (3,1)	116 (3,1)	116 (3,1)	110 (3,1)	104 (3,0)	108 (3,0)	113 (3,1)	118 (3,1)	98 (2,9)	93 (2,8)	106 (3,0)
Media	115 (3,1)	99 (2,9)	114 (3,1)	105 (2,9)	104 (3,0)	92 (2,8)	94 (2,8)	98 (2,9)	101 (3,0)	95 (2,9)	87 (2,8)	96 (2,9)
Alta	102 (2,9)	103 (2,9)	118 (3,2)	118 (3,1)	95 (2,9)	97 (2,8)	107 (3,0)	101 (3,0)	108 (3,0)	94 (2,9)	101 (2,9)	81 (2,7)
Ideología												
Izquierda	129 (3,3)	126 (3,2)	132 (3,3)	123 (3,2)	121 (3,2)	114 (3,1)	120 (3,2)	122 (3,2)	122 (3,2)	116 (3,1)	111 (3,1)	108 (3,0)
Centro	132 (3,3)	110 (3,1)	126 (3,2)	110 (3,0)	108 (3,0)	105 (3,0)	112 (3,0)	106 (3,0)	109 (3,0)	92 (2,9)	95 (2,8)	116 (3,1)
Derecha	86 (2,7)	80 (2,6)	97 (2,9)	94 (2,8)	84 (2,7)	74 (2,6)	78 (2,7)	80 (2,6)	88 (2,8)	74 (2,6)	67 (2,5)	80 (2,7)
Status Socioeconómico Familiar:												
Alto	106 (3,0)	99 (2,9)	127 (3,3)	106 (3,0)	96 (2,9)	93 (2,8)	98 (2,9)	109 (3,0)	107 (3,0)	91 (2,8)	91 (2,8)	95 (2,9)
Medio	115 (3,1)	103 (3,0)	109 (3,1)	109 (3,0)	106 (3,0)	97 (2,9)	100 (2,9)	103 (3,0)	108 (3,0)	98 (2,9)	94 (2,8)	97 (2,9)



Medio bajo	120 (3,2)	107 (3,0)	118 (3,2)	118 (3,1)	109 (3,0)	101 (2,9)	108 (3,0)	100 (2,9)	111 (3,1)	98 (3,0)	89 (2,8)	103 (3,0)
Bajo	96 (2,7)	141 (3,4)	138 (3,3)	130 (3,2)	136 (3,3)	117 (3,1)	97 (2,9)	158 (3,6)	126 (3,3)	74 (2,5)	92 (2,7)	91 (2,6)
Clientes de:												
Bancos	106 (3,0)	103 (3,0)	120 (3,2)	108 (3,0)	98 (2,9)	103 (3,0)	100 (2,9)	106 (3,0)	107 (3,0)	93 (2,9)	85 (2,7)	97 (2,9)
Cajas	117 (3,1)	109 (3,0)	120 (3,2)	112 (3,0)	108 (3,0)	99 (2,9)	105 (3,0)	105 (3,0)	111 (3,1)	98 (2,9)	97 (2,9)	97 (2,9)



Cuadro 4.2.14.

Índice de Satisfacción con la Labor del Gobierno (ISG)

	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95	IX-95	X-95
Total	(1.212)	(1.210)	(1.210)	(1.215)	(1.211)	(1.219)	(1.213)	(1.213)	(1.221)	(1.209)	(1.217)	(1.210)
Muy Satisfecho	3%	2%	3%	2%	2%	2%	2%	3%	2%	2%	3%	2%
Algo Satisfecho	25	21	26	22	22	18	19	24	23	17	17	18
Indiferente	14	13	13	14	12	11	12	17	16	15	14	16
Algo Insatisfecho	35	39	36	33	36	35	33	32	34	37	34	35
Muy Insatisfecho	23	24	22	28	26	33	33	24	23	28	30	26
NS/NC	1	1	1	1	1	*	1	1	2	1	2	2
ISG	69	60	71	63	62	53	55	71	68	53	56	59
% Califican	99	99	99	99	99	100	99	99	98	99	98	98
Valoración Media	2,5	2,4	2,5	2,4	2,4	2,2	2,2	2,5	2,4	2,3	2,3	2,3
% Discrepancia	48	48	47	51	50	53	53	48	47	49	52	48



Cuadro 4.2.15.

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

	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95	IX-95	X-95
Total ISG	69 (2,5)	60 (2,4)	71 (2,5)	63 (2,4)	62 (2,4)	53 (2,2)	55 (2,2)	71 (2,2)	68 (2,5)	53 (2,4)	56 (2,3)	59 (2,3)
(2,3) Edad:												
- 30 años	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)	42 (2,1)	42 (2,1)
(2,1) 30-49 años	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)	49 (2,1)	53 (2,1)
(2,2) 50-64 años	74 (2,6)	62 (2,4)	81 (2,6)	80 (2,6)	70 (2,5)	60 (2,3)	55 (2,1)	82 (2,1)	75 (2,6)	57 (2,5)	62 (2,3)	66 (2,4)
(2,4) 65 y más años	100 (2,9)	93 (2,8)	97 (2,9)	97 (2,9)	95 (2,8)	81 (2,6)	86 (2,2)	103 (2,2)	97 (2,9)	83 (2,8)	82 (2,6)	85 (2,7)
(2,7) Posición Social												
Baja	82 (2,7)	75 (2,6)	85 (2,7)	76 (2,5)	76 (2,6)	65 (2,4)	71 (2,4)	86 (2,4)	82 (2,7)	66 (2,6)	70 (2,4)	72 (2,5)
(2,5) Media	65 (2,4)	52 (2,2)	65 (2,4)	56 (2,2)	56 (2,3)	47 (2,1)	44 (2,1)	62 (2,1)	59 (2,4)	45 (2,3)	51 (2,2)	51 (2,2)
(2,2) Alta	47 (2,1)	40 (2,1)	48 (2,2)	52 (2,2)	38 (3,0)	35 (1,9)	46 (2,1)	57 (2,1)	54 (2,2)	44 (2,3)	32 (2,1)	47 (1,9)
(2,2) Ideología:												
Izquierda	89 (2,8)	78 (2,6)	97 (2,9)	80 (2,6)	81 (2,6)	74 (2,5)	77 (2,6)	94 (2,6)	84 (2,8)	76 (2,7)	78 (2,6)	74 (2,6)
(2,5)												



Centro	63	46	60	53	47	41	48	54	69	40	42	50
(2,3)	(2,5)	(2,2)	(2,4)	(2,3)	(2,2)	(2,1)	(2,2)	(2,3)	(2,5)	(2,1)	(2,1)	(2,1)
Derecha	39	29	36	36	34	26	19	34	29	27	25	29
(1,8)	(2,0)	(1,9)	(2,0)	(1,9)	(1,9)	(1,8)	(1,6)	(1,9)	(1,8)	(1,8)	(1,8)	(1,7)
Status Socioeconómico Familiar:												
Alto	52	46	60	43	41	40	42	51	54	37	32	42
(2,1)	(2,2)	(2,1)	(2,4)	(2,0)	(2,1)	(2,0)	(2,0)	(2,2)	(2,2)	(2,2)	(2,0)	(1,9)
Medio alto	67	56	63	62	59	48	53	70	64	54	54	57
(2,3)	(2,5)	(2,3)	(2,4)	(2,4)	(2,3)	(2,2)	(2,2)	(2,5)	(2,4)	(2,4)	(2,3)	(2,3)
Medio Bajo	88	74	91	79	82	68	66	86	84	68	73	75
(2,5)	(2,7)	(2,5)	(2,8)	(2,6)	(2,6)	(2,4)	(2,4)	(2,4)	(2,7)	(2,7)	(2,5)	(2,5)
Bajo	85	121	117	120	123	104	83	131	104	52	92	96
(2,7)	(2,6)	(3,2)	(3,0)	(3,2)	(3,1)	(2,9)	(2,5)	(3,3)	(2,9)	(2,2)	(2,2)	(2,8)
Clientes de:												
Bancos	68	49	69	65	61	52	40	66	58	42	53	58
(2,3)	(2,5)	(2,2)	(2,5)	(2,4)	(2,4)	(2,2)	(2,0)	(2,4)	(2,3)	(2,1)	(2,1)	(2,2)
Cajas	72	60	74	64	60	51	57	73	70	55	56	59
(2,3)	(2,5)	(2,4)	(2,6)	(2,4)	(2,4)	(2,2)	(2,2)	(2,2)	(2,5)	(2,5)	(2,3)	(2,3)



Cuadro 4.2.16.

Valoración de la Actuación del Gobierno en las siguientes áreas

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

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

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



Cuadro 4.2.17.

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

OCTUBRE 1995	Total	Política Económica	Lucha contra terrorismo	Política Internacion.	Lucha contra droga y del.	Obras Públicas	Servicios Sociales
TOTAL	(1210)	3,3	4,1	4,5	3,9	5,2	4,6
Edad:							
18 a 29 años	(316)	3,1	4,2	4,4	4,1	5,2	4,5
30 a 49 años	(412)	3,1	4,0	4,5	3,8	5,0	4,3
50 a 64 años	(261)	3,4	3,8	4,4	3,9	5,3	4,6
65 y más años	(222)	3,8	4,3	4,8	4,0	5,7	5,2
Posición Social:							
Baja	(485)	3,5	4,0	4,5	4,1	5,4	4,8
Media	(567)	3,2	4,2	4,5	3,8	5,1	4,4
Alta	(158)	3,0	3,8	4,6	3,7	5,0	4,4
Ideología:							
Izquierda	(433)	3,7	4,6	5,2	4,3	5,5	4,9
Centro	(218)	3,4	4,3	4,4	4,2	5,2	4,6
Derecha	(206)	2,4	3,2	3,9	3,0	4,5	3,8
Status Socioeconómico:							
Alto, Medio alto	(254)	3,1	4,1	4,6	3,7	4,8	4,3
Medio	(653)	3,2	4,0	4,4	4,0	5,3	4,6
Medio Bajo	(279)	3,6	4,0	4,8	3,9	5,4	4,8
Bajo	(24)	4,1	4,8	4,5	3,6	5,8	4,8
Satisfacción con el Gobierno:							
Satisfechos	(243)	5,2	5,6	6,1	5,2	6,4	6,1
Indiferentes	(199)	4,2	4,5	5,1	4,5	5,9	5,2
Insatisfechos	(743)	2,4	3,5	3,9	3,4	4,7	3,9
Clientes de:							
Bancos	(297)	3,4	4,5	4,6	4,2	5,4	4,7
Cajas	(806)	3,3	4,0	4,6	4,0	5,2	4,6

4.3. IMAGEN DE PERSONAJES PUBLICOS

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

Este mes se ha preguntado por Felipe González, Julio Anguita, José María Aznar, Cristina Alberdi, Carmen Alborch, José María Cuevas, Juan Alberto Belloch y Trías de Bes. La actual ministra de asuntos sociales (Cristina Alberdi) es este mes el personaje público con mejor imagen social, siendo Trías de Bes quien tiene la peor imagen de todos los personajes por los que se ha preguntado en el presente estudio.

Los principales líderes políticos son conocidos por casi la totalidad de los entrevistados, mientras que sólo entre dos terceras y tres cuartas partes de los entrevistados conocen a otros líderes políticos, aunque ha aumentado el conocimiento de Jerónimo Saavedra, éste alcanza el 48%; y el menos conocido este mes resulta el nuevo miembro del PP en Cataluña, Trías de Bes pues le conoce un 37%.

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 septiembre 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 89% 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), pero algo más de la mitad de la muestra opina sobre los actuales ministros de interior y de cultura, Juan Alberto Belloch y Carmen Alborch, un 49% opina sobre la ministra de asuntos sociales Cristina Alberdi, un 44% opina sobre José María Cuevas, y menos de un tercio de los entrevistados opina sobre Jerónimo Saavedra y Trías de Bes, respectivamente.
- c. Las valoraciones asignadas a estos nueve personajes han sido: Cristina Alberdi (5,1), Julio Anguita (4,5), Carmen Alborch (4,4), Felipe González (4,2), Jerónimo Saavedra (4,0), José M^a Aznar (3,9), Juan Alberto Belloch y José María Cuevas (3,8, respectivamente) y Trías de Bes (3,1).

Todos los líderes incrementan ligeramente su valoración este mes principalmente Cristina Alberdi y José María Cuevas (0,6 puntos porcentuales), excepto José M^a Aznar y Jerónimo Saavedra, que reducen levemente su valoración respecto a la última vez por los que se preguntó, y en cuanto a Julio Anguita que se mantiene.

En todo caso, la peor valoración de todos los líderes por los que se ha preguntado desde octubre de 1994 es para el General Alonso Manglano recientemente 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, García Damborenea, Alfonso Guerra, Rafael Vera, Jordi Pujol, el Coronel Rodríguez Galindo, José Barrionuevo, Trías de Bes, Narcís Serra, Xabier Arzallus, José M^a Benegas, José Luis Corcuera, Alvarez Cascos, José M^a Aznar y Felipe González resultan ser los personajes públicos más controvertidos de todos los incluidos desde septiembre 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 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 años, mientras que Aznar mantiene 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 y Trías de Bes quienes obtienen 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 baja posición social a valorar algo más positivamente a los líderes, aunque José María Aznar y Trías de Bes obtienen la valoración más alta de los de posición social alta.
- 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, Trías de Bes y José María Cuevas 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, excepto Jerónimo Saavedra que recibe la máxima valoración tanto de los autopusicionados en la izquierda como en el centro.

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

De estos rankings, debe resaltarse la gran diferencia de valoración entre el Rey Juan Carlos, la Reina D^a Sofía, el Príncipe Felipe y las Infantas, con respecto a todos los demás personajes públicos, ya que ninguno de ellos se acerca a la valoración de la Familia Real. Por su parte, el General Alonso Manglano, Conde, Damborenea y Vera 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

	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95	IX-95	X-95
Felipe González	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	99
Adolfo Suárez	98	-	-	-	98	99	-	-	-	99	-	-
Alfonso Guerra	98	98	98	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Príncipe Felipe	-	99	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Reina Dña. Sofía	-	99	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Julio Anguita	98	98	97	99	98	98	98	98	97	99	98	98
J. María Aznar	99	99	99	99	99	99	98	99	99	99	99	99
Javier Solana	-	-	-	-	-	-	-	85	-	-	88	-
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 M ^a Benegas	-	-	-	-	-	-	-	83	-	-	-	-
Baltasar Garzón	-	-	83	92	93	94	93	92	-	-	95	-
Pedro Solbes	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	70	-
Jordi Pujol	96	-	-	-	-	-	95	-	-	-	98	-
Cristina Alberdi	72	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	70
Carmen Alborch	78	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	71
Luis Angel Rojo	-	-	-	-	-	45	-	-	-	-	-	-
Mario Conde	-	-	-	98	-	-	-	-	-	-	-	-
Jerónimo Saavedra	-	-	-	-	-	35	-	-	-	-	-	48
Pascual Sala	-	-	-	-	33	-	-	-	-	-	-	-
Marino Barbero	-	-	-	-	-	64	-	-	-	-	-	-
Juan Alberto Belloch	-	72	-	76	78	-	-	-	-	-	-	79
El Juez Moreiras	-	-	-	-	-	-	-	-	-	61	-	-
Antonio Romero	-	-	-	-	-	-	-	-	50	-	-	-
Jose M ^a Cuevas	76	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	61
Xabier Arzallus	-	-	-	-	-	-	-	82	-	-	80	-
Luis Atienza	-	-	-	-	-	-	51	-	-	-	-	-
Cándido Méndez	-	60	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-



Rodrigo Rato	-	-	54	-	-	-	-	-	-	-	-	-
A. Pérez Rubalcaba	-	-	59	-	-	-	-	-	-	-	-	-
José Barrionuevo	-	-	-	91	-	-	88	-	-	-	-	-
Manuel G ^a Castellón	-	-	-	40	-	-	-	-	-	-	-	-
Rafael Vera	-	-	-	-	76	-	-	-	-	-	-	-
José Borrell	-	-	-	-	-	-	77	-	-	-	-	-
Joaquín Leguina	-	-	-	-	-	-	80	-	-	-	-	-
Coronel Rodríguez Galindo	-	-	-	-	-	-	-	50	-	-	-	-
Celia Villalobos	-	-	-	-	-	-	-	-	56	-	-	-
Alberto Ruiz Gallardón	-	-	-	-	-	-	-	-	70	-	-	-
Manuel Hermoso	-	-	-	-	-	-	-	-	26	-	-	-
Pascual Maragall	-	-	-	-	-	-	-	-	80	-	-	-
García Vargas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	73	-	-
General Alonso Manglano	-	-	-	-	-	-	-	-	-	72	-	-
Alvarez Cascos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	72	-	-
García Damborenea	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	78	-
Trías de Bes	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	37



Cuadro 4.3.2.

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

	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95	IX-95	X-95
Felipe González	91	92	91	95	96	96	92	93	90	94	92	89
Adolfo Suárez	83	-	-	-	92	92	-	-	-	88	-	-
Alfonso Guerra	84	85	84	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Príncipe Felipe	-	90	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Reina Dña. Sofía	-	90	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Julio Anguita	85	86	84	89	92	91	88	87	86	89	87	84
J.María Aznar	87	88	87	90	93	94	90	90	88	90	88	87
Javier Solana	-	-	-	-	-	-	-	64	-	-	70	-
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 M ^a Benegas	-	-	-	-	-	-	-	64	-	-	-	-
Baltasar Garzón	-	-	67	79	84	83	80	77	-	-	82	-
Pedro Solbes	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	47	-
Jordi Pujol	79	-	-	-	-	-	83	-	-	-	85	-
Cristina Alberdi	54	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	49
Carmen Alborch	59	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	53
Luis Angel Rojo	-	-	-	-	-	33	-	-	-	-	-	-
Mario Conde	-	-	-	89	-	-	-	-	-	-	-	-
Jerónimo Saavedra	-	-	-	-	-	22	-	-	-	-	-	28
Pascual Sala	-	-	-	-	27	-	-	-	-	-	-	-
Marino Barbero	-	-	-	-	-	52	-	-	-	-	-	-
Juan Alberto Belloch	-	55	-	61	66	-	-	-	-	-	-	61
El Juez Moreiras	-	-	-	-	-	-	-	-	-	38	-	-
Antonio Romero	-	-	-	-	-	-	-	-	35	-	-	-
Jose M ^a Cuevas	55	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	44
Xabier Arzallus	-	-	-	-	-	-	-	64	-	-	59	-



Luis Atienza	-	-	-	-	-	-	31	-	-	-	-	-
Cándido Méndez	-	42	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Rodrigo Rato	-	-	51	-	-	-	-	-	-	-	-	-
A. Pérez Rubalcaba	-	-	41	-	-	-	-	-	-	-	-	-
José Barrionuevo	-	-	-	71	-	-	72	-	-	-	-	-
Manuel G ^a Castellón	-	-	-	30	-	-	-	-	-	-	-	-
Rafael Vera	-	-	-	-	65	-	-	-	-	-	-	-
José Borrell	-	-	-	-	-	-	58	-	-	-	-	-
Joaquín Leguina	-	-	-	-	-	-	57	-	-	-	-	-
Coronel Rodríguez Galindo	-	-	-	-	-	-	-	34	-	-	-	-
Celia Villalobos	-	-	-	-	-	-	-	-	35	-	-	-
Alberto Ruiz Gallardón	-	-	-	-	-	-	-	-	53	-	-	-
Manuel Hermoso	-	-	-	-	-	-	-	-	14	-	-	-
Pascual Maragall	-	-	-	-	-	-	-	-	63	-	-	-
García Vargas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	56	-	-
General Alonso Manglano	-	-	-	-	-	-	-	-	-	54	-	-
Alvarez Cascos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	58	-	-
García Damborenea	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	58	-
Trías de Bes	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	21



Cuadro 4.3.3.

Imagen de Personajes Públicos
(Valoración, x)

	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95	IX-95	X-95
Felipe González	4,4	4,0	4,7	4,1	4,2	3,9	3,9	4,4	4,4	4,2	4,1	4,2
Adolfo Suárez	5,2	-	-	-	6,5	5,4	-	-	-	6,5	-	-
Alfonso Guerra	3,1	2,8	3,3	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Príncipe Felipe	-	7,2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Reina Dña. Sofía	-	7,4	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Julio Anguita	4,7	4,5	4,7	4,4	4,7	4,5	4,3	4,5	4,6	4,4	4,5	4,5
José María Aznar	4,0	3,6	3,9	3,8	4,1	4,0	3,7	4,5	4,5	4,3	4,1	3,9
Javier Solana	-	-	-	-	-	-	-	4,2	-	-	4,3	-
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 M ^a Benegas	-	-	-	-	-	-	-	3,3	-	-	-	-
Baltasar Garzón	-	-	5,5	6,0	5,9	6,0	5,5	5,5	-	-	5,6	-
Pedro Solbes	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4,3	-
Jordi Pujol	3,3	-	-	-	-	-	3,3	-	-	-	3,3	-
Cristina Alberdi	4,5	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	5,1
Carmen Alborch	4,2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4,4
Luis Angel Rojo	-	-	-	-	-	3,9	-	-	-	-	-	-
Mario Conde	-	-	-	1,3	-	-	-	-	-	-	-	-
Jerónimo Saavedra	-	-	-	-	-	4,4	-	-	-	-	-	4,0
Pascual Sala	-	-	-	-	4,8	-	-	-	-	-	-	-
Marino Barbero	-	-	-	-	-	4,5	-	-	-	-	-	-
Juan Alberto Belloch	-	3,7	-	3,7	3,7	-	-	-	-	-	-	3,8
El Juez Moreiras	-	-	-	-	-	-	-	-	-	5,5	-	-
Antonio Romero	-	-	-	-	-	-	-	-	4,6	-	-	-
Jose M ^a Cuevas	3,2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3,8
Xabier Arzallus	-	-	-	-	-	-	-	3,0	-	-	3,4	-



Luis Atienza	-	-	-	-	-	-	3,6	-	-	-	-	-
Cándido Méndez	-	3,6	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Rodrigo Rato	-	-	3,9	-	-	-	-	-	-	-	-	-
A. Pérez Rubalcaba	-	-	3,8	-	-	-	-	-	-	-	-	-
José Barrionuevo	-	-	-	3,5	-	-	2,8	-	-	-	-	-
Manuel G ^a Castellón	-	-	-	5,0	-	-	-	-	-	-	-	-
Rafael Vera	-	-	-	-	2,9	-	-	-	-	-	-	-
José Borrell	-	-	-	-	-	-	3,7	-	-	-	-	-
Joaquín Leguina	-	-	-	-	-	-	3,5	-	-	-	-	-
Coronel Rodríguez Galindo	-	-	-	-	-	-	-	3,7	-	-	-	-
Celia Villalobos	-	-	-	-	-	-	-	-	5,1	-	-	-
Alberto Ruiz Gallardón	-	-	-	-	-	-	-	-	5,4	-	-	-
Manuel Hermoso	-	-	-	-	-	-	-	-	3,6	-	-	-
Pascual Maragall	-	-	-	-	-	-	-	-	5,5	-	-	-
García Vargas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3,3	-	-
General Alonso Manglano	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2,1	-	-
Alvarez Cascos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3,8	-	-
García Damborenea	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2,6	-
Trías de Bes	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3,1



Cuadro 4.3.4.

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

	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95	IX-95	X-95
Felipe González	71	79	71	76	74	82	81	72	73	76	76	74
Adolfo Suárez	54	-	-	-	38	51	-	-	-	37	-	-
Alfonso Guerra	95	103	93	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Príncipe Felipe	-	37	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Reina Dña. Sofía	-	37	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Julio Anguita	57	60	55	59	56	60	60	58	59	58	56	56
José María Aznar	75	84	79	76	74	77	80	67	72	74	74	75
Javier Solana	-	-	-	-	-	-	-	63	-	-	62	-
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 M ^a Benegas	-	-	-	-	-	-	-	77	-	-	-	-
Baltasar Garzón	-	-	52	49	51	50	53	54	-	-	54	-
Pedro Solbes	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	58	-
Jordi Pujol	89	-	-	-	-	-	89	-	-	-	88	-
Cristina Alberdi	59	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	49
Carmen Alborch	62	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	56
Luis Angel Rojo	-	-	-	-	-	63	-	-	-	-	-	-
Mario Conde	-	-	-	171	-	-	-	-	-	-	-	-
Jerónimo Saavedra	-	-	-	-	-	55	-	-	-	-	-	62
Pascual Sala	-	-	-	-	49	-	-	-	-	-	-	-
Marino Barbero	-	-	-	-	-	61	-	-	-	-	-	-
Mariano Rubio	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Juan Alberto Belloch	-	69	-	73	69	-	-	-	-	-	-	69
El Juez Moreiras	-	-	-	-	-	-	-	-	-	44	-	-
Antonio Romero	-	-	-	-	-	-	-	-	55	-	-	-
Jose M ^a Cuevas	78	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	63



Xabier Arzallus	-	-	-	-	-	-	-	85	-	-	75	-
Luis Atienza	-	-	-	-	-	-	69	-	-	-	-	-
Cándido Méndez	-	69	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Rodrigo Rato	-	-	70	-	-	-	-	-	-	-	-	-
A. Pérez Rubalcaba	-	-	66	-	-	-	-	-	-	-	-	-
José Barrionuevo	-	-	-	75	-	-	90	-	-	-	-	-
Manuel G ^a Castellón	-	-	-	60	-	-	-	-	-	-	-	-
Rafael Vera	-	-	-	-	90	-	-	-	-	-	-	-
José Borrell	-	-	-	-	-	-	69	-	-	-	-	-
Joaquín Leguina	-	-	-	-	-	-	73	-	-	-	-	-
Coronel Rodríguez Galindo	-	-	-	-	-	-	-	84	-	-	-	-
Celia Villalobos	-	-	-	-	-	-	-	-	58	-	-	-
Alberto Ruiz Gallardón	-	-	-	-	-	-	-	-	54	-	-	-
Manuel Hermoso	-	-	-	-	-	-	-	-	73	-	-	-
Pascual Maragall	-	-	-	-	-	-	-	-	50	-	-	-
García Vargas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	74	-	-
General Alonso Manglano	-	-	-	-	-	-	-	-	-	110	-	-
Alvarez Cascos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	76	-	-
García Damborenea	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	102	-
Trías de Bes	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	81



Cuadro 4.3.5.

Conocimiento y Valoración de Personajes Públicos

OCTUBRE 94 - OCTUBRE 95

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



Marino Barbero
Manuel García Castellón
Celia Villabolas

Trías de Bes





Cuadro 4.3.6.

Conocimiento e Imagen Controvertida de Personajes Públicos

OCTUBRE 94 - OCTUBRE 95

		IMAGEN CONTROVERTIDA		
		Alta (+65%)	Media (50-65%)	Baja (-50%)
CONOCIMIENTO	Alto (+70%)	Alfonso Guerra Mario Conde José María Aznar Narcís Serra Felipe González Jordi Pujol Miguel Roca José Luis Corcuera José Barrionuevo	Julio Anguita Baltasar Garzón	Reina Dña. Sofía El Rey Juan Carlos Príncipe Felipe Infanta Cristina Infanta Elena Adolfo Suárez
	Medio (50-70%)	García Vargas José M ^a Benegas José M ^a Cuevas Xabier Arzallus Rodrigo Rato Juan Alberto Belloch José Borrell Joaquín Leguina General Alonso Manglano Alvarez Cascos García Damborenea	Antonio Gutiérrez Javier Solana Alberto Ruiz Gallardón Pascual Maragall Pedro Solbes	
	Bajo (-50%)	Luis Atienza Cándido Méndez A. Pérez Rubalcaba Coronel Rodríguez Galindo Manuel Hermoso	Jorge Semprún Pascual Sala Antonio Romero Cristina Alberdi Carmen Alborch	Juez Moreiras



Trías de Bes

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



Cuadro 4.3.7.

Valoración e Imagen Controvertida de
Personajes Públicos

OCTUBRE 94 - OCTUBRE 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
Baja (-4,0)	Juan Alberto Belloch José Luis Corcuera Miguel Roca Alfonso Guerra Mario Conde	Pedro Solbes	



José Barrionuevo
Narcís Serra
José M^a Cuevas
Xabier Arzallus
Luis Atienza
Jordi Pujol
Cándido Méndez
Rodrigo Rato
A. Pérez Rubalcaba
Rafael Vera
Luis Angel Rojo
José Borrell
Joaquín Leguina
Coronel Rodríguez Galindo
Manuel Hermoso
García Vargas
General Alonso Manglano
Alvarez Cascos
García Damborenea
Trias de Bes



Cuadro 4.3.8.

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

OCTUBRE 1995	TOTAL	Jerónimo Saavedra	Cristina Alberdi	Felipe González	Julio Anguita	Carmen Alborch	José M ^a Cuevas	Juan A. Belloch	Trias de Bes	José M ^a Aznar
TOTAL	(1210)	4,0	5,1	4,2	4,5	4,4	3,8	3,8	3,1	3,9
Edad:										
18 a 29 años	(316)	3,9	5,2	3,7	4,9	4,4	3,8	3,9	2,9	3,8
30 a 49 años	(412)	3,9	4,9	3,9	4,6	4,4	3,7	3,7	3,4	3,7
50 a 64 años	(261)	3,8	5,1	4,2	4,5	4,5	3,6	3,7	2,7	4,4
65 y más años	(222)	4,7	5,1	5,3	3,8	3,9	4,4	4,3	2,9	3,7
Posición Social:										
Baja	(485)	4,3	5,5	4,8	4,4	4,4	3,9	4,2	2,8	3,9
Media	(567)	3,9	5,0	3,9	4,7	4,4	3,7	3,8	3,0	3,8
Alta	(158)	3,7	4,5	3,5	4,6	4,3	3,8	3,5	3,3	4,1
Ideología:										
Izquierda	(433)	4,1	5,4	4,9	4,9	5,0	3,3	4,4	2,7	2,6
Centro	(218)	4,1	5,0	4,3	4,6	4,1	4,1	3,8	2,8	3,9
Derecha	(206)	3,7	4,5	2,5	4,0	3,6	4,4	2,9	4,0	6,3
Status Socioeconómico:										
Alto, Medio alto	(254)	4,0	5,0	3,6	4,6	4,4	3,8	3,8	2,9	4,0
Medio	(653)	3,9	5,0	4,1	4,6	4,4	3,9	3,7	3,2	3,9
Medio Bajo	(279)	4,1	5,3	4,7	4,2	4,1	3,6	4,2	3,1	3,7
Bajo	(24)	2,5	5,1	5,4	4,9	4,7	4,5	3,7	1,5	4,4
Clientes de:										
Bancos	(297)	4,3	5,1	4,1	4,8	4,3	4,1	3,9	3,4	4,3
Cajas	(806)	4,0	5,1	4,2	4,6	4,4	3,7	3,8	3,0	3,7



Cuadro 4.3.9.

Ranking de Notoriedad de Personajes Públicos

OCTUBRE 94 - OCTUBRE 95	% que Opinan
1. El Rey Juan Carlos	95
2. Felipe González	92
3. Reina Dña. Sofía	90
4. Príncipe Felipe	90
5. José M ^a Aznar	89
6. Adolfo Suárez	89
7. Julio Anguita	87
8. Alfonso Guerra	84
9. Mario Conde	84
10. Infanta Cristina	84
11. Infanta Elena	84
12. Jordi Pujol	82
13. Baltasar Garzón	79
14. Narcís Serra	78
15. José Luis Corcuera	76
16. José Barrionuevo	72
17. Miguel Roca	70
18. Javier Solana	67
19. Antonio Gutiérrez	65
20. Rafael Vera	65
21. José M ^a Benegas	64
22. Pascual Maragall	63
23. Xabier Arzallus	62
24. Juan Alberto Belloch	61
25. Alvarez Cascos	58
26. José Borrell	58
27. García Damborenea	58
28. Joaquín Leguina	57
29. Carmen Alborch	56
30. García Vargas	56
31. General Alonso Manglano	54



32. Alberto Ruiz Gallardón	53
33. Cristina Alberdi	52
34. Rodrigo Rato	51
35. José María Cuevas	50
36. Marino Barbero	49
37. Pedro Solbes	47
38. Cándido Méndez	42
39. A. Pérez Rubalcaba	41
40. Juez Moreiras	38
41. Antonio Romero	35
42. Celia Villalobos	35
43. Coronel Rodríguez Galindo	34
44. Luis Angel Rojo	33
45. Luis Atienza	31
46. Manuel G ^a Castellón	30
47. Pascual Sala	26
48. Jerónimo Saavedra	25
49. Trías de Bes	21
50. Manuel Hermoso	14



Cuadro 4.3.10.

Ranking de Valoración de Personajes Públicos

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



33. Luis Atienza	3,6
34. Cándido Méndez	3,6
35. Manuel Hermoso	3,6
36. José María Cuevas	3,5
37. Joaquín Leguina	3,5
38. José Luis Corcuera	3,5
39. Jordi Pujol	3,3
40. Narcís Serra	3,3
41. José M ^a Benegas	3,3
42. García Vargas	3,3
43. Xabier Arzallus	3,2
44. José Barrionuevo	3,1
45. Trias de Bes	3,1
46. Alfonso Guerra	3,1
47. Rafael Vera	2,9
48. García Damborenea	2,6
49. Mario Conde	2,3
50. General Alonso Manglano	2,1



Cuadro 4.3.11.

Ranking de Dispersión Opinática de Personajes Públicos

OCTUBRE 94 - OCTUBRE 95	Dispersión Opinática (s/x)100
1. El Rey Juan Carlos	33
2. Infanta Elena	35
3. Infanta Cristina	37
4. Reina Dña. Sofia	37
5. Príncipe Felipe	37
6. Juez Moreiras	44
7. Adolfo Suárez	45
8. Pascual Sala	50
9. Pascual Maragall	50
10. Baltasar Garzón	54
11. Cristina Alberdi	54
12. Alberto Ruiz Gallardón	54
13. Marino Barbero	54
14. Antonio Romero	55
15. Pedro Solbes	58
16. Antonio Gutiérrez	58
17. Jerónimo Saavedra	58
18. Julio Anguita	58
19. Celia Villalobos	58
20. Carmen Alborch	59
21. Manuel G ^a Castellón	60
22. Javier Solana	62
23. Luis Angel Rojo	63
24. A. Pérez Rubalcaba	66
25. Miguel Roca	68
26. Luis Atienza	69
27. José Borrell	69
28. Cándido Méndez	69
29. Juan Alberto Belloch	70
30. Rodrigo Rato	70
31. José M ^a Cuevas	70



32. Manuel Hermoso	73
33. Joaquín Leguina	73
34. García Vargas	74
35. Felipe González	75
36. José M ^a Aznar	76
37. Alvarez Cascos	76
38. José Luis Corcuera	76
39. José M ^a Benegas	77
40. Xabier Arzallus	80
41. Narcís Serra	80
42. Trias de Bes	81
43. José Barrionuevo	82
44. Coronel Rodríguez Galindo	84
45. Jordi Pujol	89
46. Rafael Vera	90
47. Alfonso Guerra	97
48. García Damborenea	102
49. General Alonso Manglano	110
50. 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 27 y 26 por ciento respectivamente, proporciones algo inferiores a las del último sondeo que posiblemente resultan del mayor relajamiento del electorado tras la vuelta de las vacaciones. IU se sitúa en el 20%, proporción idéntica a la registrada en el pasado sondeo. Los nacionalistas de centro y derecha fluctúan generalmente alrededor del 10%, mientras los de izquierda tienen un electorado potencial del 4% de nuevo 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. Y los "otros" partidos se mantienen como siempre entre el 4 y el 7%. 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 30%, en el primer caso, y un 25% y un 20% en los otros dos. El mercado inasequible se ha mantenido casi en el mismo nivel respecto a los demás partidos durante los últimos meses, aunque ha disminuido en el último año el electorado inasequible de los partidos nacionalistas de derecha y el de "otros" partidos.

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 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 (24,1%) incluye previsiblemente a estos "ocultadores".

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

Pues bien, si estas intenciones de voto fuesen ciertas, implicarían pérdidas electorales de casi todos los partidos, excepto IU y los partidos nacionalistas de izquierda, respecto a las elecciones de 1993. La proporción de quienes no manifiestan sus intenciones alcanza a un 24% de los entrevistados, que es muy superior a la registrada en el último sondeo, posiblemente como consecuencia del transcurso de las vacaciones así como el mayor espacio desde que se celebrasen las últimas elecciones. Y, la abstención declarada es muy baja (11,3% 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 (32,7%) sería superior a la obtenida en las últimas elecciones generales.

Ahora bien, el cambio observado este mes en las intenciones de voto (descenso de todos los partidos) muy posiblemente se deba al transcurso de las vacaciones así como a una mayor relajación en las cuestiones políticas.

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: buena imagen para IU (que registra un 59% de incremento), relativa buena imagen para los partidos nacionalistas de izquierda (que registran una ganancia del 29%), peor imagen para todos los demás, principalmente para el CDS y el PSOE, que pierden un 78% y 36% 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 IU 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 al CDS. Todos los demás partidos tienen una intención de voto superior al recuerdo, por lo que sus posibles pérdidas son menores de lo que parece. IU y los partidos nacionalistas de izquierda 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 entre los de alto status socioeconómico y posición social.
- b. El voto al CDS es este mes insignificante en todos los segmentos sociales, aunque es algo más alto entre los de alta posición social y los de centro.
- c. El voto al PSOE es sobre todo importante entre los mayores de 50 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 mayores de 65 años, 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 autopositionados en la izquierda.
- g. Los votantes , por último, a "otros" partidos , están relativamente más representados entre los que tienen menos de 49 años, los de status alto y los de izquierda.
- h. En cuanto a los que dicen que no votarán , o los que no contestan sus intenciones de voto, muestran pautas no homogéneas y muy variables de un mes a otro.

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

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

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

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

En conjunto puede afirmarse, de acuerdo con estos datos, que un 64% del electorado se comportaría en unas futuras elecciones del mismo modo que en las pasadas elecciones del 6 de junio de 1993, lo que significa una alta proporción de voto estable . Los saldos demuestran que

de nuevo este mes el PSOE tiene un saldo muy negativo mientras que los demás partidos tienen saldos positivos, sobre todo IU y el PP, o escasamente negativos (CDS).

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

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

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

En todo caso, y teniendo en cuenta los datos disponibles este mes, puede afirmarse que el voto estable del PSOE y el del PP son los de mayor magnitud. El electorado estable de los demás partidos es necesariamente pequeño, puesto que pequeñas fueron también las proporciones del electorado total que les votaron en 1.993. No obstante, el electorado estable de la abstención, que se había reducido notablemente el pasado mes de julio, asciende de nuevo este mes, y el de IU igualmente asciende notablemente y en los partidos nacionalistas se observa que han aumentado 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 descendido ligeramente aunque resulta superior al obtenido el pasado mes de noviembre, en que se alcanzó el nivel más bajo.

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 autopoicionamiento ideológico, y otras variables que, según la experiencia acumulada, suelen estar muy relacionadas con los comportamientos electorales reales.

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

- a) Intenciones directas de voto superiores al recuerdo de voto para todos los partidos excepto el PSOE fundamentalmente, y el CDS.
- b) Recuerdo de voto sub-estimado (por comparación con los resultados reales de Junio 1993) para todos los partidos excepto IU que está ligeramente sobre- estimado.
- c) Intención de voto superior a los resultados reales de 1.993 para IU y los partidos nacionalistas de izquierda.

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



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

	Resultados Reales en junio 1993	Recuerdo de Voto	Intenciones Directas de Voto	Estimación de Voto
PP	26,7%	19,0%	22,0%	28,1%
CDS	1,4	0,5	0,3	0,3
PSOE	29,7	26,5	19,1	21,5
IU	7,4	8,4	11,8	10,2
Nac.Centro y Dcha.	6,8	5,3	6,4	7,0
Nac.Izqda.	1,7	1,5	2,2	2,5
Otros	3,6	1,7	2,8	3,9
Abstención	22,7	19,5	11,3	26,5
NS/NC	-	17,6	24,1	-

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 siete puntos porcentuales. Los cambios más importantes respecto a las pasadas elecciones generales serían:

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



Cuadro 4.4.1.

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

	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95	IX-95	X-95
Podría Votar:												
PP	28%	26%	26%	26%	29%	30%	30%	32%	33%	35%	30%	27%
CDS	5	4	5	4	8	6	6	5	3	4	3	4
PSOE	29	26	34	29	30	28	29	23	29	31	27	26
IU	21	22	20	23	26	26	22	21	22	21	20	20
Nacionalistas Derecha	10	9	8	10	10	9	10	8	12	10	12	10
Nacionalistas Izquierda	3	2	2	4	2	3	3	3	5	3	4	4
Otros	6	4	4	4	4	6	5	6	6	4	7	5
No Votará	10	11	11	12	7	8	10	7	6	6	10	10
NS	10	12	11	10	10	11	12	12	9	8	13	12
NC	8	7	5	7	6	4	5	6	6	6	6	8
Total	(1.212)	(1.210)	(1.210)	(1.215)	(1.211)	(1.219)	(1.213)	(1.213)	(1.221)	(1.209)	(1.217)	(1.210)
No Podría Votar ni Rechazaría:												
PP	42%	42%	43%	43%	39%	39%	40%	41%	32%	34%	41%	43%
CDS	90	91	91	91	86	90	90	91	92	92	95	93
PSOE	50	53	46	47	46	46	46	48	48	44	50	54
IU	67	67	69	66	61	63	68	69	66	66	68	68
Nacionalistas Derecha	78	83	84	82	81	83	83	84	81	83	80	84
Nacionaistas Izquierda	67	72	74	71	68	71	72	64	73	71	68	71
Otros	90	94	94	94	93	92	93	92	93	95	91	93
Total	(1.212)	(1.210)	(1.210)	(1.215)	(1.211)	(1.219)	(1.213)	(1.213)	(1.221)	(1.209)	(1.217)	(1.210)
Nunca Votaría:												
PP	30%	32%	31%	31%	32%	31%	30%	27%	35%	31%	29%	30%
CDS	5	5	4	5	6	4	4	4	5	4	2	3
PSOE	21	21	20	24	24	26	25	19	23	25	23	20
IU	12	11	11	11	13	11	10	10	12	13	12	12
Nacionalistas Derecha	12	8	8	8	9	8	7	8	7	7	8	6



Nacionalistas Izquierda	30	26	24	25	30	26	25	33	22	26	28	25
Otros	4	2	2	2	3	2	2	2	1	1	2	2
No Votará	7	6	7	7	4	4	6	5	4	4	4	6
NS	13	12	14	12	14	12	14	16	13	13	14	14
NC	7	7	6	7	5	6	6	5	6	5	7	8
Total	(1.212)	(1.210)	(1.210)	(1.215)	(1.211)	(1.219)	(1.213)	(1.213)	(1.221)	(1.209)	(1.217)	(1.210)

(*) 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	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95	IX-95	X-95
PP	26,7%	21,2%	22,1%	20,2%	20,2%	22,0%	23,8%	22,8%	23,7%	26,1%	29,5%	24,2%	22,0%
CDS	1,4	0,8	0,8	0,5	1,0	1,5	1,2	1,0	0,8	0,2	1,2	0,2	0,3
PSOE	29,7	20,6	21,0	27,0	20,8	21,1	20,9	22,3	23,7	21,7	23,0	19,8	19,1
IU	7,4	12,1	13,2	10,8	13,2	15,6	14,4	12,2	10,6	11,5	12,3	9,3	11,8
Nacionalistas Drcha.	6,8	6,2	5,4	4,9	4,6	5,3	4,6	6,0	3,8	8,3	6,4	6,1	6,4
Nacionalistas Izqda.	1,7	2,2	0,9	1,8	2,3	1,1	1,3	1,2	1,7	2,5	1,8	1,5	2,2
Otros	3,6	4,0	4,8	3,4	3,3	4,1	4,8	3,8	3,9	3,2	4,0	4,2	2,8
No (Votó) Votará	22,7	11,3	12,8	11,5	12,4	8,8	9,4	10,7	8,4	6,6	6,4	11,4	11,3
NS/NC	-	21,6	19,0	19,9	22,2	20,5	19,6	20,0	23,4	19,9	15,4	23,3	24,1
	(30.520.730)	(1.212)	(1.210)	(1.210)	(1.215)	(1.211)	(1.219)	(1.213)	(1.213)	(1.221)	(1.209)	(1.217)	(1.210)

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

	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95	IX-95	X-95
Diferencia en Puntos Porcentuales:												
PP	- 5,5	- 4,6	- 6,5	- 6,5	- 4,7	- 2,9	- 3,9	- 3,0	- 0,6	+ 2,8	- 2,5	- 4,7
CDS	- 0,6	- 0,6	- 0,9	- 0,4	+ 0,1	- 0,2	- 0,4	- 0,6	- 1,2	- 0,2	- 1,2	- 1,1
PSOE	- 9,1	- 8,7	- 2,7	- 8,9	- 8,6	- 8,8	- 7,4	- 6,0	- 8,0	- 6,7	- 9,9	-10,6
IU	+ 4,7	+ 5,8	+ 3,4	+ 5,8	+ 8,2	+ 7,0	+ 4,8	+ 3,2	+ 4,1	+ 4,9	+ 1,9	+ 4,4
Nacionalist.Derecha	- 0,6	- 1,4	- 1,9	- 2,2	- 1,5	- 2,2	- 0,8	- 3,0	+ 1,5	- 0,4	- 0,7	- 0,4
Nacionalis.Izq.	+ 0,5	- 0,8	+ 0,1	+ 0,6	- 0,6	- 0,4	- 0,5	0,0	+ 0,8	+ 0,1	- 0,2	+ 0,5
Otros	+ 0,4	+ 1,2	- 0,2	- 0,3	+ 0,5	+ 1,2	+ 0,2	+ 0,3	- 0,4	+ 0,4	+ 0,6	- 0,8
No Votará	-11,4	- 9,9	-11,2	-10,3	-13,9	-13,3	-12,0	-14,3	-16,1	-16,3	-11,3	-11,4
NS/NC	+21,6	+19,0	+19,9	+22,2	+20,5	+19,6	+20,0	+23,4	+19,9	+15,4	+23,3	+24,1
Indice Discrepancia	27,2	26,0	23,4	28,6	29,3	27,8	25,0	26,9	26,3	23,6	25,8	29,0



Diferencia en porcentaje respecto a 1993:												
PP	-21	- 17	- 24	- 24	-18	-11	-15	-11	- 2	+10	- 9	-18
CDS	-43	- 43	- 64	- 28	+ 7	-14	-28	-43	- 8	-14	-86	-78
PSOE	-31	- 29	- 9	- 30	-29	-30	-25	-20	-27	-22	-33	-36
IU	+64	+ 78	+ 46	+ 78	+111	+95	+26	+43	+55	+66	+26	+59
Nacionalis.Derecha	-9	+ 20	- 28	- 32	-22	-32	-12	-44	+22	- 6	-10	- 6
Nacionalis.Izq.	+29	- 47	+ 6	+ 35	-35	-23	-29	0	+47	+ 6	-12	+29
Otros	+11	+ 33	- 6	- 8	+14	+33	+ 6	+ 8	-11	+11	+17	-22
No Votará	-50	- 56	- 49	- 45	-61	-58	-53	-63	-71	-72	-50	-50



Cuadro 4.4.3.

Diferencias entre Intención de Voto y Recuerdo de Voto

	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95	IX-95	X-95
Diferencia en Puntos												
Porcentuales:												
PP	+ 1,7	+ 2,7	+ 2,2	+ 4,1	+ 3,7	+ 4,2	+ 4,7	+ 6,4	+ 5,1	+ 7,7	+ 5,4	+ 3,0
CDS	- 0,2	+ 0,3	- 0,4	- 0,3	+ 0,5	0,0	- 0,6	- 0,5	- 0,5	+ 0,4	- 0,4	- 0,2
PSOE	- 4,5	- 6,2	- 3,8	- 7,9	- 7,6	-10,4	- 7,3	- 8,7	- 7,4	- 7,7	- 9,1	- 7,4
IU	+ 4,0	+ 3,9	+ 3,3	+ 3,7	+ 5,2	+ 4,6	+ 4,2	+ 3,4	+ 4,1	+ 4,4	+ 1,7	+ 3,4
Nacionalis.Derecha	+ 0,8	+ 1,0	+ 0,4	- 0,5	- 0,1	- 0,1	+ 1,2	+ 0,4	+ 1,7	+ 1,9	+ 1,6	+ 1,1
Nacionalis.Izq.	+ 0,2	+ 0,2	+ 0,1	+ 0,5	- 0,1	- 0,2	+ 0,1	+ 0,6	+ 0,5	- 0,3	+ 0,7	+ 0,7
Otros	+ 2,5	+ 3,4	+ 2,2	+ 2,3	+ 3,1	+ 3,8	+ 1,8	+ 1,3	+ 1,6	+ 2,8	+ 1,3	+ 1,1
No Votará	- 9,7	- 6,8	- 8,3	- 6,3	- 9,6	- 8,8	- 9,3	-10,1	-10,3	-10,0	- 7,5	- 8,2
NS/NC	+ 5,2	+ 1,5	+ 4,3	+ 4,4	+ 4,9	+ 6,9	+ 5,2	- 7,2	+ 5,2	+ 0,8	+ 6,3	+ 6,5
Indice Discrepancia	14,4	13,0	12,5	15,0	17,4	19,5	17,2	19,3	18,2	18,0	17,0	15,8
Diferencia en porcentaje respecto a												
Recuerdo de Voto:												
PP	+ 9	+ 14	+ 12	+ 25	+ 20	+ 21	+26	+37	+24	+35	+29	+16
CDS	- 20	+ 60	- 44	- 23	+ 50	0	-38	-38	-71	+50	-67	-40
PSOE	- 18	- 23	- 12	- 28	- 26	- 33	-25	-27	-25	-25	-31	-28
IU	+ 49	+ 42	+ 44	+ 39	+ 50	+ 47	+52	+47	+55	+56	+22	+40
Nacionalis.Derecha	+ 15	+ 23	+ 9	- 10	- 2	- 2	+25	+12	+26	+42	+36	+21
Nacionalis.Izq.	+ 10	+ 28	+ 6	+ 28	- 8	- 13	+ 9	+54	+25	-14	+88	+47
Otros	+167	+243	+183	+230	+310	+380	+90	+50	+100	+233	+45	+65
No Votará	- 46	- 35	- 42	- 34	- 52	- 48	-46	-55	-61	-61	-40	-42
NS/NC	+ 32	+ 9	+ 28	+ 25	+ 31	+ 54	+36	+44	+35	+ 6	+37	+37



Cuadro 4.4.4.

Intención de Voto Directa, por Características Socioeconómicas.

OCTUBRE 1995			Total	PP	CDS	PSOE	IU	Nacion. Dcha	Nacion. Izda	Otros En blanco	NV	NS	NC
TOTAL			(1210)	22%	*	19	12	6	2	3	11	15	9
Edad:													
30 a 49 años	18 a 29 años	(316)	24%	*	13	20	7	3	4	14	11	4	
	(412)	21%	-	17	14	4	3	5	12	15	11		
	50 a 64 años	(261)	26%	1	22	6	7	1	1	6	18	11	
	65 y más años	(222)	17%	*	29	3	9	1	-	12	20	9	
Posición Social:													
	Baja	(485)	20%	*	25	7	5	1	2	10	20	9	
	Media	(567)	22%	*	16	15	7	2	3	13	13	8	
	Alta	(158)	26%	1	11	13	7	3	5	9	13	12	
Ideología:													
	Izquierda	(433)	3%	-	34	27	4	5	4	7	10	6	
	Centro	(218)	23%	1	17	6	13	1	1	8	19	11	
	Derecha	(206)	72%	-	6	1	7	-	-	5	5	4	
Status Socioeconómico:													
	Alto, Medio alto	(254)	31%	1	15	15	7	4	5	9	11	2	
	Medio	(653)	21%	*	17	12	6	2	2	13	16	10	
	Medio Bajo	(279)	15%	-	25	9	7	1	2	11	18	12	
	Bajo	(24)	37%	-	34	-	4	-	-	8	12	4	
Clientes de:													
	Bancos	(297)	29%	*	19	13	3	3	2	11	14	7	
	Cajas	(806)	20%	*	21	12	8	3	3	9	15	8	



Cuadro 4.4.5.

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

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

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



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



Cuadro 4.4.7.

Estimación de la Intención de Voto Según el Modelo Predictivo ASEP

	Resultados Reales en 1993	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95	IX-95	X-95
PP	26,7%	25,6%	26,4%	25,8%	27,6%	27,3%	28,2%	27,0%	29,0%	27,1%	31,0%	30,4%	28,1%
CDS	1,4	0,8	0,4	0,7	0,5	1,5	1,4	0,9	0,9	0,2	1,2	0,3	0,3
PSOE	29,7	21,5	21,2	24,7	19,9	19,4	18,7	20,0	19,4	21,1	20,0	19,7	21,5
IU	7,4	10,4	10,1	10,4	10,7	11,4	11,5	10,5	9,1	10,6	10,7	9,3	11,2
Nacional.Drcha.	6,8	6,5	6,3	6,4	5,8	6,0	5,4	6,4	5,7	7,4	7,2	7,7	7,0
Nac. Iqda.	1,7	1,3	1,8	1,7	2,0	1,3	1,4	1,6	1,8	2,1	1,3	2,1	2,5
Otros	3,6	3,0	3,0	2,8	3,1	3,8	3,9	3,0	2,3	3,0	3,8	4,1	2,9
Abstención	22,7	30,9	30,8	27,5	30,4	29,3	29,5	30,6	31,8	26,5	24,8	26,4	26,5
Total Electores (30.520.730)	(1.212)	(1.210)	(1.210)	(1.215)	(1.211)	(1.219)	(1.213)	(1.213)	(1.221)	(1.209)	(1.217)	(1.210)	

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 octubre, el IEI, que es ahora de 76, sigue siendo notable, aunque pone de manifiesto que ni siquiera cuando la actualidad política y económica del país está tan inestable se alcanza el índice de equilibrio 100. En cualquier caso, el hecho de que se sitúe otra vez por encima de 75 significaría que la "temperatura" informativa es especialmente elevada, a causa de la inestabilidad política.

El IEI por características socioeconómicas sigue siendo inferior al nivel de equilibrio 100 en todos los segmentos, a excepción de los de mayor posición social (118) y más alto status socioeconómico familiar (114).



Cuadro 5.1.1.

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

	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95	IX-95	X-95
Alta-Media	38%	38%	36%	38%	33%	36%	35%	36%	40%	33%	40%	38%
Baja	39	42	40	39	41	43	41	41	41	43	42	39
Ninguna	24	19	25	23	26	21	24	23	20	24	19	23
IEI	75	77	71	75	66	72	69	72	80	66	79	76



Cuadro 5.1.2.

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

	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95	IX-95	X-95
Total IEI	75	77	71	75	66	72	69	72	80	66	79	76
Edad:												
- 30 años	79	76	76	73	74	78	76	80	92	72	82	81
30-49 años	88	85	80	96	68	78	80	79	86	77	99	88
50-64 años	70	82	68	61	65	66	66	72	77	67	69	71
65 y más años	53	57	54	56	54	62	44	45	56	34	51	55
Posición Social:												
Baja	44	50	46	46	39	47	40	45	52	32	45	49
Media	86	87	79	85	76	83	80	83	88	82	98	88
Alta	129	130	123	127	112	118	115	115	136	109	121	118
Ideología:												
Izquierda	78	82	82	83	71	79	70	76	76	70	89	81
Centro	83	78	66	88	75	88	83	74	79	62	81	87
Derecha	101	97	81	83	78	74	93	87	110	75	97	91
Hábitat:												
Rural	51	66	59	57	50	58	63	55	64	51	59	72
Urbano	79	71	69	80	63	78	60	72	81	66	83	74
Metropolitano	91	98	87	83	85	76	92	86	91	78	90	85
Status Socioeconómico Familiar:												
Alto, Medio Alto	108	118	111	112	111	114	103	113	113	98	120	114
Medio	73	72	69	71	61	71	67	68	77	56	77	73
Medio Bajo	56	58	51	57	43	51	51	52	61	58	55	53
Bajo	21	41	53	50	36	28	33	39	32	35	58	34
Clientes:												
Bancos	97	87	88	91	76	81	77	88	93	86	94	89
Cajas	73	76	68	75	68	74	70	72	81	65	78	78

5.2. PRENSA DIARIA

El porcentaje de lectores de prensa diaria se ha mantenido en un 45%, con lo que se abre un ciclo de posibles nuevas subidas en este indicador, siempre que la actualidad informativa mantenga el nivel de interés suscitado durante este año.

Ningún segmento ha conocido una variación significativa en su porcentaje de lectura, siendo una vez más los lectores de posición social alta (70%) los que lo hacen en una mayor proporción.

Los lectores con ideología de derecha (56%) también representan un segmento mayoritario, al superar en ocho puntos a los de izquierda y en seis puntos a los de ideología de centro.

Analizando los porcentajes de lectura según la publicación, El País reafirma su liderazgo ya que, si bien pierde 0,1 puntos y se sitúa en un 6,6 por ciento, sus competidores experimentan caídas más pronunciadas.

Así, mientras El Mundo pierde 1,4 puntos y no alcanza el 3,5% de lectores, ABC pierde cuatro décimas y continúa siendo el tercero más leído, con un 3,2%. Diario 16 vuelve a descender por debajo del 1 por ciento y cuenta con menos lectores que las principales cabeceras de la prensa regional.

El elevado porcentaje de lectores de Marca (4,2%) sitúa a este periódico como el segundo más leído, confirmando la fuerte acogida que la prensa deportiva tiene entre la población.

Entre los diarios provinciales, los dos catalanes, El Periódico (2,8%) y La Vanguardia (2,6%) así como El Correo (2,2%) y La Voz de Galicia (2,2%) son los únicos que obtienen porcentajes de lectores superiores al dos por ciento, mientras que la Nueva España (1,5%) y Heraldo de Aragón (1,2%) son los únicos que se mueven en la banda del 1 al 2 por ciento, reflejando los escasos índices registrados por las publicaciones restantes.

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 32 en octubre.



Cuadro 5.2.1.

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

	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95	IX-95	X-95
Total Lectores Periódicos	45	46	41	43	43	42	43	45	47	40	45	45
Edad:												
-30 años	48	49	46	47	51	47	52	55	55	45	51	49
30-49 años	54	49	45	52	44	46	47	52	52	45	54	52
50-64 años	41	48	38	36	41	40	42	42	43	40	40	41
65 y más años	31	32	31	30	30	32	26	24	29	23	27	32
Posición Social:												
Baja	27	28	28	27	26	27	26	26	30	23	25	30
Media	52	53	46	49	49	49	49	53	52	48	54	51
Alta	75	76	68	72	71	70	73	77	80	63	77	70
Ideología:												
Izquierda	48	48	45	46	46	46	42	46	47	41	50	48
Centro	47	46	38	50	46	51	49	52	43	39	44	50
Derecha	61	55	48	49	51	47	59	53	62	48	54	56
Status Socioeconómico Familiar:												
Alto, Medio Alto	64	69	62	64	68	66	65	72	70	59	69	64
Medio	44	44	41	41	40	42	42	44	45	36	44	45
Medio bajo	34	34	30	32	29	29	30	30	33	34	31	30
Bajo	14	20	24	30	18	17	20	23	16	22	26	17
Clientes de:												
Bancos	58	52	49	49	47	47	51	55	54	52	54	52
Cajas	45	45	40	44	44	43	43	46	48	39	45	46



Cuadro 5.2.2.

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

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



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

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

5.3. REVISTAS

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

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

- Los menores de 30 años (35%)
- Con alta posición social (31%)
- Con un alto status socioeconómico familiar (43%)
- Con un elevado nivel de educación (40%)
- Residentes en áreas metropolitanas (31%).

En octubre, tampoco ha variado el porcentaje de lectores de revistas, que sigue siendo del 25 por ciento.

Entre las revistas de información general, Tiempo ha sido la más leída (2,0%), por delante de Cambio 16 (0,5%), Epoca y Tribuna. Estas últimas ni siquiera alcanzaron un 0,5% de lectores. Es la primera vez que la revista Tiempo se sitúa en el 2 por ciento, y a esta mejoría podría haber contribuido la nueva maquetación que ha dado a su contenido.

Entre las revistas del "corazón", Hola mantiene el liderazgo, con un 4,2%, por delante de Pronto (3,2%) y Semana (2,9%).

En octubre, el estancamiento en el número de lectores ha sido común a la práctica totalidad de las capas de la población. Tan sólo 16 publicaciones son leídas por un 0,5% o más lectores, es decir una cifra muy baja, pero superior en cualquier caso a la del mes pasado, en que no superó las 11 unidades.



Cuadro 5.3.1.

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

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



Medio bajo	19	16	18	16	18	19	18	16	18	18	18	19
Bajo	17	25	15	15	18	14	10	4	6	13	8	25
Clientes de:												
Bancos	30	30	31	31	29	32	30	32	33	27	30	33
Cajas	25	27	25	24	25	26	26	26	27	24	24	24



Cuadro 5.3.2.

Porcentaje de Lectores de Revistas la Semana Anterior (*)

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

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

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

5.4. RADIO

Novedades más Relevantes en Octubre de 1995 Por segundo mes consecutivo, la radio ha marcado el contrapunto a la tendencia experimentada por los medios de comunicación restantes, siendo el único que se ha visto favorecido por un incremento global de su audiencia, que aumenta en dos puntos para situarse en un 68 por ciento. La audiencia en octubre de 1994 era de un 63%, situándose en estos momentos en un 68%.

Con respecto al mes de septiembre, se ha observado que la radio ha recuperado sobre todo a los radioyentes mayores de 30 años, así como a los residentes en áreas metropolitanas y a los de status socioeconómico bajo, que han aumentado notablemente con respecto al mes pasado.

Los hábitos de audiencia por franjas horarias vuelven a ser los normales, con lo que dos tercios de la población (68%) afirman escuchar la radio por la mañana, mientras que la tarde vuelve a contar con un índice superior al 30 por ciento (31%) gracias a las tertulias de Julia Otero, Encarna Sanchez y Javier Sardá en las cadenas Onda Cero, COPE y SER.

Como dato más atípico, se ha constatado por primera vez una proporción de oyentes durante la sobremesa (27%) superior a la de la noche (25%), lo que responde a un auge de la audiencia durante la primera franja, y no a una pérdida de radioyentes nocturnos.

Con la competición liguera de fútbol, también se mantiene alta la audiencia de radio durante la madrugada, en concreto un 11 por ciento, siendo el periodo en el que tienen lugar los resúmenes deportivos en la cadena SER y COPE. Al analizar la audiencia en función de la frecuencia de emisión, se observa que la COPE consolida el liderazgo en radio convencional, ampliando nuevamente su diferencia con respecto a la SER y Onda Cero, que pierden tres y cuatro puntos porcentuales respectivamente, siendo sus porcentajes respectivos de un 22% y un 15% en octubre.

Aunque en frecuencia modulada no hay lugar para las dudas en lo que se refiere al liderazgo, al existir dos emisoras del grupo PRISA, Los 40 Principales de la SER (17%) y Cadena Dial (15%) que copan un tercio de toda la audiencia, sí debe destacarse el escaso margen de 2 puntos que separa a ambas, una circunstancia poco habitual pues la diferencia entre ambas es normalmente de 5 o más puntos a favor de 40 principales.

En radio convencional, la COPE tiene una audiencia superior al promedio de las emisoras restantes durante la mañana y la madrugada, siendo superada por la SER durante la tarde y la noche.

Como todos los meses, se ha consultado a los entrevistados sobre los programas de radio concretos que tienen lugar en un período del día, en las 4 principales cadenas de radio. En esta ocasión, se ha preguntado por los de la noche, confirmándose una vez más que "La Linterna" de Luis Herrero en la COPE (12%) es el programa con más audiencia a esa hora, superando a "Hora 25" de Carlos LLamas, de la SER (10%) y a "La Brújula", de Ernesto Sáenz de Buruaga en Onda Cero (8%).

Una vez más, no obstante, se vuelve a confirmar que las fluctuaciones que tienen lugar de un mes a otro pueden repercutir sobre los resultados que caracterizan los grandes rasgos de los hábitos de audiencia de radio a nivel global.



Cuadro 5.4.1.

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

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



Medio Bajo	49	53	47	55	54	55	56	56	62	53	53	55
Bajo	56	58	44	30	45	45	54	39	52	48	53	63
Clientes:												
Bancos	67	71	64	72	70	69	67	71	68	72	73	72
Cajas	63	64	60	65	65	69	64	65	69	66	65	68



Cuadro 5.4.2.

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

	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95	IX-95	X-95
Mañana (7 a 14 h.)	70%	70%	69%	70%	75%	73%	74%	68%	69%	71%	70%	68%
Sobremesa (14 a 18 h.)	22	24	22	22	25	22	22	22	23	24	23	27
Tarde (18 a 21 h.)	30	31	28	28	28	32	30	32	30	30	30	31
Noche (21 a 24 h.)	24	24	25	28	25	24	26	24	26	19	27	25
Madrugada (+ 24 h.)	9	9	8	9	11	9	9	13	8	8	12	11
NS/NC	1	1	1	1	2	1	1	1	2	2	2	2
Total radioyentes	(766)	(779)	(733)	(783)	(780)	(824)	(788)	(792)	(849)	(790)	(803)	(817)



Cuadro 5.4.3.

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

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

Radio Convencional:												
Radio Nacional 1	18%	17%	18%	19%	19%	16%	19%	18%	15%	19%	19%	15%
Cadena SER	22	22	22	25	26	26	22	22	25	27	25	22
Radio Popular (COPE)	29	23	27	28	26	33	27	23	22	23	26	26
Radio 5 Todo Noticias	4	5	4	5	5	4	5	5	6	6	5	6
Onda Cero	20	18	15	18	18	19	20	18	18	19	19	15
Cadena Ibérica	1	1	1	1	1	1	*	1	1	1	1	1
Radio Intercontinental	-	1	1	*	1	1	1	*	1	*	*	1
Otras	7	7	9	9	5	7	8	8	12	9	10	9
Ninguna	24	28	24	23	24	22	25	25	24	22	21	23
NS/NC	*	1	1	1	*	*	*	1	1	1	2	1
Frecuencia Modulada:												
40 Principales	20%	18%	21%	19%	19%	20%	18%	19%	20%	21%	19%	17%
Cadena 100 (COPE)	5	8	7	6	6	8	6	6	6	8	7	6
Sinfo Radio (Antena 3)	3	4	2	2	4	2	2	3	2	2	2	2
M-80	6	7	4	4	6	6	4	3	5	6	7	4
Top 40 (Radio España)	2	1	1	3	3	2	2	1	3	3	3	2
Onda Cero Música	6	7	6	7	5	6	4	6	6	8	6	4
Cadena Dial	16	14	13	11	13	13	14	13	15	13	13	15
Otras	9	11	9	10	13	12	10	15	12	11	13	11
Ninguna	43	42	44	48	45	48	48	42	45	43	43	44
NS/NC	1	1	2	2	1	1	1	3	2	3	2	4
Total Radio Oyentes	(766)	(779)	(733)	(783)	(780)	(824)	(788)	(792)	(849)	(790)	(803)	(817)



Cuadro 5.4.4.

Audiencia de emisoras de Radio en diferentes bloques horarios

OCTUBRE 1995	Total aud. Radio	Mañana	Sobre- mesa	Tarde	Noche	Madru- gada

TOTAL	(817)	(560)	(217)	(252)	(202)	(87)
Emisoras de Radio Convencional:						
Cadena SER	21%	19%	24%	25%	33%	30%
Cadena COPE	24	25	24	24	29	44
Onda Cero	13	17	15	12	11	10
Radio Nacional Españ	12	14	11	10	9	8
Radio 5 Todo Noticia	4	3	5	3	6	4
Cadena Ibérica	*	*	-	-	-	-
R. Intercontinental	*	1	1	*	-	-
Otras Radio Convenc.	9	10	9	10	6	5
Emisoras de Radio Música:						
Cadena Dial	15%	15%	17%	16%	11%	13%
40 Principales	16	14	17	22	19	11
Top 40	2	1	1	3	2	-
Cadena 100	5	6	6	4	7	8
Onda Cero Música	2	3	2	2	3	1
Sinfo Radio (A3)	2	2	3	3	3	5
M-80	3	3	3	4	3	3
Otras Radio Música	10	10	10	11	11	7



Cuadro 5.4.5.

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

OCTUBRE 1995	TOTAL MUESTRA	Total Audiencia Radio	Audiencia Radio Convenc.	Audiencia Radio Música
TOTAL	(1210)	(817)	(616)	(419)
Edad:				
18 a 29 años	26%	31%	23%	46%
30 a 49 años	34	36	36	40
50 a 64 años	22	20	23	12
65 y más años	18	14	17	3
Posición Social:				
Baja	40%	34%	32%	33%
Media	47	50	51	50
Alta	13	16	17	17
Ideología:				
Izquierda	36%	39%	39%	39%
Centro	18	18	18	17
Derecha	17	18	20	15
Status Socioeconómico:				
Alto, Medio alto	21%	24%	26%	26%
Medio	54	55	54	57
Medio Bajo	23	19	19	16
Bajo	2	2	2	1
Cientes de:				
Bancos	25%	26%	28%	23%
Cajas	67	67	69	67



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	IX-95	X-95
TOTAL	(1.212)	(1.210)	(1.210)	(1.215)	(1.211)	(1.219)	(1.213)	(1.213)	(1.221)	(1.209)	(1.217)	(1.210)
- "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	-	-	10	-
- "La Radio de Julia", de Julia Otero (Onda Cero).....	-	11	-	-	14	-	-	17	-	-	15	-
- "Directamente Encarna", de Encarna Sánchez (COPE).....	-	11	-	-	11	-	-	12	-	-	12	-
- "Edición de tarde", de Antonio San José (RNE).....	-	3	-	-	5	-	-	5	-	-	6	-
- "El Ojo Crítico", de Lola Vega (RN1).....	-	-	4	-	-	2	-	-	5	-	-	3
- "24 Horas", de Angela Nuñez (RN1).....	-	-	4	-	-	4	-	-	5	-	-	3
- "La Brújula", de Ernesto Sáenz de Buruaga (ONDA CERO).....	-	-	5	-	-	9	-	-	10	-	-	8
- "La Linterna", de Luis Herrero (COPE).....	-	-	14	-	-	16	-	-	13	-	-	12
- "Hora 25", de Carlos Llamas (SER).....	-	-	11	-	-	11	-	-	13	-	-	10



Cuadro 5.4.7.

Perfil de Radioyentes de los Sigüientes Programas de Radio.

OCTUBRE 1995	Total	EL OJO CRITICO			24 HORAS			LA BRUJULA			LA LINTERNA			HORA 25		
		Si	No	Ns/Nc	Si	No	Ns/Nc	Si	No	Ns/Nc	Si	No	Ns/Nc	Si	No	Ns/Nc
TOTAL	(1210)	(37)	(1173)	(-)	(37)	(1172)	(1)	(94)	(1115)	(1)	(151)	(1057)	(2)	(127)	(1082)	(1)
Edad:																
18 a 29 años	26%	19%	26%	-%	13%	27%	-%	28%	26%	-%	25%	26%	-%	19%	27%	-%
30 a 49 años	34	46	34	-	46	34	-	41	33	-	38	34	-	49	32	100
50 a 64 años	22	28	21	-	30	21	-	25	21	-	26	21	52	24	21	-
65 y más años	18	8	19	-	10	19	100	6	19	100	11	19	48	8	20	-
Posición Social:																
Baja	40%	29%	40%	-%	29%	40%	100%	21%	42%	100%	18%	43%	48%	23%	42%	100%
Media	47	38	47	-	49	47	-	56	46	-	62	45	-	47	47	-
Alta	13	32	12	-	22	13	-	23	12	-	20	12	52	30	11	-
Ideología:																
Izquierda	36%	24%	36%	-%	41%	36%	-%	22%	37%	-%	36%	36%	-%	43%	35%	100%
Centro	18	22	18	-	14	18	100	17	18	100	13	19	48	17	18	-
Derecha	17	30	17	-	24	17	-	36	15	-	31	15	-	24	16	-
Status Socioeconómico:																
Alto, Medio alto	21%	32%	21%	-%	38%	20%	100%	39%	19%	100%	34%	19%	100%	34%	19%	-%
Medio	54	51	54	-	38	55	-	48	55	-	54	54	-	51	54	100
Medio Bajo	23	14	23	-	24	23	-	10	24	-	11	25	-	14	24	-
Bajo	2	3	2	-	-	2	-	3	2	-	1	2	-	1	2	-
Clientes de:																
Bancos	25%	41%	24%	-%	30%	24%	100%	35%	24%	100%	32%	23%	48%	33%	24%	-%
Cajas	67	57	67	-	68	67	-	62	67	-	64	67	52	75	66	100
Exposición a Información:																
Alta	38%	57%	38%	-%	57%	38%	-%	63%	36%	-%	59%	35%	52%	60%	36%	-%
Baja	39	27	40	-	32	39	100	29	40	100	33	40	48	32	40	100
Ninguna	23	16	23	-	11	23	-	8	24	-	8	25	-	8	24	-



Cuadro 5.4.8.

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

OCTUBRE 1995	Total aud. Radio	EL OJO CRITICO			24 HORAS			LA BRUJULA			LA LINTERNA			HORA 25		
		Si	No	Ns/Nc	Si	No	Ns/Nc	Si	No	Ns/Nc	Si	No	Ns/Nc	Si	No	Ns/Nc
TOTAL	(817)	(36)	(781)	(-)	(36)	(780)	(1)	(92)	(724)	(1)	(146)	(669)	(2)	(120)	(696)	(1)
Emisoras de Radio Convencional:																
Cadena SER	21%	20%	21%	-%	20%	22%	-%	20%	22%	-%	23%	21%	-%	53%	16%	-%
Cadena COPE	24	25	24	-	16	24	-	35	23	-	61	16	-	28	24	-
Onda Cero	13	17	13	-	6	13	-	50	8	-	15	13	52	9	14	100
Radio Nacional Españ	12	27	11	-	52	10	-	9	13	-	10	13	-	13	12	-
Radio 5 Todo Noticia	4	6	4	-	8	4	100	3	4	100	3	4	48	5	4	-
Cadena Ibérica	*	-	*	-	-	*	-	-	*	-	-	*	-	-	*	-
R. Intercontinental	*	-	*	-	-	*	-	-	1	-	-	1	-	-	1	-
Otras Radio Convenc.	9	8	9	-	14	9	-	5	9	-	8	9	52	10	9	-
Emisoras de Radio Música:																
Cadena Dial	15%	22%	14%	-%	17%	14%	-%	5%	16%	-%	9%	16%	-%	14%	15%	-%
40 Principales	16	8	16	-	8	16	-	5	17	-	11	17	-	10	17	-
Top 40	2	3	2	-	3	2	-	2	2	-	1	2	-	-	2	-
Cadena 100	5	3	5	-	-	5	-	7	5	-	5	5	-	7	4	-
Onda Cero Música	2	-	2	-	8	2	-	2	2	-	3	2	-	1	3	-
Sinfo Radio (A3)	2	6	2	-	8	2	-	1	2	-	1	3	-	2	2	-
M-80	3	3	3	-	8	2	-	5	2	-	3	3	-	4	2	-
Otras Radio Música	10	3	10	-	-	10	-	8	10	-	7	10	-	5	10	-

5.5. TELEVISION

Novedades más Relevantes de este mes de Octubre de 1995

La novedad más importante de este mes, en lo que a audiencia de medios de comunicación se refiere, es la igualdad existente en la proporción de seguidores de Antena 3TV y TVE1, ambas con un 48% así como la caída significativa experimentada por Telecinco, que pierde 5 puntos para regresar al 27% de audiencia que le caracteriza normalmente. La audiencia general de televisión es dos puntos porcentuales inferior a la de septiembre, es decir de un 86% y afecta a todas las cadenas, incluso a Antena 3TV. La diferencia radica en que la pérdida de audiencia en TVE1 (-5 puntos) ha sido más pronunciada que en Antena 3TV (-2 puntos).

Es importante puntualizar que aún es pronto para establecer una relación entre estos datos y los cambios introducidos en la programación de las distintas cadenas. No obstante, tampoco debe descartarse que dichos cambios estén afectando, aunque sea de forma poco significativa, a dichas cadenas, lo que explicaría que las tendencias conocidas por cada una de ellas no estén aún perfiladas.

En concreto, y por comparación con el pasado mes de septiembre, Telecinco ha perdido seis puntos porcentuales, por dos de Antena 3TV, cinco de TVE-1 y tres de La 2, cuando todas estas cadenas habían experimentado mejorías en septiembre con respecto a julio.

Canal Plus, por su parte, consolida su minoritaria proporción de seguidores, disfrutando actualmente de un 5%.

En consecuencia, TVE-1 mantiene, con un 48%, su liderazgo, pero empatada con Antena 3TV, mientras que Telecinco es tercera con un 27%.

Las Comunidades Autónomas de Cataluña (93%) y País Vasco (91%) son las que cuentan con proporciones más elevadas de televidentes a nivel global, siendo Madrid y Galicia las que proporcionan a TVE-1 su liderazgo en las mismas. Por su parte, Andalucía y País Vasco son las que otorgan a Antena 3TV, no sólo el liderazgo, sino también los índices de audiencia más altos de esta cadena, en comparación con los que recibe en otras áreas geográficas.

Cataluña sigue siendo dominada por su canal autonómico TV3, que concentra un 59% de seguidores.

Una pauta detectada al analizar las audiencias de los distintos canales por zonas geográficas indica que, cuando una de ellas consigue un mínimo de un 50% de seguidores, también suele disfrutar del liderazgo televisivo en dicha zona, excepto en la Comunidad Valenciana donde, al ser menor la audiencia total de televisión, suele bastar con un mínimo de un 40% de audiencia para ser líder.

La distribución general de la audiencia por franjas horarias indica que la captación de nuevos televidentes se ha producido durante el período de "prime time", es decir la noche, cuyo índice es no obstante tres puntos porcentuales inferior al de septiembre, no superando el 79 por ciento.

TVE-1 es la cadena que cuenta con más seguidores durante la mañana y la sobremesa, mientras que Antena 3TV es la cadena más vista durante la tarde y la madrugada. Por la noche, el período que concentra los mayores índices de seguidores, TVE-1 y Antena 3TV están igualadas con un 58% cada una.

Si las cifras mostradas hasta el momento habían apuntado que, aunque TVE-1 mantuviera su liderazgo durante el último año, siempre lo había visto peligrar en beneficio de Antena 3TV cuando la audiencia total de televisión aumentaba, ahora se observa que la pérdida global de audiencia en televisión también le perjudica.

Analizando los resultados sobre audiencia de boletines informativos, esta constatación se hace mucho más palpable. Así, hace un año, ésta suponía un total de 63% y TVE-1 superaba a Antena 3TV en 12 puntos porcentuales. Sin embargo, ahora la audiencia de informativos ha descendido y TVE-1 aventaja a Antena 3TV en tan sólo tres puntos porcentuales. Además, comparando la cifra de audiencia total de televisión (86%) con la de boletines informativos (66%) se explica la importancia que adquieren estos espacios entre quienes intentan liderar este medio.

Telecinco, sin embargo, pese a los esfuerzos realizados durante todo el año por reforzar sus informativos, no consigue mejorar su índice de audiencia, que queda fijado en un 10%.

Por comunidades autónomas, en Valencia y Andalucía, Antena 3TV es líder con un 17% y un 29% respectivamente.

En el polo opuesto, TVE-1 es líder de audiencia con sus boletines informativos en Galicia, con un 42% y en Madrid (32%).

En Cataluña, TV3 sigue acaparando las proporciones más importantes de seguidores de espacios informativos, con un 50% y 22 puntos de diferencia por delante de Antena 3TV, mientras que en El País Vasco son los boletines informativos de ETB los que cuentan con más seguidores, en concreto un 43% de la muestra.

Estos datos vendrían a significar que la obtención de una audiencia media de un 34% viene a asegurar el liderazgo en cada comunidad autónoma, excepto en la Comunidad Valenciana, donde el escaso seguimiento de boletines informativos hace que la obtención de un 30% sea más que suficiente para ser líder.

Centrándonos en los boletines informativos de la madrugada, que son los que cuentan generalmente con los porcentajes de televidentes más bajos, se constata que Antena 3 Noticias, con José M^a Carrascal, es líder absoluto, con un porcentaje de seguidores del 35%, dieciseis puntos por delante del conducido por Pedro Altares en TVE1, que es de un 19%. Esta cuarta consulta confirma además la estabilidad que caracteriza a la audiencia del boletín de Telecinco, que mantiene un 16% de seguidores.

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 (82%) y la sobremesa (56%) siguen siendo los momentos que cuentan con más televidentes, mientras que la madrugada (6%) 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	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95	IX-95	X-95
TVE-1	49%	50%	51%	51%	50%	50%	46%	45%	47%	49%	53%	48%
La 2	15	17	18	16	21	16	15	16	18	15	18	15
Canal Plus	5	4	5	4	6	4	5	5	5	5	6	5
Antena 3	46	47	44	47	46	47	48	44	43	44	50	48
Telecinco	25	31	25	31	29	31	28	27	27	26	33	27
Vía Satélite	1	1	1	*	1	*	1	1	1	1	1	1
Canales Autonómicos	22	24	23	28	26	26	24	25	25	23	27	27
Ninguno/no vio	15	13	16	12	14	12	15	16	14	16	11	13
NS/NC	1	*	*	1	1	*	1	1	1	1	1	1
Total Audiencia												
T.V.	84%	87%	84%	87%	86%	88%	84%	83%	85%	82%	88%	86%



Cuadro 5.5.2.

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

OCTUBRE 1995	Total	Cataluña	País Vasco	Galicia	Andalucía	Madrid	Comunidad Valencia
TOTAL	(1210)	(185)	(65)	(85)	(217)	(154)	(121)
CANALES							
TVE 1	48%	36%	51%	55%	49%	45%	38%
La 2	15	8	12	19	13	19	12
Canales Autonómicos	27	59	51	22	32	27	26
Canal Plus	5	3	8	13	5	6	5
Antena 3	48	35	52	40	62	41	38
Telecinco	27	22	25	24	36	15	30
Via Satélite	1	-	-	-	1	1	-
Ninguno, no vió	13	5	8	12	13	19	21
NS/NC	1	2	2	-	-	-	1
Total Audiencia	86%	93%	91%	86%	86%	81%	78%



Cuadro 5.5.3.

Audiencia de Televisión en diferentes bloques horarios

	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95	IX-95	X-95
Mañana (7 a 14 h.)	5%	6%	8%	6%	7%	6%	6%	3%	6%	6%	6%	6%
Sobremesa (14 a 18 h.)	49	49	48	55	52	52	50	46	50	56	54	47
Tarde (18 a 21 h.)	40	44	46	43	43	42	41	41	44	38	42	42
Noche (21 a 24 h.)	80	80	78	82	82	77	81	82	78	76	82	79
Madrugada (+ 24 h.)	6	7	7	7	7	5	6	8	8	5	6	6
NS/NC	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	1	1
Total: Televidentes	(1.019)	(1.047)	(1.014)	(1.061)	(1.036)	(1.066)	(1.018)	(1.002)	(1.035)	(993)	(1.067)	(1.043)



Cuadro 5.5.4.

Audiencia de Canales de Televisión en diferentes bloques horarios.

OCTUBRE 1995	Total Audiencia	Mañana	Sobre- mesa	Tarde	Noche	Madru- gada
TOTAL	(1043)	(62)	(489)	(434)	(820)	(63)
CANALES						
TVE 1	56%	69%	63%	61%	58%	49%
La 2	17	19	22	20	17	24
Canales Autonómicos	31	31	38	32	33	29
Canal Plus	6	15	5	9	5	6
Antena 3	56	60	62	63	58	65
Telecinco	32	45	38	38	33	37
Via Satélite	1	5	1	1	1	3
Ninguno, no vió	*	-	1	-	*	-
NS/NC	-	-	-	-	-	-
Total Audiencia	100%	100%	100%	100%	100%	100%



Cuadro 5.5.5.

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

OCTUBRE 1995	Total Muestra	TVE 1	La 2	Canales Autonómicos	Canales Privados
TOTAL	(1210)	(582)	(179)	(322)	(731)
Edad:					
18 a 29 años	26%	21%	28%	24%	28%
30 a 49 años	34	32	34	32	34
50 a 64 años	22	23	19	24	21
65 y más años	18	24	18	19	17
Posición Social:					
Baja	40%	46%	35%	37%	41%
Media	47	43	47	52	48
Alta	13	11	18	12	12
Ideología:					
Izquierda	36%	36%	43%	41%	34%
Centro	18	19	20	19	18
Derecha	17	16	13	12	21
Status Socioeconómico:					
Alto, Medio alto	21%	18%	26%	21%	20%
Medio	54	56	53	55	55
Medio Bajo	23	24	18	22	23
Bajo	2	3	2	2	2
Clientes de:					
Bancos	25%	24%	25%	21%	25%
Cajas	67	65	73	72	66



Cuadro 5.5.6.

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

	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95	IX-95	X-95
TVE 1	33%	35%	33%	34%	30%	31%	28%	31%	29%	31%	32%	28%
La 2	2	2	3	1	2	3	2	2	2	2	2	2
Canal Plus	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1
Antena 3	22	23	22	23	21	26	25	26	26	24	28	25
Telecinco	7	8	8	10	10	11	8	8	10	9	10	10
Vía Satélite	*	*	*	*	*	*	-	*	*	*	*	-
Canales Autono- micos	14	14	13	16	14	14	12	13	15	14	16	17
Ninguno	34	30	34	31	38	31	36	35	29	33	28	32
NS/NC	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2
Total Audiencia Informativos	65%	70%	65%	68%	61%	68%	63%	63%	70%	65%	71%	66%



Cuadro 5.5.7.

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

OCTUBRE 1995	Total	Cataluña	País Vasco	Galicia	Andalucía	Madrid	Comunidad Valencia
TOTAL	(1210)	(185)	(65)	(85)	(217)	(154)	(121)
CANALES							
TVE 1	28%	15%	29%	42%	28%	32%	16%
La 2	2	1	2	4	2	3	2
Canales Autonómicos	17	50	43	14	16	12	13
Canal Plus	1	-	-	2	*	2	1
Antena 3	25	18	31	18	29	25	17
Telecinco	10	10	9	7	10	9	10
Via Satélite	-	-	-	-	-	-	-
Ninguno, no vió	32	16	14	29	38	31	52
NS/NC	2	2	6	2	*	1	1



Cuadro 5.5.8.

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

	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95	IX-95	X-95
TOTAL	(1.212)	(1.210)	(1.210)	(1.215)	(1.211)	(1.219)	(1.213)	(1.213)	(1.221)	(1.209)	(1.217)	(1.210)
- 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	-	-	52	-
- LAS NOTICIAS 2ª EDICION con Luis Mariñas (Tele 5).....	-	33	-	-	32	-	-	31	-	-	33	-
- TELEDIARIO 2ª EDICION con Elena Sánchez y Ramón Pellicer (TVE1).	-	45	-	-	49	-	-	48	-	-	45	-
- LAS NOTICIAS de la noche del Canal Autonómico.....	-	44	-	-	36	-	-	31	-	-	28	-
- MESA DE REDACCION, con Fernando Onega (TELE 5).....	-	-	20	-	-	17	-	-	18	-	-	16
- ANTENA 3 NOTICIAS con José Mª Carrascal.....	-	-	41	-	-	37	-	-	35	-	-	35
- TELEDIARIO 3ª EDICION, con Pedro Altares y Montserrat Balcegó....	-	-	20	-	-	16	-	-	20	-	-	19
- LAS NOTICIAS de la Madrugada del Canal Autonómico.....	-	-	11	-	-	8	-	-	12	-	-	11



Cuadro 5.5.9.

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

OCTUBRE 1995	MESA DE REDACCION				ANTENA 3 NOTICIAS			TELEDIARIO 3ª EDICION			CANAL AUTONOMICO		
	Total	Si	No	Ns/Nc	Si	No	Ns/Nc	Si	No	Ns/Nc	Si	No	Ns/Nc
TOTAL	(1210)	(192)	(1015)	(3)	(426)	(781)	(3)	(225)	(984)	(1)	(134)	(1068)	(8)
Edad:													
18 a 29 años	26%	25%	26%	-%	34%	22%	-%	25%	26%	-%	22%	27%	12%
30 a 49 años	34	33	34	34	34	34	33	40	33	-	27	35	76
50 a 64 años	22	26	21	-	22	21	35	22	22	-	29	21	-
65 y más años	18	15	19	66	10	23	32	14	19	100	22	18	12
Posición Social:													
Baja	40%	34%	41%	66%	36%	42%	32%	34%	41%	100%	38%	40%	37%
Media	47	50	46	34	50	45	33	50	46	-	49	47	50
Alta	13	15	13	-	14	13	35	15	13	-	13	13	13
Ideología:													
Izquierda	36%	34%	36%	34%	34%	37%	33%	43%	34%	-%	42%	35%	25%
Centro	18	14	19	33	16	19	32	18	18	100	21	17	38
Derecha	17	23	16	-	24	13	-	16	17	-	13	18	-
Status Socioeconómico:													
Alto, Medio alto	21%	26%	20%	33%	27%	18%	67%	25%	20%	100%	22%	21%	-%
Medio	54	53	54	-	51	56	-	54	54	-	61	53	63
Medio Bajo	23	21	23	67	20	25	33	19	24	-	15	24	37
Bajo	2	1	2	-	2	2	-	2	2	-	1	2	-
Clientes de:													
Bancos	25%	26%	24%	33%	28%	23%	32%	28%	24%	100%	24%	25%	37%
Cajas	67	71	66	67	66	67	68	70	66	-	75	66	50



Exposición a Información:

Alta	38%	44%	37%	-%	41%	37%	35%	48%	36%	-%	46%	37%	25%
Baja	39	42	39	100	42	38	65	38	39	100	37	39	50
Ninguna	23	15	24	-	17	26	-	14	25	-	16	23	25



Cuadro 5.5.10.

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

OCTUBRE 1995	Total	MESA DE REDACCION			ANTENA 3 NOTICIAS			TELEDIARIO 3 ^a EDICION			NOTICIAS MADRUGADA CANAL AUTONOMICO		
		Si	No	Ns/Nc	Si	No	Ns/Nc	Si	No	Ns/Nc	Si	No	Ns/Nc
TOTAL	(1210)	(192)	(1015)	(3)	(426)	(781)	(3)	(225)	(984)	(1)	(134)	(1068)	(8)
AUDIENCIA DE TELEVISION													
TVE 1	47%	49%	47%	66%	45%	48%	67%	59%	44%	100%	42%	48%	63%
La 2	14	20	13	-	13	14	-	21	12	-	14	14	-
Canales Autonómicos	26	22	27	66	23	27	67	24	26	100	53	23	-
Canal Plus	4	8	4	-	5	4	-	7	4	-	9	4	-
Antena 3	46	47	45	67	60	38	68	46	46	-	43	46	63
Telecinco	22	36	19	-	25	20	-	20	23	-	21	22	50
Via Satélite	1	-	1	-	1	*	-	1	1	-	-	1	-

5.6. LOS COMUNICADORES

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

Los comunicadores sobre los que se ha consultado este mes trabajan conduciendo boletines informativos en televisión (Ramón Pellicer, Ana Blanco y María Rey) y en radio (José María García y Diego Carcedo), sin haber cambiado de ocupación con respecto a su situación de hace un año.

Entre los periodistas de televisión sobre los que se ha consultado, Ramón Pellicer es el más conocido (60%), mejorando su resultado de hace un año en cinco puntos porcentuales, lo que podría estar condicionado por su presencia en el spot publicitario de la Superhipoteca del Banco Santander. La calificación que recibe también es mejor y alcanza un nivel aceptable de 6,5 puntos, generando poca controversia. María Rey, que acompaña a Pedro Piqueras en Antena 3TV, ha aumentado considerablemente su conocimiento (+ 6 puntos, alcanzando un 44%) y supera en un punto a Ana Blanco, cuyo porcentaje de conocimiento, por el contrario, ha disminuido en seis puntos para no superar el 43%. Ambas reciben la misma calificación aceptable de 6,4 puntos y tampoco genera controversia alguna entre el público.

Entre los comunicadores de Radio, un 86% conoce a José María García, es decir que el resultado, aún siendo 5 puntos porcentuales inferior al de hace un año, sigue siendo muy alto. Su imagen sigue siendo discreta, con una calificación de 5,5 puntos y la controversia que genera es apreciable (53%). Por el contrario, Diego Carcedo es tan conocido como los conductores de informativos previamente comentados (43%), lo que se explicaría por su anterior y larga etapa como corresponsal de TVE1. La cualificación que recibe es aceptable (6,5 puntos) y tampoco genera controversias.

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

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

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

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

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

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

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

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

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



Cuadro 5.6.1.

Porcentaje de Conocimiento de Comunicadores Sociales

	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95	IX-95	X-95
Joaquín Prat	97	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
José María García	91	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	86
Jaime Campmany	-	-	-	19	-	-	-	-	-	-	-	-
Julián Lago	-	-	-	-	-	-	80	-	-	-	-	-
Manuel Martín Ferrand	-	-	-	-	-	-	-	43	-	-	-	-
Paco Lobatón	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	95	-
Pedro Piqueras	-	-	-	-	-	-	-	-	-	83	-	-
Constantino Romero	-	-	-	-	80	-	-	-	-	-	-	-
José M ^a Carrascal	-	88	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Luis Mariñas	-	87	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Jesús Hermida	-	96	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Matías Prats	-	94	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Emilio Aragón	-	-	96	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Cristina García Ramos	-	-	-	-	51	-	-	-	-	-	-	-
Luis del Olmo	-	-	-	-	-	84	-	-	-	-	-	-
Nieves Herrero	-	-	-	-	-	-	-	92	-	-	-	-
María Escario	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	52	-
Pilar Cernuda	-	51	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Julio César Iglesias	-	-	46	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Manuel Campo Vidal	-	-	-	-	-	79	-	-	-	-	-	-
Julia Otero	-	-	-	-	-	-	-	89	-	-	-	-
Isabel Gemio	-	-	-	-	-	-	-	-	-	91	-	-
Ana Blanco	49	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	43
Carmen Sevilla	-	-	98	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Iñaki Gabilondo	-	-	-	-	-	89	-	-	-	-	-	-
Olga Viza	-	-	-	-	-	66	-	-	-	-	-	-
Elena Sánchez	-	-	-	-	-	-	61	-	-	-	-	-
F. Jiménez Losantos	-	-	-	-	-	-	-	-	35	-	-	-
Ramón Pellicer	55	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	60
María Rey	38	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	44
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	-	-	-
Pepe Carroll	-	-	72	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Marta Robles	-	-	36	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Chiquito de la Calzada	-	-	-	87	-	-	-	-	-	-	-	-
Fernando Onega	-	-	-	36	-	-	-	-	-	-	-	-
Ernesto Sáenz de Buruaga	-	-	-	20	-	-	-	-	-	-	-	-
Fernando G ^a Delgado	-	-	-	22	-	-	-	-	-	-	-	-
Anne Igartiburu	-	-	-	-	34	-	-	-	-	-	-	-
M ^a José Sáez	-	-	-	-	28	-	-	-	-	-	-	-
Mercedes Milá	-	-	-	-	89	-	-	-	-	-	-	-
Joaquín Estefanía	-	-	-	-	-	17	-	-	-	-	-	-
José Luis Martín Prieto	-	-	-	-	-	-	-	-	29	-	-	-
Paco Morales	-	-	-	-	-	-	-	-	31	-	-	-
Andoni Ferreño	-	-	-	-	-	-	-	-	-	77	-	-
Ana Rosa Quintana	-	-	-	-	-	-	-	-	-	58	-	-
Pedro Altares	-	-	-	-	-	-	-	-	-	50	-	-
Elisenda Roca	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	61	-
Tate Montoya	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	66	-
Lourdes Suárez	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	32	-
Diego Carcedo	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	43



Cuadro 5.6.2.

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

	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95	IX-95	X-95
Joaquín Prat	88	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
José María García	78	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	74
Jaime Campmany	-	-	-	12	-	-	-	-	-	-	-	-
Julián Lago	-	-	-	-	-	-	70	-	-	-	-	-
Manuel Martín Ferrand	-	-	-	-	-	-	-	29	-	-	-	-
Paco Lobatón	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	87	-
Pedro Piñeras	-	-	-	-	-	-	-	-	-	72	-	-
Constantino Romero	-	-	-	-	74	-	-	-	-	-	-	-
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	-	-	-	-
María Escario	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	42	-
Pilar Cernuda	-	38	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Julio César Iglesias	-	-	37	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Manuel Campo Vidal	-	-	-	-	-	66	-	-	-	-	-	-
Julia Otero	-	-	-	-	-	-	-	77	-	-	-	-
Isabel Gemio	-	-	-	-	-	-	-	-	-	82	-	-
Ana Blanco	39	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	33
Carmen Sevilla	-	-	92	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Iñaki Gabilondo	-	-	-	-	-	79	-	-	-	-	-	-
Olga Viza	-	-	-	-	-	53	-	-	-	-	-	-
Elena Sánchez	-	-	-	-	-	-	50	-	-	-	-	-
F. Jiménez Losantos	-	-	-	-	-	-	-	-	20	-	-	-
Ramón Pellicer	46	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	50
María Rey	28	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	34
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	-	-	-
Pepe Carroll	-	-	66	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Marta Robles	-	-	28	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Chiquito de la Calzada	-	-	-	80	-	-	-	-	-	-	-	-
Fernando Onega	-	-	-	30	-	-	-	-	-	-	-	-
Ernesto Sáenz de Buruaga	-	-	-	12	-	-	-	-	-	-	-	-
Fernando G ^a Delgado	-	-	-	15	-	-	-	-	-	-	-	-
Anne Igartiburu	-	-	-	-	29	-	-	-	-	-	-	-
M ^a José Sáez	-	-	-	-	21	-	-	-	-	-	-	-
Mercedes Milá	-	-	-	-	83	-	-	-	-	-	-	-
Joaquín Estefanía	-	-	-	-	-	8	-	-	-	-	-	-
José Luis Martín Prieto	-	-	-	-	-	-	-	-	16	-	-	-
Paco Morales	-	-	-	-	-	-	-	-	19	-	-	-
Andoni Ferreño	-	-	-	-	-	-	-	-	-	65	-	-
Ana Rosa Quintana	-	-	-	-	-	-	-	-	-	45	-	-
Pedro Altares	-	-	-	-	-	-	-	-	-	35	-	-
Elisenda Roca	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	50	-
Tate Montoya	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	57	-
Lourdes Suárez	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	20	-
Diego Carcedo	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	32



Cuadro 5.6.3.

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

	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95	IX-95	X-95
Joaquín Prat	6,0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
José María García	5,4	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	5,5
Jaime Campmany	-	-	-	5,9	-	-	-	-	-	-	-	-
Julián Lago	-	-	-	-	-	-	4,2	-	-	-	-	-
Manuel Martín Ferrand	-	-	-	-	-	-	-	6,2	-	-	-	-
Paco Lobatón	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	7,1	-
Pedro Piqueras	-	-	-	-	-	-	-	-	-	7,1	-	-
Constantino Romero	-	-	-	-	7,3	-	-	-	-	-	-	-
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	-	-	-	-
María Escario	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	6,4	-
Pilar Cernuda	-	5,8	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Julio César Iglesias	-	-	6,0	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Manuel Campo Vidal	-	-	-	-	-	6,9	-	-	-	-	-	-
Julia Otero	-	-	-	-	-	-	-	6,2	-	-	-	-
Isabel Gemio	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4,8	-	-
Ana Blanco	6,3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	6,4
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	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	6,5
María Rey	6,2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	6,4
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	-	-	-
Pepe Carroll	-	-	6,1	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Marta Robles	-	-	5,6	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Chiquito de la Calzada	-	-	-	3,3	-	-	-	-	-	-	-	-
Fernando Onega	-	-	-	6,0	-	-	-	-	-	-	-	-
Ernesto Sáenz de Buruaga	-	-	-	5,4	-	-	-	-	-	-	-	-
Fernando G ^a Delgado	-	-	-	5,7	-	-	-	-	-	-	-	-
Anne Igartiburu	-	-	-	-	5,2	-	-	-	-	-	-	-
M ^a José Sáez	-	-	-	-	5,5	-	-	-	-	-	-	-
Mercedes Milá	-	-	-	-	6,5	-	-	-	-	-	-	-
Joaquín Estefanía	-	-	-	-	-	5,7	-	-	-	-	-	-
José Luis Martín Prieto	-	-	-	-	-	-	-	-	6,6	-	-	-
Paco Morales	-	-	-	-	-	-	-	-	5,9	-	-	-
Andoni Ferreño	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4,6	-	-
Ana Rosa Quintana	-	-	-	-	-	-	-	-	-	5,7	-	-
Pedro Altares	-	-	-	-	-	-	-	-	-	5,8	-	-
Elisenda Roca	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	6,5	-
Tate Montoya	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	5,0	-
Lourdes Suárez	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	5,7	-
Diego Carcedo	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	6,5



Cuadro 5.6.4.

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

	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95	IX-95	X-95
Joaquín Prat	46	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
José María García	58	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	53
Jaime Campmany	-	-	-	44	-	-	-	-	-	-	-	-
Julián Lago	-	-	-	-	-	-	68	-	-	-	-	-
Manuel M. Ferrand	-	-	-	-	-	-	-	35	-	-	-	-
Paco Lobatón	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	39	-
Pedro Piqueras	-	-	-	-	-	-	-	-	-	27	-	-
Constantino Romero	-	-	-	-	29	-	-	-	-	-	-	-
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	-	-	-	-
María Escario	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	34	-
Pilar Cernuda	-	38	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Julio César Iglesias	-	-	36	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Manuel Campo Vidal	-	-	-	-	-	30	-	-	-	-	-	-
Julia Otero	-	-	-	-	-	-	-	38	-	-	-	-
Isabel Gemio	-	-	-	-	-	-	-	-	-	65	-	-
Ana Blanco	34	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	31
Carmen Sevilla	-	-	74	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Iñaki Gabilondo	-	-	-	-	-	27	-	-	-	-	-	-
Olga Viza	-	-	-	-	-	29	-	-	-	-	-	-
Elena Sánchez	-	-	-	-	-	-	36	-	-	-	-	-
F. Jiménez Losantos	-	-	-	-	-	-	-	-	38	-	-	-
Ramón Pellicer	33	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	28
María Rey	35	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	30
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	-	-	-
Pepe Carroll	-	-	45	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Marta Robles	-	-	40	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Chiquito de la Calzada	-	-	-	100	-	-	-	-	-	-	-	-
Fernando Onega	-	-	-	39	-	-	-	-	-	-	-	-
Ernesto Sáenz de Buruaga	-	-	-	39	-	-	-	-	-	-	-	-
Fernando García Delgado	-	-	-	36	-	-	-	-	-	-	-	-
Anne Igartiburu	-	-	-	-	34	-	-	-	-	-	-	-
M ^a José Sáez	-	-	-	-	38	-	-	-	-	-	-	-
Mercedes Milá	-	-	-	-	39	-	-	-	-	-	-	-
Joaquín Estefanía	-	-	-	-	-	36	-	-	-	-	-	-
José Luis Martín Prieto	-	-	-	-	-	-	-	-	33	-	-	-
Paco Morales	-	-	-	-	-	-	-	-	41	-	-	-
Andoni Ferreño	-	-	-	-	-	-	-	-	-	59	-	-
Ana Rosa Quintana	-	-	-	-	-	-	-	-	-	44	-	-
Pedro Altares	-	-	-	-	-	-	-	-	-	39	-	-
Elisenda Roca	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	38	-
Tate Montoya	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	58	-
Lourdes Suárez	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	43	-
Diego Carcedo	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	32



Cuadro 5.6.5.

Conocimiento y Valoración de Comunicadores Sociales

OCTUBRE 94 - OCTUBRE 95

		VALORACION		
		Alta (+6,5)	Media (5,5-6,5)	Baja (-5,5)
CONOCIMIENTO	Alto (+70%)	Matías Prats	Joaquín Prat	Carmen Sevilla
		Emilio Aragón	Jesús Hermida	Julián Lago
		Iñaki Gabilondo	Nieves Herrero	Chiquito de la Calzada
		Luis Mariñas	Julia Otero	Isabel Gemio
		Paco Lobatón	José M ^a Carrascal	José M ^a García
		Constantino Romero	Luis del Olmo	
		Pedro Piqueras		
		Mercedes Milá		
		Manuel Campo Vidal	Pilar Cernuda	Encarna Sánchez
		Olga Viza	María Escario	Andoni Ferreño
Medio (30-70%)		Ramón Sánchez Ocaña	C. García Ramos	Tate Montoya
		Elisenda Roca	Ana Blanco	
		Diego Carcedo	Ramón Pellicer	
			María Rey	
			Julio César Iglesias	
			Pepe Carroll	
			Fernando Onega	
			Elena Sánchez	
			Carmen Tomás	
			Luis Herrero	
Bajo (-30%)		J. L. Martín Prieto	Jaime Campmany	Ernesto S. de Buruaga
			José Antonio Gavira	
			F. Jiménez Losantos	



José Luis Gutiérrez
Marta Robles
Fernando García Delgado
Anne Igartiburu
M^a José Sáez
Joaquín Estefanía
Manuel Martín Ferrand
Paco Morales
Lourdes Suárez



Cuadro 5.6.6.

Conocimiento e Imagen Controvertida de Comunicadores Sociales

OCTUBRE 94 - OCTUBRE 95

IMAGEN CONTROVERTIDA

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



Bajo
(-30%)

Marta Robles
Jaime Campmany
Paco Morales
Lourdes Suárez

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



Cuadro 5.6.7.

Valoración e Imagen Controvertida de Comunicadores Sociales

OCTUBRE 94 - OCTUBRE 95

IMAGEN CONTROVERTIDA		
Alta (+65%)	Media (40-65%)	Baja (-40%)
	Emilio Aragón	Manuel Campo Vidal Pedro Piqueras Constantino Romero Matías Prats Luis del Olmo Luis Mariñas Iñaki Gabilondo Olga Viza Paco Lobatón Ramón Sánchez Ocaña José Luis Martín Prieto Elisenda Roca Diego Carcedo
	Jesús Hermida Joaquín Prat Nieves Herrero José M ^a García Pepe Carroll Marta Robles José M ^a Carrascal Jaime Campmany Luis Herrero Pedro J. Ramírez Paco Morales Ana Rosa Quintana Lourdes Suárez	Cristina García Ramos María Escario Pilar Cernuda Julio César Iglesias Ana Blanco Julia Otero Ramón Pellicer María Rey Carmen Tomás José Antonio Gavira F. Jiménez Losantos José Luis Gutiérrez Fernando Onega Fernando G ^a Delgado

VALORACION

Alto
(+6,5)

Medio
(5,5-6,5)



Mercedes Milá
Joaquín Estefanía
Elena Sánchez
M. Martín Ferrand
Pedro Altares

Carmen Sevilla Andoni Ferreño Ernesto S. de Buruaga
Bajo Julián Lago Tate Montoya Anne Igartiburu
(-5,5) Encarna Sánchez M^a José Sáez
Chiquito de la Calzada
Isabel Gemio



Cuadro 5.6.8.

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

OCTUBRE 1995	TOTAL MUESTRA	Diego Carcedo	José M ^a García	Ana Blanco	Ramón Pellicer	María Rey
TOTAL	(1210)	32	74	33	50	34
Edad:						
18 a 29 años	(316)	21	81	32	51	39
30 a 49 años	(412)	41	80	37	57	38
50 a 64 años	(261)	36	77	34	49	36
65 y más años	(222)	24	47	23	38	16
Posición Social:						
Baja	(485)	20	59	26	40	25
Media	(567)	36	82	34	56	38
Alta	(158)	53	88	49	63	45
Ideología:						
Izquierda	(433)	41	80	38	55	38
Centro	(218)	34	75	37	57	37
Derecha	(206)	36	81	33	58	41
Status Socioeconómico:						
Alto, Medio alto	(254)	42	85	40	65	47
Medio	(653)	32	75	33	51	33
Medio Bajo	(279)	24	61	26	39	25
Bajo	(24)	13	51	13	25	17
Clientes de:						
Bancos	(297)	40	79	40	57	41
Cajas	(806)	32	75	33	52	34
Exposición a Información:						
Alta	(461)	44	83	40	66	46
Baja	(475)	30	72	31	46	32
Ninguna	(273)	14	61	22	31	17



Cuadro 5.6.9.

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

OCTUBRE 1995	TOTAL MUESTRA	Diego Carcedo	José M ^a García	Ana Blanco	Ramón Pellicer	María Rey
TOTAL	(1210)	6,5	5,5	6,4	6,5	6,4
Edad:						
18 a 29 años	(316)	6,1	5,5	6,3	6,2	6,4
30 a 49 años	(412)	6,4	5,5	6,3	6,5	6,2
50 a 64 años	(261)	6,8	5,6	6,4	6,9	6,6
65 y más años	(222)	6,5	5,9	6,6	7,0	6,4
Posición Social:						
Baja	(485)	6,5	5,7	6,5	6,8	6,6
Media	(567)	6,5	5,6	6,3	6,5	6,4
Alta	(158)	6,2	5,2	6,1	6,3	5,8
Ideología:						
Izquierda	(433)	6,7	5,4	6,3	6,6	6,5
Centro	(218)	6,0	5,0	6,3	6,4	6,0
Derecha	(206)	6,1	5,9	6,4	6,3	6,4
Status Socioeconómico:						
Alto, Medio alto	(254)	6,4	5,0	6,4	6,4	6,2
Medio	(653)	6,5	5,6	6,3	6,5	6,4
Medio Bajo	(279)	6,6	6,1	6,4	6,8	6,6
Bajo	(24)	6,0	4,6	7,3	6,6	7,2
Clientes de:						
Bancos	(297)	6,3	5,5	6,4	6,6	6,4
Cajas	(806)	6,5	5,5	6,4	6,5	6,3
Exposición a Información:						
Alta	(461)	6,3	5,2	6,2	6,4	6,1
Baja	(475)	6,6	5,9	6,6	6,8	6,7
Ninguna	(273)	6,7	5,6	6,4	6,4	6,3



Cuadro 5.6.10.

Ranking de Notoriedad

OCTUBRE 94 - OCTUBRE 95

Comunicadores	%
1. Carmen Sevilla	92
2. Jesús Hermida	89
3. Emilio Aragón	89
4. Joaquín Prat	88
5. Paco Lobatón	87
6. Matías Prats	85
7. Mercedes Milá	83
8. Isabel Gemio	82
9. Nieves Herrero	82
10. Chiquito de la Calzada	80
11. Iñaki Gabilondo	79
12. Julia Otero	77
13. José María García	76
14. Luis Mariñas	75
15. José M ^a Carrascal	75
16. Constantino Romero	74
17. Luis del Olmo	72
18. Pedro Piqueras	72
19. Julián Lago	70
20. Pepe Carroll	66
21. Manuel Campo Vidal	66
22. Ramón Sánchez Ocaña	66
23. Andoni Ferreño	65
24. Tate Montoya	57
25. Encarna Sánchez	55
26. Olga Viza	53
27. Elena Sánchez	50
28. Elisenda Roca	50
29. Ramón Pellicer	48
30. Ana Rosa Quintana	45
31. Luis Herrero	44
32. Cristina García Ramos	43



33. María Escario	42
34. Carmen Tomás	41
35. Pilar Cernuda	38
36. Ana Blanco	36
37. Julio César Iglesias	36
38. Pedro Altares	35
39. Pedro J. Ramírez	32
40. Diego Carcedo	32
41. María Rey	31
42. Fernando Onega	30
43. Anne Igartiburu	29
44. Manuel M. Ferrand	29
45. Marta Robles	28
46. José Antonio Gavira	26
47. María José Sáez	21
48. F. Jiménez Losantos	20
49. Loudes Suárez	20
50. Paco Morales	19
51. José Luis Martín Prieto	16
52. Fernando García Delgado	15
53. José Luis Gutierrez	12
54. Ernesto Sáenz de Buruaga	12
55. Jaime Campmany	12
56. Joaquín Estefanía	8



Cuadro 5.6.11.

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

OCTUBRE 94 - OCTUBRE 95

Comunicadores	X
1. Constantino Romero	7,3
2. Iñaki Gabilondo	7,3
3. Pedro Piqueras	7,1
4. Paco Lobatón	7,1
5. Olga Viza	7,0
6. Manuel Campo Vidal	6,9
7. Emilio Aragón	6,8
8. Matías Prats	6,6
9. Luis Mariñas	6,6
10. José Luis Martín Prieto	6,6
11. Ramón Sánchez Ocaña	6,5
12. Luis del Olmo	6,5
13. Mercedes Milá	6,5
14. Elisenda Roca	6,5
15. Diego Carcedo	6,5
16. José M ^a Carrascal	6,4
17. Ana Blanco	6,4
18. María Escario	6,4
19. Ramón Pellicer	6,4
20. Cristina García Ramos	6,3
21. María Rey	6,3
22. Manuel Martín Ferrand	6,2
23. Luis Herrero	6,2
24. Julia Otero	6,2
25. F. Jiménez Losantos	6,2
26. Pepe Carroll	6,1
27. Joaquín Prat	6,0
28. Elena Sánchez	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. Fernando García Delgado	5,7
41. Joaquín Estefanía	5,7
42. Ana Rosa Quintana	5,7
43. Lourdes Suárez	5,7
44. Marta Robles	5,6
45. M ^a José Sáez	5,5
46. Nieves Herrero	5,5
47. José María García	5,4
48. Ernesto Sáenz de Buruaga	5,4
49. Anne Igartiburu	5,2
50. Tate Montoya	5,0
51. Isabel Gemio	4,8
52. Encarna Sánchez	4,6
53. Andoni Ferreño	4,6
54. Julián Lago	4,2
55. Carmen Sevilla	4,0
56. Chiquito de la Calzada	3,3



Cuadro 5.6.12.

Ranking de Discrepancia de Comunicadores Sociales

OCTUBRE 94 - OCTUBRE 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. Ramón Pellicer	30
7. Luis Mariñas	31
8. Ana Blanco	32
9. María Rey	32
10. Diego Carcedo	32
11. José Luis Gutiérrez	33
12. Cristina García Ramos	33
13. José Luis Martín Prieto	33
14. José Antonio Gavira	34
15. Anne Igartiburu	34
16. María Escario	34
17. Manuel Martín Ferrand	35
18. Ramón Sánchez Ocaña	35
19. Matías Prats	35
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. Pilar Cernuda	38
27. Julio César Iglesias	38
28. M ^a José Sáez	38
29. Elisenda Roca	38
30. Carmen Tomás	39
31. Mercedes Milá	39
32. Fernando Onega	39



33. Ernesto Sáenz de Buruaga	39
34. Pedro Altares	39
35. Paco Lobatón	39
36. Luis Herrero	40
37. Emilio Aragón	40
38. Marta Robles	40
39. Jaime Campmany	40
40. Paco Morales	41
41. Lourdes Suárez	43
42. Ana Rosa Quintana	44
43. José M ^a Carrascal	45
44. Pepe Carroll	45
45. Joaquín Prat	46
46. Jesús Hermida	46
47. Pedro J. Ramírez	52
48. Nieves Herrero	54
49. José M ^a García	56
50. Tate Montoya	58
51. Andoni Ferreño	59
52. Isabel Gemio	65
53. Julián Lago	68
54. Encarna Sánchez	69
55. Carmen Sevilla	78
56. Chiquito de la Calzada	100

6. La Actualidad

La actualidad política nacional continúa acaparando los titulares de los medios informativos, hasta el punto de que este informe mensual apenas puede seguir la opinión pública sobre ellos con la intensidad e inmediatez que sería deseable. Aparte de lo ya indicado al comienzo de estos Flashes, resulta ilustrativo señalar que, cuando ya se había cerrado el cuestionario de este mes de octubre, cuatro días antes del comienzo de las entrevistas, se produjo la noticia de que el juez Moreiras había decretado nuevamente la prisión incondicional de Mario Conde, lo que obligó a modificar el cuestionario tomando este hecho en consideración. Pero, como aquella misma noche el mismo juez tomó la decisión de dejar a Conde en libertad sin cargos, hubo que modificar nuevamente las preguntas que hacían referencia a ese caso.

Esta dinámica de la actualidad política nacional es la que justifica la incorporación al cuestionario, al menos durante el tiempo que dure esta abundancia de noticias, de una nueva pregunta sobre el interés de los entrevistados por los acontecimientos políticos, ya que es muy posible que se esté produciendo una saturación que insensibilice progresivamente al electorado sobre la importancia y gravedad de los acontecimientos que se producen, con el riesgo de incrementar la alienación de los españoles respecto a la política, pero con el riesgo aún mayor de provocar una creciente desafección hacia las instituciones democráticas, o al menos un desencanto respecto a su funcionamiento, como los datos desde hace algunos meses parecen poner de manifiesto.

Otros temas abordados en el sondeo de este mes se refieren a los casos GAL y CESID, al de Mario Conde y el juez Moreiras, a las próximas elecciones autonómicas en Cataluña, a la reapertura del juicio sobre el aceite de colza, y al asociacionismo de los españoles y su opinión sobre la plataforma del 0,7%. En el ámbito internacional, además del seguimiento habitual de la opinión pública respecto a la integración de España en la UE, se ha preguntado también por el conflicto en la ex-Yugoslavia.

6.1. EL INTERES POR LOS ACONTECIMIENTOS POLITICOS

Como se había supuesto, el interés de los españoles por los acontecimientos diarios de la política española es muy bajo, pero al no disponer de datos comparables anteriores resulta imposible decir si este interés es ahora mayor o menor que hace años o meses. En cualquier caso, sólo un 38% de los entrevistados afirman estar muy o bastante interesados por lo que acontece en la política española, frente a un 61% que dice estar poco o nada interesado, lo que sugiere que la abundancia de sucesos importantes no está provocando un alto interés por esos temas. Más bien, y como ya se ha indicado, podría estar sucediendo lo contrario, que la abundancia de escándalos está provocando saturación y, por consiguiente, desinterés, pero ésta es una hipótesis que de momento no se puede verificar por falta de datos de períodos precedentes.

Tan sólo los de posición social y status socioeconómico alto, los trabajadores en el sector público se muestran muy o bastante interesados por los acontecimientos políticos.



Cuadro 6.1.1.

Grado de Interés por los acontecimientos diarios que suceden en la política española, por Características Socioeconómicas.

OCTUBRE 1995	Total	Estoy muy interesado	Estoy bastante interesado	Estoy poco interesado	No estoy nada interesado	Ns/Nc	INDICE
Total	(1210)	10%	28	36	25	3	77
Edad:							
18 a 29 años	(316)	7%	31	40	22	1	76
30 a 49 años	(412)	12%	31	34	21	3	88
50 a 64 años	(261)	12%	28	35	24	2	81
65 y más años	(222)	8%	16	34	36	5	54
Posición Social:							
Baja	(485)	6%	18	37	35	4	53
Media	(567)	9%	33	37	19	2	85
Alta	(158)	23%	38	27	12	1	122
Ideología:							
Izquierda	(433)	12%	33	35	17	2	92
Centro	(218)	6%	28	42	23	1	69
Derecha	(206)	15%	30	37	16	1	92
Status Socioeconómico Familiar:							
Alto, Medio alto	(254)	15%	36	37	11	1	104
Medio	(653)	8%	28	36	26	2	75
Medio Bajo	(279)	7%	20	35	35	3	57
Bajo	(24)	17%	17	29	25	12	80
Sector Económico:							
No activos	(649)	8%	24	36	29	3	67
En paro	(138)	9%	30	37	23	1	80
Sec.Publico	(43)	28%	40	28	5	-	135
Sec.Priv.c/ajena	(295)	11%	32	34	21	2	89
Sec.Priv.c/propia	(84)	10%	30	41	18	1	80
Clientes de:							
Bancos	(297)	10%	34	34	19	2	92
Cajas	(806)	10%	28	35	24	2	79



Intención de Voto Directa:								
PP	(266)	14%	31	36	15	3	95	
CDS	(4)	-%	76	-	24	-	153	
PSOE	(230)	10%	21	39	27	3	64	
IU	(142)	12%	35	39	12	2	96	
Nacion. derecha	(77)	14%	32	32	22	-	92	
Nacion. izquierda	(26)	11%	39	35	16	-	99	
Otros	(19)	-%	42	47	11	-	85	
No votará	(137)	5%	18	28	46	3	50	
No sabe	(202)	6%	24	39	27	4	64	
No contesta	(105)	7%	29	29	33	2	73	
Satisfacción con el Gobierno:								
Satisfechos	(243)	9%	24	36	28	2	70	
Indiferentes	(199)	3%	17	39	37	4	44	
Insatisfechos	(743)	12%	32	35	19	2	90	
Satisfacción con la Democracia:								
Satisfechos	(480)	8%	27	38	26	1	72	
Indiferentes	(199)	2%	25	39	30	4	58	
Insatisfechos	(505)	14%	31	32	21	2	91	

6.2. LOS CASOS GAL Y CESID

Estos dos casos, como ya se observó el mes pasado, son los considerados como más importantes por la opinión pública, junto con el de los fondos reservados. En cualquier caso, todos estos casos parecen estar entrelazados, tanto en los hechos mismos como en lo que respecta a la opinión existente sobre ellos. Este mes se ha intentado matizar algo más estas opiniones mediante un conjunto de afirmaciones con las que los entrevistados debían mostrar su conformidad o disenso.

Utilizando un índice cuyo recorrido puede fluctuar entre 0 y 200, en el que el 200 significa que el entrevistado cree en la afirmación con toda seguridad y el 0 que no cree en ella con toda seguridad también, y en el que el 100 significa que el entrevistado está dudoso, se ha podido observar un nivel de acuerdo moderadamente alto con que el Gobierno socialista merece las críticas y acusaciones que está recibiendo desde hace años (138 puntos) y con que Perote y Conde están chantajeando al Gobierno (132). Pero parecen existir bastantes dudas respecto a si los partidos de la oposición (excluido CiU) hicieron bien al marcharse del Parlamento porque González no quiso informar directa y personalmente de sus conversaciones con los abogados de Perote y Conde (105), respecto a si Felipe González es el máximo responsable de los GAL (104), o respecto a si hay una conspiración o conjura de políticos de la oposición, empresarios y financieros, periodistas y jueces, para derribar al Gobierno socialista por medios no democráticos (100). Pero la opinión pública parece no creerse que el Gobierno socialista esté asumiendo adecuadamente todas sus responsabilidades políticas en los casos citados (70).

Los que, en mayor medida, se muestran más seguros con que el Gobierno merecía las críticas y acusaciones que está recibiendo, con que Felipe González es el máximo responsable de los GAL, con que los partidos de la oposición (excluido CiU) hicieron bien al marcharse del Parlamento al no informar directamente Felipe González de sus conversaciones con Perote y Conde, y con que Perote y Conde estén chantajeando al Gobierno, son los entrevistados de menor edad, más alta posición social y status, los de derechas (salvo en cuanto a que Perote y Conde estén chantajeando al Gobierno), y los insatisfechos hacia el Gobierno (excepto en lo referido a que Perote y Conde estén chantajeando al Gobierno) y el funcionamiento de la democracia.

Respecto a las otras dos cuestiones (existencia de una conspiración o conjura para derribar al Gobierno y el papel del Gobierno en cuanto a su responsabilidad política en todos los casos citados) se encuentran más seguros de dichas afirmaciones los de más edad, los de izquierda, los de menor posición social y status socioeconómico, y los satisfechos con el Gobierno y el funcionamiento de la democracia.

En cuanto al grado de responsabilidad de distintas personalidades en "todo lo que está ocurriendo", es decir, en los diferentes escándalos que parecen impregnar la vida política española, y utilizando una escala de 0 (ninguna culpabilidad) a 10 (total culpabilidad), se obtiene el siguiente ranking, de mayor a menor culpabilidad: Roldán (9,4 puntos), Conde (8,6), García Damborenea y Perote (8,0 en ambos casos), Manglano (7,4), Rafael Vera (7,1), Felipe González (6,1), Alfonso Guerra (5,8), Pedro J. Ramírez (4,1), José M^a Aznar (3,0) y Adolfo Suárez (1,7). Los datos parecen ser suficientemente elocuentes, pero debe advertirse, como información complementaria necesaria para mejor evaluarlos, que mientras más del 70% de los entrevistados opinan sobre Conde, Roldán, González, Aznar, Suárez y Guerra, debido posiblemente a su mayor notoriedad social, sólo un 46% opina sobre Pedro J. Ramírez, sólo algo más del 50% opinan sobre Vera y Manglano, y algo más del 60% opinan sobre Perote y Damborenea.

Luis Roldán es la personalidad que obtiene la mayor culpabilidad en los diferentes segmentos analizados (salvo entre el reducido segmento de bajo status socioeconómico que señalan en primer lugar a García Damborenea).

En cualquier caso, y en líneas generales, los entrevistados que asignan la mayor culpabilidad de todo lo ocurrido a las diferentes personas propuestas son los de más edad (excepto en cuanto a Aznar, González, Manglano y Suárez pues son los más jóvenes los que les asignan un mayor grado de culpabilidad, en términos relativos), los de posición social y status más bajo (salvo en el caso de Vera, González y Suárez) y los insatisfechos con el Gobierno y el funcionamiento de la democracia (salvo en el caso de Conde, Aznar y Pedro J. Ramírez).



Cuadro 6.2.1.

**Opinión de los entrevistados ante las siguientes cuestiones
relativas a los casos GAL y CESID**

OCTUBRE 1995	Si con toda seguridad	Tengo dudas, no se	No, con toda seguridad	NC	INDICE
- ¿Cree Vd. que hay una conspiración o conjura de políticos de la oposición, empresarios y financieros, periodistas y jueces, para derribar al Gobierno socialista por medios no democráticos?.....	31%	24	31	14	100
- ¿Cree Vd. que el Gobierno socialista merece las críticas y acusaciones que está recibiendo desde hace años?.....	52%	24	14	10	138
- ¿Cree Vd. que Felipe González es el máximo responsable de los GAL?.....	27%	33	23	17	104
- ¿Cree Vd. que el Gobierno socialista está asumiendo adecuadamente todas sus responsabilidades políticas en los casos citados?.....	15%	24	45	16	70
- ¿Cree Vd. que los partidos de la oposición (excluido CIU) hicieron bien al marcharse del Parlamento porque González no quiso informar directa y personalmente de sus conversaciones con los abogados de Perote y Conde?.....	31%	22	26	22	105
- ¿Cree Vd. que Perote y Conde están chantajeando al Gobierno?.....	41%	29	9	22	132



Cuadro 6.2.2.

Indice del Grado de Seguridad ante distintas cuestiones relacionadas con los casos GAL y CESID, por Características Socioeconómicas.

OCTUBRE 1995	Total	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
Total	(1210)	100	138	104	70	105	132
Edad:							
18 a 29 años	(316)	91	154	103	52	111	130
30 a 49 años	(412)	99	145	105	66	109	136
50 a 64 años	(261)	101	133	108	76	105	132
65 y más años	(222)	111	111	96	97	89	127
Posición Social:							
Baja	(485)	106	123	96	82	98	127
Media	(567)	96	147	107	66	110	135
Alta	(158)	95	155	117	48	110	138
Ideología:							
Izquierda	(433)	119	121	80	79	91	141
Centro	(218)	90	144	104	73	96	127
Derecha	(206)	65	173	142	44	143	133
Status Socioeconómico Familiar:							
Alto, Medio alto	(254)	86	157	116	49	114	138
Medio	(653)	99	139	101	70	107	132
Medio Bajo	(279)	111	119	98	89	93	126
Bajo	(24)	121	137	117	79	108	146
Sector Económico:							
No activos	(649)	99	128	103	77	100	131
En paro	(138)	104	155	101	56	109	129
Sec.Publico	(43)	77	140	107	63	116	146
Sec.Priv.c/ajena	(295)	103	149	101	67	109	134
Sec.Priv.c/propia	(84)	96	148	118	55	123	131
Clientes de:							
Bancos	(297)	90	144	109	67	106	135
Cajas	(806)	103	139	103	68	105	133
Intención de Voto Directa:							
PP	(266)	61	178	145	45	143	132
CDS	(4)	99	150	101	50	125	150



PSOE	(230)	151	76	54	117	64	140
IU	(142)	81	167	111	49	118	135
Nacion. derecha	(77)	112	135	98	69	98	132
Nacion. izquierda	(26)	100	158	115	46	115	115
Otros	(19)	116	147	105	42	127	153
No votará	(137)	107	138	101	65	108	131
No sabe	(202)	96	136	104	72	95	126
No contesta	(105)	95	134	100	73	99	125
Satisfacción con el Gobierno:							
Satisfechos	(243)	141	85	64	114	79	138
Indiferentes	(199)	103	126	88	81	92	114
Insatisfechos	(743)	85	160	121	52	117	135
Satisfacción con la Democracia:							
Satisfechos	(480)	111	119	86	87	87	132
Indiferentes	(199)	106	135	99	75	101	132
Insatisfechos	(505)	86	160	122	51	123	133

- (1) Hay una conspiración o conjura de políticos de la oposición, empresarios y financieros, periodistas y jueces, para derribar al Gobierno socialista por medios no democráticos.
- (2) El Gobierno socialista merece las críticas y acusaciones que está recibiendo desde hace años.
- (3) Felipe González es el máximo responsable de los GAL.
- (4) El Gobierno socialista está asumiendo adecuadamente todas sus responsabilidades políticas en los casos citados.
- (5) Los partidos de la oposición (excluido CiU) hicieron bien al marcharse del Parlamento porque González no quiso informar directa y personalmente de sus conversaciones con los abogados de Perote y Conde.
- (6) Perote y Conde están chantajeando al Gobierno.



Cuadro 6.2.3.

Grado de Culpabilidad de las siguientes Personas.
(Escala de Culpabilidad de 0 a 10 puntos)

OCTUBRE 1995	% Opinan	Valoración Media	% de Discrepancia
- Rafael Vera	56	7,1	41
- Mario Conde	81	8,6	25
- Luis Roldán	85	9,4	17
- Ricardo G ^a Damborenea	60	8,0	30
- José M ^a Aznar	72	3,0	114
- Coronel Perote	66	8,0	32
- Alfonso Guerra	70	5,8	60
- Pedro J. Ramírez	46	4,1	92
- General Manglano	54	7,4	38
- Felipe González	77	6,1	59
- Adolfo Suárez	71	1,7	158



Cuadro 6.2.4.

**Valor Medio del Grado de Culpabilidad de distintas Personas en todo lo que está pasando, por Características Socioeconómicas.
(Escala de Culpabilidad de 0 a 10 puntos)**

OCTUBRE 1995	Total	Rafael Vera	Mario Conde	Luis Roldán	Ricardo G. Dam-borenea	José M ^a Aznar	Coronel Perote	Alfonso Guerra	Pedro J. Ramírez	General Manglano	Felipe González	Adolfo Suárez
Total	(1210)	7,1	8,6	9,4	8,0	3,0	8,0	5,8	4,1	7,4	6,1	1,7
Edad:												
18 a 29 años	(316)	7,4	8,4	9,3	7,9	3,2	8,0	5,9	4,0	7,5	6,5	2,2
30 a 49 años	(412)	7,0	8,4	9,3	8,2	3,1	7,9	5,8	4,1	7,6	6,5	1,9
50 a 64 años	(261)	7,2	8,7	9,4	8,0	2,5	8,1	6,0	4,2	7,3	5,8	1,2
65 y más años	(222)	6,9	9,0	9,6	8,0	3,0	8,1	5,4	4,4	7,2	4,8	1,4
Posición Social:												
Baja	(485)	6,9	8,8	9,5	8,2	3,1	8,1	5,4	4,2	7,6	5,4	1,5
Media	(567)	7,2	8,5	9,3	8,0	3,0	8,0	6,0	4,3	7,4	6,4	1,8
Alta	(158)	7,4	8,1	9,3	7,9	2,8	7,7	5,8	3,7	7,3	6,7	1,9
Ideología:												
Izquierda	(433)	6,7	8,8	9,4	8,3	4,1	8,1	5,0	4,9	7,4	5,0	1,8
Centro	(218)	7,2	8,7	9,3	8,1	2,7	8,2	6,1	4,2	7,5	6,2	1,7
Derecha	(206)	7,5	7,8	9,3	7,3	1,2	7,4	7,0	3,0	7,4	8,0	1,6
Status Socioeconómico Familiar:												
Alto, Medio alto	(254)	7,0	8,1	9,3	7,8	2,6	7,7	5,8	3,9	7,1	6,8	2,0
Medio	(653)	7,2	8,7	9,4	8,0	3,1	8,1	5,8	4,3	7,7	6,1	1,7
Medio Bajo	(279)	7,1	8,8	9,4	8,4	3,2	8,1	6,0	4,1	7,2	5,3	1,7
Bajo	(24)	5,8	7,9	8,7	9,9	3,1	7,6	4,2	6,4	5,0	4,7	0,6
Sector Económico:												
No activos	(649)	6,9	8,7	9,4	8,1	3,0	8,0	5,7	4,3	7,5	5,8	1,6
En paro	(138)	7,3	8,4	9,3	8,1	2,9	7,7	5,4	3,3	7,4	6,2	1,6
Sec.Publico	(43)	7,6	7,6	9,3	7,4	3,1	7,7	5,1	2,7	7,5	6,4	2,1
Sec.Priv.c/ajena	(295)	7,4	8,6	9,3	8,0	3,1	8,1	6,1	4,4	7,4	6,3	2,1
Sec.Priv.c/propia	(84)	7,1	8,5	9,3	8,0	2,8	7,9	6,7	4,3	7,3	6,7	1,8
Clientes de:												
Bancos	(297)	6,9	8,4	9,4	7,8	2,9	7,9	5,8	4,0	7,5	6,3	1,6
Cajas	(806)	7,1	8,6	9,3	8,0	3,1	8,0	5,8	4,1	7,4	6,0	1,9



Intención de Voto Directa:												
PP	(266)	7,4	8,2	9,4	7,6	1,1	7,6	7,0	3,0	7,4	8,0	1,3
CDS	(4)	6,7	9,2	9,7	7,6	2,2	8,0	6,3	5,4	7,3	5,2	-
PSOE	(230)	5,5	9,0	9,4	8,3	4,9	8,3	3,8	5,7	6,3	2,5	1,5
IU	(142)	7,4	8,8	9,5	8,3	3,3	8,2	6,1	4,3	8,3	6,4	1,9
Nacion. derecha	(77)	7,6	8,6	9,2	8,2	3,6	8,1	6,3	5,5	7,6	6,8	2,9
Nacion. izquierda	(26)	6,7	8,1	8,8	7,7	4,6	6,6	5,9	2,4	6,5	6,5	2,2
Otros	(19)	7,3	8,4	9,1	8,0	5,0	7,0	6,3	5,3	8,2	6,9	2,5
No votará	(137)	7,7	8,7	9,4	8,2	3,9	8,4	6,0	4,2	8,2	6,7	2,3
No sabe	(202)	7,5	8,4	9,5	8,1	2,5	8,0	5,3	3,6	7,6	6,3	1,6
No contesta	(105)	7,7	8,4	9,1	8,0	2,5	7,9	6,3	4,2	7,0	6,7	1,6
Satisfacción con el Gobierno:												
Satisfechos	(243)	5,9	8,7	9,2	8,2	4,5	8,0	4,2	5,4	6,4	3,2	1,5
Indiferentes	(199)	6,5	8,8	9,4	8,3	2,7	7,6	5,4	4,0	7,0	5,5	1,3
Insatisfechos	(743)	7,5	8,5	9,4	7,9	2,6	8,0	6,3	3,9	7,7	7,1	1,9
Satisfacción con la Democracia:												
Satisfechos	(480)	6,4	8,6	9,4	8,0	3,2	8,1	5,1	4,5	6,9	4,9	1,4
Indiferentes	(199)	7,0	8,5	9,4	7,9	2,6	7,7	6,0	4,4	7,6	5,8	1,8
Insatisfechos	(505)	7,8	8,6	9,4	8,1	2,9	8,0	6,5	3,7	7,9	7,3	2,0

6.3. MARIO CONDE Y EL JUEZ MOREIRAS

El último episodio en el caso Conde fué la doble y contradictoria decisión tomada por el juez Moreiras de ordenar su ingreso en prisión sin fianza y su puesta en libertad sin cargos, en el plazo de sólo unas horas. Puesto que las entrevistas se realizaron cuando ya se habían ocupado del tema los medios de comunicación durante varios días, los entrevistados podían haberse formado una opinión sobre el mismo, aunque una cuarta parte de ellos no contestó a dos de las tres preguntas que se les formularon, y más de la mitad no contestó a la tercera de ellas. En cualquier caso, un 55% de los entrevistados consideran muy o algo justificada la decisión (inicial) de ordenar el encarcelamiento de Mario Conde, frente a un 22% que cree que está poco o nada justificada.

Quienes mayoritariamente consideran muy o algo justificada la decisión inicial de dictar el encarcelamiento de Conde son los entrevistados de 50 a 64 años, los de posición social y status socioeconómico alto, los de izquierda, los trabajadores del sector privado, los satisfechos con el Gobierno y el funcionamiento de la democracia y los votantes de los partidos nacionalistas y de otros partidos.

Por otra parte, mientras casi la mitad de los entrevistados afirma que esta orden de nuevo encarcelamiento de Conde está basada en razones económicas, una cuarta parte cree que las razones fueron políticas.

Los entrevistados entre 50 y 64 años, alta posición social, de izquierda, en paro, satisfechos con el Gobierno y el funcionamiento de la democracia y votantes del PSOE, IU y partidos nacionalistas de derecha mencionan fundamentalmente que los motivos por encarcelar a Mario Conde tenían su fundamento en cuestiones económicas, pues así lo afirma más de la mitad de la muestra.

Y, aunque más de la mitad de los entrevistados no contestó por las razones del juez Moreiras para decretar la libertad de Conde a las 5 horas de dictar su encarcelamiento (posiblemente porque se trataba de una pregunta abierta, sin sugerir ningún tipo de respuesta), la respuesta más frecuente fué la del "soborno" (12%), pues todas las demás respuestas fueron mencionadas por menos del 10% de los entrevistados. La pauta descrita es válida para la mayor parte de los segmentos sociales analizados, sin que se observen diferencias significativas.



Cuadro 6.3.1.

**Grado de Justificación de la decisión de encarcelar a Mario Conde,
por Características Socioeconómicas.**

OCTUBRE 1995	Total	Muy justificada	Algo justificada	Poco justificada	Nada justificada	Ns/Nc	INDICE
Total	(1210)	31%	24	9	13	24	133
Edad:							
18 a 29 años	(316)	32%	24	10	13	20	134
30 a 49 años	(412)	32%	23	8	14	23	132
50 a 64 años	(261)	33%	26	7	11	23	141
65 y más años	(222)	25%	21	10	10	35	125
Posición Social:							
Baja	(485)	24%	24	9	12	30	127
Media	(567)	36%	22	9	12	21	136
Alta	(158)	35%	27	7	15	17	140
Ideología:							
Izquierda	(433)	37%	25	9	13	16	140
Centro	(218)	28%	22	12	13	24	124
Derecha	(206)	29%	29	9	15	17	134
Status Socioeconómico Familiar:							
Alto, Medio alto	(254)	36%	23	9	15	18	136
Medio	(653)	30%	25	8	14	23	133
Medio Bajo	(279)	28%	22	10	7	34	133
Bajo	(24)	38%	16	8	17	21	129
Sector Económico:							
No activos	(649)	29%	23	9	12	27	130
En paro	(138)	34%	23	9	12	23	137
Sec.Publico	(43)	26%	21	16	12	26	119
Sec.Priv.c/ajena	(295)	36%	24	6	15	19	138
Sec.Priv.c/propia	(84)	29%	30	8	10	23	141
Clientes de:							
Bancos	(297)	30%	23	10	12	25	131
Cajas	(806)	32%	25	8	13	21	136
Intención de Voto Directa:							
PP	(266)	30%	24	9	14	23	132



CDS	(4)	74%	-	-	26	-	147
PSOE	(230)	34%	20	10	12	24	132
IU	(142)	35%	22	15	13	16	129
Nacion. derecha	(77)	38%	27	5	14	15	146
Nacion. izquierda	(26)	27%	43	8	8	15	154
Otros	(19)	32%	42	5	11	10	158
No votará	(137)	32%	20	4	14	30	135
No sabe	(202)	29%	19	8	12	32	128
No contesta	(105)	17%	34	9	9	30	133
Satisfacción con el Gobierno:							
Satisfechos	(243)	39%	23	7	7	25	148
Indiferentes	(199)	19%	26	8	11	35	127
Insatisfechos	(743)	32%	23	10	15	20	130
Satisfacción con la Democracia:							
Satisfechos	(480)	32%	27	8	11	21	139
Indiferentes	(199)	19%	23	7	16	34	118
Insatisfechos	(505)	36%	21	10	13	20	134



Cuadro 6.3.2.

**Razón por la que se ha intentado encarcelar a Mario Conde otra vez,
por Características Socioeconómicas.**

OCTUBRE 1995	Total	Razones económicas	Razones políticas	Otras razones	Ns/Nc
Total	(1210)	47%	25	4	24
Edad:					
18 a 29 años	(316)	47%	29	5	19
30 a 49 años	(412)	48%	27	4	21
50 a 64 años	(261)	51%	21	5	23
65 y más años	(222)	42%	19	3	37
Posición Social:					
Baja	(485)	45%	20	3	32
Media	(567)	48%	28	5	19
Alta	(158)	50%	29	5	16
Ideología:					
Izquierda	(433)	54%	25	4	17
Centro	(218)	52%	22	4	23
Derecha	(206)	44%	38	5	14
Status Socioeconómico Familiar:					
Alto, Medio alto	(254)	48%	30	5	17
Medio	(653)	48%	26	4	22
Medio Bajo	(279)	43%	18	5	34
Bajo	(24)	58%	13	4	25
Sector Económico:					
No activos	(649)	47%	21	5	27
En paro	(138)	50%	23	4	23
Sec.Publico	(43)	37%	37	5	21
Sec.Priv.c/ajena	(295)	48%	30	4	18
Sec.Priv.c/propia	(84)	46%	30	4	20
Clientes de:					
Bancos	(297)	50%	26	4	20
Cajas	(806)	47%	26	4	23
Intención de Voto Directa:					
PP	(266)	45%	33	4	18



CDS	(4)	48%	26	-	25
PSOE	(230)	51%	25	3	20
IU	(142)	56%	27	3	13
Nacion. derecha	(77)	58%	23	6	13
Nacion. izquierda	(26)	39%	31	12	19
Otros	(19)	42%	26	16	16
No votará	(137)	42%	18	4	36
No sabe	(202)	43%	18	4	34
No contesta	(105)	43%	22	3	33
Satisfacción con el Gobierno:					
Satisfechos	(243)	50%	23	3	24
Indiferentes	(199)	43%	19	3	35
Insatisfechos	(743)	48%	27	5	19
Satisfacción con la Democracia:					
Satisfechos	(480)	52%	24	3	21
Indiferentes	(199)	44%	21	3	32
Insatisfechos	(505)	45%	28	7	20



Cuadro 6.3.3.

Razón por la que el Juez Moreiras decretó la libertad de Conde a las 5 horas de dictar su encarcelamiento, por Características Socioeconómicas.

OCTUBRE 1995	Total	Soborno	Amenazas al juez	Le encuentra inocente	Presiones del Gobierno	Cuestiones políticas	Tiene dinero	Complot con Conde	Está implicado	Tiene enchufes	Otras	Ns/Nc
Total	(1210)	12%	6	6	4	4	3	2	2	2	5	54
Edad:												
18 a 29 años	(316)	12%	7	6	3	4	3	3	1	3	4	54
30 a 49 años	(412)	11%	7	6	5	5	4	2	2	2	6	51
50 a 64 años	(261)	11%	6	6	5	3	2	2	2	1	8	54
65 y más años	(222)	14%	5	5	3	3	4	3	3	1	2	58
Posición Social:												
Baja	(485)	10%	5	6	3	3	3	2	2	1	5	60
Media	(567)	13%	8	5	5	4	4	3	2	2	4	51
Alta	(158)	12%	6	9	5	4	1	3	2	1	10	46
Ideología:												
Izquierda	(433)	14%	9	6	4	3	4	3	2	3	6	47
Centro	(218)	11%	5	6	6	4	3	2	1	1	5	57
Derecha	(206)	13%	7	10	7	5	5	3	4	*	7	38
Status Socioeconómico Familiar:												
Alto, Medio alto	(254)	11%	9	5	4	6	4	2	2	3	7	47
Medio	(653)	13%	6	6	5	4	3	3	2	1	5	53
Medio Bajo	(279)	10%	6	5	4	2	3	2	1	2	5	62
Bajo	(24)	25%	8	8	-	4	4	-	4	4	-	42
Sector Económico:												
No activos	(649)	10%	7	6	4	3	4	2	2	1	5	57
En paro	(138)	13%	6	8	3	7	3	2	2	3	4	48
Sec.Publico	(43)	14%	7	5	9	5	-	-	5	-	2	54
Sec.Priv.c/ajena	(295)	12%	7	5	4	3	4	3	2	3	6	51
Sec.Priv.c/propia	(84)	20%	1	5	5	6	1	4	1	-	11	46
Clientes de:												
Bancos	(297)	10%	6	9	5	6	5	2	2	1	5	49
Cajas	(806)	13%	7	5	4	4	3	2	2	2	5	52



Intención de Voto Directa:												
PP	(266)	14%	7	8	6	7	3	3	3	1	7	41
CDS	(4)	-%	-	-	-	26	-	-	-	-	-	74
PSOE	(230)	17%	7	5	2	3	2	3	2	2	6	49
IU	(142)	13%	8	6	4	4	4	3	4	4	5	45
Nacion. derecha	(77)	13%	2	4	6	3	4	-	1	-	6	61
Nacion. izquierda	(26)	4%	8	8	7	4	4	-	-	-	8	58
Otros	(19)	5%	16	-	-	5	10	-	-	5	5	52
No votará	(137)	9%	5	5	4	2	4	2	2	1	5	58
No sabe	(202)	9%	5	6	1	1	3	2	1	2	3	67
No contesta	(105)	4%	4	7	8	4	3	1	1	-	2	68
Satisfacción con el Gobierno:												
Satisfechos	(243)	12%	5	7	1	3	4	1	1	2	6	58
Indiferentes	(199)	8%	4	4	2	2	3	1	1	3	4	67
Insatisfechos	(743)	13%	8	6	6	4	3	3	2	2	5	48
Satisfacción con la Democracia:												
Satisfechos	(480)	10%	7	7	3	4	4	3	2	1	5	55
Indiferentes	(199)	12%	4	4	5	3	5	1	1	3	4	58
Insatisfechos	(505)	14%	7	6	5	4	2	3	3	2	6	50

6.4. ELECCIONES AUTONOMICAS EN CATALUÑA

Más de la mitad de los entrevistados (55%) creen que CiU ganará las próximas elecciones autonómicas en Cataluña, y algo más de un tercio no contesta a la pregunta, lo que es en parte explicable ya que al tratarse de una muestra nacional, esas elecciones no afectan por igual a todos los entrevistados.

Pero los que fundamentalmente citan a CiU como el partido que ganará las próximas elecciones autonómicas de Cataluña son los menores de 50 años, los de alta y media posición social, los de alto status socioeconómico, los del sector público y privado por cuenta ajena, los satisfechos con el funcionamiento de la democracia y los insatisfechos con el Gobierno.

Sin embargo, y tomando en consideración sólo a quienes creen que CiU ganará las elecciones, sólo un 25% creen que lo hará por mayoría absoluta, mientras que un 64% creen que las ganará por mayoría relativa. Los más jóvenes, los de posición social y status socioeconómico alto, los votantes de IU y del PP, y los insatisfechos tanto con el Gobierno como con el funcionamiento de la democracia son los grupos que en mayor medida consideran que CiU ganará estas elecciones por mayoría relativa.



Cuadro 6.4.1.

Partido que ganará las Elecciones Autonómicas de Cataluña el próximo 19 de noviembre, por Características Socioeconómicas.

OCTUBRE 1995	Total	CiU	ERC	PSOE	PP	Ns/Nc
Total	(1210)	55%	1	4	5	36
Edad:						
18 a 29 años	(316)	64%	*	4	5	27
30 a 49 años	(412)	64%	*	3	6	28
50 a 64 años	(261)	50%	1	4	5	39
65 y más años	(222)	35%	*	4	3	58
Posición Social:						
Baja	(485)	39%	*	4	6	50
Media	(567)	64%	1	3	4	28
Alta	(158)	76%	-	2	4	18
Ideología:						
Izquierda	(433)	64%	1	6	3	26
Centro	(218)	57%	-	4	4	36
Derecha	(206)	64%	1	1	12	23
Status Socioeconómico Familiar:						
Alto, Medio alto	(254)	75%	-	2	4	19
Medio	(653)	55%	1	3	5	36
Medio Bajo	(279)	41%	1	5	4	49
Bajo	(24)	38%	-	-	8	53
Sector Económico:						
No activos	(649)	47%	1	4	4	44
En paro	(138)	64%	1	1	7	27
Sec.Publico	(43)	86%	-	2	2	9
Sec.Priv.c/ajena	(295)	66%	*	3	4	26
Sec.Priv.c/propia	(84)	55%	-	2	8	34
Clientes de:						
Bancos	(297)	58%	1	3	5	32
Cajas	(806)	59%	1	4	4	33
Intención de Voto Directa:						
PP	(266)	59%	*	2	12	27
CDS	(4)	76%	-	-	-	24



PSOE	(230)	52%	1	9	3	35
IU	(142)	68%	2	6	3	21
Nacion. derecha	(77)	77%	-	4	1	18
Nacion. izquierda	(26)	88%	-	-	-	12
Otros	(19)	63%	-	5	5	26
No votará	(137)	50%	-	1	1	47
No sabe	(202)	39%	-	1	3	56
No contesta	(105)	49%	-	2	2	47
Satisfacción con el Gobierno:						
Satisfechos	(243)	52%	*	8	3	37
Indiferentes	(199)	40%	1	*	1	58
Insatisfechos	(743)	62%	1	3	6	28
Satisfacción con la Democracia:						
Satisfechos	(480)	61%	1	5	4	30
Indiferentes	(199)	41%	1	3	3	53
Insatisfechos	(505)	58%	*	3	7	33



Cuadro 6.4.2.

Forma en que ganará dicho Partido

OCTUBRE 1995	Total	Ganará			
		CiU	ERC	PSOE	PP
Total	(1.210)	(671)	(6)	(42)	(57)
Mayoría absoluta	17%	25%	-%	28%	24%
Mayoría relativa	45	64	83	67	62
NS/NC	39	11	17	5	14

Cuadro 6.4.3.

**De qué forma ganará dicho partido las Elecciones Autonómicas Catalanas,
por Características Socioeconómicas.**

OCTUBRE 1995	Total	GANARA CiU			GANARA ERC			GANARA PSOE			GANARA PP		
		Base: gana CiU	Mayor absol.	Mayor. relat.	Base: gana ERC	Mayor absol.	Mayor. relat.	Base: gana PSOE	Mayor absol.	Mayor. Relat.	Base: gana PP	Mayor absol.	Mayor. relat.
Total	(1210)	(671)	25%	64	(6)	-%	83	(43)	28%	67	(57)	24%	62
Edad:													
18 a 29 años	(316)	(201)	27%	68	(1)	-%	100	(13)	15%	85	(15)	47%	40
30 a 49 años	(412)	(262)	26%	64	(1)	-%	-	(11)	18%	73	(23)	17%	70
50 a 64 años	(261)	(131)	20%	64	(3)	-%	100	(10)	50%	39	(13)	7%	85
65 y más años	(222)	(78)	26%	54	(1)	-%	100	(9)	33%	67	(6)	34%	33
Posición Social:													
Baja	(485)	(191)	29%	53	(2)	-%	100	(21)	33%	67	(27)	37%	48



Media	(567)	(360)	26%	65	(4)	-%	75	(19)	27%	62	(24)	12%	71
Alta	(158)	(120)	16%	79	(-)	-%	-	(3)	-%	100	(6)	17%	83
Ideología:													
Izquierda	(433)	(278)	25%	68	(4)	-%	75	(26)	27%	69	(11)	18%	73
Centro	(218)	(124)	31%	60	(-)	-%	-	(8)	26%	62	(8)	13%	63
Derecha	(206)	(132)	23%	68	(1)	-%	100	(2)	-%	100	(24)	21%	63
Status Socioeconómico Familiar:													
Alto, Medio alto	(254)	(191)	24%	72	(-)	-%	-	(6)	17%	83	(9)	11%	67
Medio	(653)	(357)	26%	63	(4)	-%	75	(22)	36%	54	(35)	31%	60
Medio Bajo	(279)	(114)	23%	57	(2)	-%	100	(15)	21%	79	(11)	-%	74
Bajo	(24)	(9)	44%	34	(-)	-%	-	(-)	-%	-	(2)	100%	-
Sector Económico:													
No activos	(649)	(304)	23%	62	(4)	-%	100	(28)	43%	57	(28)	29%	57
En paro	(138)	(89)	25%	66	(1)	-%	100	(2)	-%	100	(9)	22%	67
Sec.Publico	(43)	(37)	16%	78	(-)	-%	-	(1)	-%	100	(1)	-%	100
Sec.Priv.c/ajena	(295)	(195)	27%	65	(1)	-%	-	(10)	-%	79	(12)	33%	59
Sec.Priv.c/propia	(84)	(46)	37%	59	(-)	-%	-	(2)	-%	100	(7)	-%	73
Clientes de:													
Bancos	(297)	(174)	20%	70	(2)	-%	48	(10)	20%	80	(15)	13%	73
Cajas	(806)	(472)	28%	62	(4)	-%	100	(31)	29%	68	(32)	28%	57
Intención de Voto Directa:													
PP	(266)	(156)	24%	68	(1)	-%	100	(4)	26%	74	(33)	33%	55
CDS	(4)	(3)	67%	33	(-)	-%	-	(-)	-%	-	(-)	-%	-
PSOE	(230)	(120)	28%	63	(2)	-%	100	(20)	40%	55	(7)	15%	72
IU	(142)	(97)	24%	71	(3)	-%	66	(9)	-%	100	(4)	25%	75
Nacion. derecha	(77)	(60)	34%	58	(-)	-%	-	(3)	-%	100	(1)	-%	100
Nacion. izquierda	(26)	(23)	35%	61	(-)	-%	-	(-)	-%	-	(-)	-%	-
Otros	(19)	(12)	33%	67	(-)	-%	-	(1)	-%	100	(1)	-%	100
No votará	(137)	(69)	20%	65	(-)	-%	-	(2)	51%	49	(2)	-%	-
No sabe	(202)	(80)	19%	56	(-)	-%	-	(2)	100%	-	(7)	14%	72
No contesta	(105)	(51)	22%	65	(-)	-%	-	(2)	-%	50	(2)	-%	100
Satisfacción con el Gobierno:													
Satisfechos	(243)	(127)	26%	60	(1)	-%	100	(19)	31%	69	(7)	15%	72
Indiferentes	(199)	(79)	27%	56	(1)	-%	100	(1)	-%	100	(3)	34%	34
Insatisfechos	(743)	(462)	25%	67	(4)	-%	75	(21)	19%	71	(46)	26%	63
Satisfacción con la Democracia:													
Satisfechos	(480)	(294)	29%	63	(4)	-%	76	(23)	26%	69	(17)	18%	59
Indiferentes	(199)	(81)	20%	57	(1)	-%	100	(6)	17%	83	(5)	-%	100
Insatisfechos	(505)	(292)	23%	68	(1)	-%	100	(13)	31%	61	(34)	32%	59

6.5. REAPERTURA DEL JUICIO SOBRE EL ACEITE DE COLZA

Este caso parece haber perdido interés para la opinión pública española, ya que casi la mitad de los entrevistados no contesta por las razones que, a su juicio, explican el que todavía no se haya producido una sentencia sobre él. La única razón algo más mencionada, y sólo por un 10% de la población, es la de que la justicia no funciona bien. Y ésta pauta es común para todos los segmentos analizados, aunque los de 30 a 49 años, los de mayor posición social y status socioeconómico, los insatisfechos con el Gobierno y el funcionamiento de la democracia y los votantes del PP, IU y de partidos nacionalistas de izquierda son los que se muestran más predispuestos a esta cuestión.

A pesar de no existir todavía sentencia, y contando con que los entrevistados podrían sin embargo tener alguna opinión respecto a la sentencia que pueda recaer sobre los inculpados, se les preguntó si "esperaban" que los Tribunales establecerían condenas más bien blandas o duras contra los ex-altos cargos de la Administración implicados en este caso. Casi dos tercios de los entrevistados opinan que las condenas serán blandas o muy blandas, frente a sólo un 14% que creen que éstas serán duras o muy duras.

La opinión de que la sentencia contra los siete ex-altos cargos de la administración implicados en el caso del aceite de colza será blanda prevalece en los diferentes segmentos analizados pero, además, parece estar inversamente relacionada con la edad y la satisfacción con el Gobierno, y directamente relacionada con la posición social, el status socioeconómico, y el derechismo.

Además, y aunque la opinión mayoritaria, (incluso algo mayor que cuando se preguntó en 1987 y en 1988) es la de que los "aceiteros" son los principales culpables del envenenamiento (28%), ha aumentado considerablemente en este sondeo la proporción de entrevistados que consideran culpable principalmente a la Administración, por negligencia (22%, frente a menos del 10% en las dos fechas anteriores). Por el contrario, y también por comparación con años anteriores, ha disminuido a la mitad de la observada entonces la proporción de quienes creen que no hay nada claro en todo este asunto.

Los aceiteros son los principales responsables del envenenamiento según los diferentes segmentos analizados salvo por los autopoicionados en la derecha, y los votantes del CDS, IU y los partidos nacionalistas de izquierda que señalan como principal responsable a la administración.

Sin embargo, alrededor de un tercio de los entrevistados creen que no habrá condena ni indemnización cuando se llegue al desenlace de este asunto, aunque una cuarta parte creen que habrá condena y los afectados recibirán indemnización, y un 20% opinan que habrá condena pero sin indemnización para los afectados.

La opinión mayoritaria en todos los segmentos analizados es la de que no habrá condena ni indemnización para los afectados en el juicio sobre la colza, excepto los parados, los del sector público, los votantes del CDS y del PSOE, y los satisfechos con el Gobierno, que creen que habrá condena y que los afectados recibirán una indemnización.



Cuadro 6.5.1.

Razón por la que aún no se ha producido una Sentencia en el caso de la Colza, por Características Socioeconómicas.

OCTUBRE 1995	Total	La Justicia no funciona bien	Asuntos polí- ticos	Gobierno no tiene dinero	Hay mu- chos in- tereses	Gobierno no quiere pagar	Hay mu- chos im- plicados	No quieren que se sepa el culpable	No lo tienen claro	Otras	Ns/ Nc
Total	(1210)	10%	8	7	6	5	4	4	4	9	42
Edad:											
18 a 29 años	(316)	11%	7	9	5	4	4	4	3	9	43
30 a 49 años	(412)	11%	10	6	9	7	4	5	4	9	34
50 a 64 años	(261)	9%	7	8	5	4	6	3	5	10	44
65 y más años	(222)	10%	4	5	5	3	4	4	3	10	52
Posición Social:											
Baja	(485)	10%	5	5	5	3	6	4	5	10	48
Media	(567)	10%	8	8	7	5	4	5	3	9	41
Alta	(158)	13%	14	9	8	10	2	3	5	8	28
Ideología:											
Izquierda	(433)	12%	7	8	10	5	5	4	4	7	39
Centro	(218)	10%	7	7	6	3	5	6	5	8	42
Derecha	(206)	10%	10	10	4	6	5	6	4	14	31
Status Socioeconómico Familiar:											
Alto, Medio alto	(254)	13%	11	10	6	7	4	4	4	12	28
Medio	(653)	10%	7	6	6	5	5	5	4	9	42
Medio Bajo	(279)	7%	6	6	6	3	3	2	3	9	55
Bajo	(24)	29%	4	-	8	8	13	-	-	4	33
Sector Económico:											
No activos	(649)	9%	6	6	6	3	6	4	4	10	46
En paro	(138)	15%	13	7	3	4	7	1	2	7	42
Sec.Publico	(43)	9%	14	16	7	2	-	5	5	7	35
Sec.Priv.c/ajena	(295)	11%	7	8	8	7	3	6	4	12	34
Sec.Priv.c/propia	(84)	12%	13	6	8	11	1	1	4	6	37
Clientes de:											
Bancos	(297)	9%	7	8	9	4	5	5	2	11	39
Cajas	(806)	10%	8	8	6	6	5	4	4	9	41



Intención de Voto:											
PP	(266)	9%	11	9	4	6	6	6	3	13	33
CDS	(4)	-%	-	-	-	26	-	-	-	-	74
PSOE	(230)	11%	6	7	8	3	5	3	6	7	44
IU	(142)	11%	7	11	11	7	6	4	2	7	35
Nacion. derecha	(77)	8%	6	6	9	4	6	6	4	10	40
Nacion. izquierda	(26)	16%	-	15	12	4	4	-	4	15	31
Otros	(19)	11%	11	16	5	5	-	5	-	5	42
No votará	(137)	10%	7	4	4	7	4	7	3	10	44
No sabe	(202)	13%	7	4	3	3	2	3	4	10	50
No contesta	(105)	10%	8	4	9	5	2	2	4	6	52
Satisfacción con el Gobierno:											
Satisfechos	(243)	9%	8	4	5	2	3	2	7	9	50
Indiferentes	(199)	13%	5	4	7	4	5	1	3	7	50
Insatisfechos	(743)	10%	9	9	6	6	5	6	3	11	36
Satisfacción con la Democracia:											
Satisfechos	(480)	10%	8	6	6	4	4	4	5	8	44
Indiferentes	(199)	11%	5	8	7	5	5	3	3	9	45
Insatisfechos	(505)	11%	9	8	6	6	5	5	2	11	37



Cuadro 6.5.2.

Tipo de Sentencia que el entrevistado supone que establecerán los Tribunales contra los siete ex altos cargos de la Administración implicados en el caso del aceite de colza, por Características Socioeconómicas.

OCTUBRE 1995	Total	Muy blanda	Blanda	Dura	Muy dura	Ns/Nc	INDICE
Total	(1210)	16%	49	11	3	20	152
Edad:							
18 a 29 años	(316)	16%	52	10	4	18	155
30 a 49 años	(412)	18%	55	12	2	13	159
50 a 64 años	(261)	17%	46	9	4	23	149
65 y más años	(222)	14%	36	12	3	34	135
Posición Social:							
Baja	(485)	16%	40	11	3	29	143
Media	(567)	17%	54	11	4	15	157
Alta	(158)	15%	57	11	2	15	160
Ideología:							
Izquierda	(433)	18%	51	15	4	12	150
Centro	(218)	17%	52	12	4	15	153
Derecha	(206)	18%	60	6	3	13	168
Status Socioeconómico Familiar:							
Alto, Medio alto	(254)	15%	61	9	3	12	165
Medio	(653)	17%	51	9	4	18	156
Medio Bajo	(279)	15%	34	15	4	32	130
Bajo	(24)	21%	30	13	-	37	138
Sector Económico:							
No activos	(649)	15%	45	10	4	25	147
En paro	(138)	17%	45	17	4	16	140
Sec.Publico	(43)	12%	67	7	2	12	170
Sec.Priv.c/ajena	(295)	20%	51	10	2	16	159
Sec.Priv.c/propia	(84)	15%	65	8	1	11	170
Clientes de:							
Bancos	(297)	14%	53	12	4	16	151
Cajas	(806)	17%	51	11	3	19	155



Intención de Voto Directa:							
PP	(266)	17%	52	10	3	18	156
CDS	(4)	-%	100	-	-	-	200
PSOE	(230)	18%	45	13	5	18	144
IU	(142)	18%	58	13	3	7	161
Nacion. derecha	(77)	22%	52	10	4	13	159
Nacion. izquierda	(26)	23%	54	8	8	7	162
Otros	(19)	5%	53	21	-	21	137
No votará	(137)	20%	48	5	3	23	161
No sabe	(202)	12%	39	12	3	34	136
No contesta	(105)	10%	53	8	1	29	154
Satisfacción con el Gobierno:							
Satisfechos	(243)	12%	44	16	6	22	134
Indiferentes	(199)	19%	41	7	2	30	152
Insatisfechos	(743)	18%	53	10	3	16	158
Satisfacción con la Democracia:							
Satisfechos	(480)	15%	54	9	3	18	157
Indiferentes	(199)	16%	38	11	3	31	140
Insatisfechos	(505)	18%	49	12	4	17	151



Cuadro 6.5.3.

Opinión sobre quiénes son los culpables del Envenenamiento

	XII-87	V-88	X-95
Total	(1.211)	(1.200)	(1.210)
- Está claro que son los aceiteros (culpables "oficiales" en el juicio).....	11%	25%	28%
- Está claro que ha sido culpa de la Administración por negligencia.....	7	6	22
- Está claro que el envenenamiento se debe a otras causas distintas del aceite.....	2	3	2
- Después de tantos años no hay nada claro en este asunto.....	57	49	26
- NS/NC	20	18	22



Cuadro 6.5.4.

**Principal culpable del envenenamiento masivo,
por Características Socioeconómicas.**

OCTUBRE 1995	Total	Son los aceiteros	Culpa de la Administración por negligencia	Se debe a otras causas	Después de tantos años no hay nada claro	Ns/Nc
Total	(1210)	28%	22	2	26	22
Edad:						
18 a 29 años	(316)	26%	23	3	26	23
30 a 49 años	(412)	27%	25	3	26	19
50 a 64 años	(261)	30%	24	1	24	21
65 y más años	(222)	29%	15	2	28	26
Posición Social:						
Baja	(485)	27%	19	1	26	27
Media	(567)	28%	24	3	25	20
Alta	(158)	30%	29	3	26	13
Ideología:						
Izquierda	(433)	30%	24	2	27	17
Centro	(218)	27%	26	1	28	18
Derecha	(206)	27%	29	2	23	18
Status Socioeconómico Familiar:						
Alto, Medio alto	(254)	33%	25	3	26	14
Medio	(653)	29%	23	2	24	21
Medio Bajo	(279)	20%	18	2	30	31
Bajo	(24)	25%	25	-	21	29
Sector Económico:						
No activos	(649)	27%	20	2	26	25
En paro	(138)	25%	24	2	29	20
Sec.Publico	(43)	28%	23	2	30	16
Sec.Priv.c/ajena	(295)	29%	26	3	23	19
Sec.Priv.c/propia	(84)	30%	29	5	25	11
Clientes de:						
Bancos	(297)	32%	26	2	24	16
Cajas	(806)	28%	24	2	25	21



Intención de Voto:							
PP	(266)	27%	24	3	23	22	
CDS	(4)	25%	75	-	-	-	
PSOE	(230)	33%	20	2	24	20	
IU	(142)	22%	31	3	30	14	
Nacion. derecha	(77)	37%	24	4	21	14	
Nacion. izquierda	(26)	27%	42	-	23	8	
Otros	(19)	37%	32	-	16	16	
No votará	(137)	25%	20	1	27	26	
No sabe	(202)	25%	14	2	30	29	
No contesta	(105)	22%	19	2	29	28	
Satisfacción con el Gobierno:							
Satisfechos	(243)	31%	21	1	26	21	
Indiferentes	(199)	23%	21	2	29	25	
Insatisfechos	(743)	28%	24	3	25	21	
Satisfacción con la Democracia:							
Satisfechos	(480)	29%	24	2	27	18	
Indiferentes	(199)	20%	17	3	26	34	
Insatisfechos	(505)	29%	24	3	25	20	



Cuadro 6.5.5.

Desenlace de todo este asunto, por Características Socioeconómicas.

OCTUBRE 1995	Total	Habrá condena y los afectados recibirán una indemnización	Habrá condena pero los afectados no recibirán una indemnización	No habrá condena ni indemnización	Ns/Nc
Total	(1210)	24%	20	34	21
Edad:					
18 a 29 años	(316)	27%	21	33	18
30 a 49 años	(412)	25%	23	37	15
50 a 64 años	(261)	24%	17	36	24
65 y más años	(222)	19%	19	29	33
Posición Social:					
Baja	(485)	23%	17	31	29
Media	(567)	25%	22	36	17
Alta	(158)	24%	26	38	12
Ideología:					
Izquierda	(433)	31%	21	33	15
Centro	(218)	22%	23	34	20
Derecha	(206)	20%	22	44	15
Status Socioeconómico Familiar:					
Alto, Medio alto	(254)	25%	26	36	12
Medio	(653)	25%	19	36	20
Medio Bajo	(279)	23%	18	30	30
Bajo	(24)	12%	21	30	37
Sector Económico:					
No activos	(649)	21%	19	35	25
En paro	(138)	34%	21	27	18
Sec.Publico	(43)	37%	25	30	7
Sec.Priv.c/ajena	(295)	23%	23	37	17
Sec.Priv.c/propia	(84)	26%	22	34	18
Clientes de:					
Bancos	(297)	26%	23	32	19
Cajas	(806)	24%	21	36	19
Intención de Voto Directa:					
PP	(266)	22%	18	40	20
CDS	(4)	76%	-	-	24



PSOE	(230)	32%	21	28	19
IU	(142)	28%	27	37	8
Nacion. derecha	(77)	23%	24	42	10
Nacion. izquierda	(26)	23%	30	39	7
Otros	(19)	26%	11	42	21
No votará	(137)	20%	17	35	28
No sabe	(202)	22%	21	26	31
No contesta	(105)	14%	18	38	30
Satisfacción con el Gobierno:					
Satisfechos	(243)	32%	18	26	24
Indiferentes	(199)	23%	21	30	26
Insatisfechos	(743)	22%	21	39	18
Satisfacción con la Democracia:					
Satisfechos	(480)	27%	24	30	19
Indiferentes	(199)	23%	18	29	31
Insatisfechos	(505)	22%	19	42	18

6.6. EL ASOCIACIONISMO EN LA SOCIEDAD ESPAÑOLA

Sólo un 29% de los españoles dice pertenecer a algún tipo de asociación (muy similar al 32% que se observó en 1987), lo que sugiere el escaso atractivo que éstas parecen tener en nuestro país, como todas las investigaciones realizadas hasta la fecha parecen haber demostrado.

Sólo las asociaciones culturales, las deportivas (para la práctica de algún deporte) y las de caridad, son mencionadas por un 5% aproximadamente de entrevistados.

Ahora bien, el grado de pertenencia a asociaciones es mayor entre los menores de 50 años, los de posición social y status socioeconómico medio y alto, los autopusionados en la izquierda y en la derecha, los insatisfechos con el Gobierno y el funcionamiento de la democracia y los votantes de todos los partidos políticos, excepto los votantes del PSOE, cuyo asociacionismo es menor.



Cuadro 6.6.1.

Entrevistados que perteneces a diferentes tipos de Asociaciones (*)

	V-87	X-95
TOTAL	(1.195)	(1.200)
% de Entrevistados que pertenecen a alguna asociación	(32%)	(29%)
Clubs de Futbol	6,7%	-%
Asociación cultura	6,2	5,6
Asociación profesional	3,7	3,6
Asociación ecologista	1,1	1,0
Asociación deportiva (como espectador)	-	3,6
Asociación deportiva (para practicar algún deporte)	-	5,4
Gimnasio	7,4	-
Partido Político	4,6	1,4
Asociación de vecinos o de barrio	3,5	3,6
Sindicato	1,8	3,6
Asociación religiosa	4,1	3,5
Asociación pacifista (Antinuclear)	-	0,4
Asociación feminista	0,7	0,8
Asociación lucha contra enfermedades	-	2,1
Asociación caridad o benéfica	-	5,0
Asociación ayuda a otros países	-	0,8
Otra	5,5	2,8
No pertenece a ninguna	68,4	68,4
NS/NC	-	2,9

(*) Los porcentajes no suman 100 porque cada entrevistado podía emitir más de una respuesta



Cuadro 6.6.2.

**Pertenencia a algún tipo de Asociación,
por Características Socioeconómicas.**

		ASOCIACIONES A LAS QUE PERTENECEN																	
Ns/ OCTUBRE 1995	Total (1)	Cul-	Eco-	Depor-	Depor-	Par-	Asoc.	Sin-	Reli-	Lucha			Ca-	Ayuda	paí-		O-		
		tu	lo-	tiva	tiva	Pol.	vecin.	cato	sa	fista	nista	medad	dad	ses	tra	(2)	Nc		
-																			
Total	(1210)	29	6%	4	1	4	5	1	4	4	3	*	1	2	5	1	3	68	3
Edad:																			
18 a 29 años	(316)	32	5%	3	2	3	11	1	2	3	3	1	*	3	3	1	2	66	4
30 a 49 años	(412)	32	6%	6	1	4	6	2	4	6	2	*	1	2	5	1	3	65	3
50 a 64 años	(261)	29	7%	4	-	4	2	2	4	2	7	-	2	2	7	2	4	67	4
65 y más años	(222)	19	3%	*	-	2	-	1	4	1	3	-	*	2	4	-	3	79	3
Posición Social:																			
Baja	(485)	20	3%	1	1	1	1	1	3	1	3	-	1	2	5	1	3	76	5
Media	(567)	32	7%	4	1	5	8	2	4	4	4	1	1	2	4	1	3	67	2
Alta	(158)	44	10%	10	1	6	10	3	6	10	3	1	1	3	8	1	3	52	5
Ideología:																			
Izquierda	(433)	33	6%	4	2	4	5	2	3	6	2	1	1	3	4	1	3	65	3
Centro	(218)	29	5%	3	*	5	7	-	6	3	2	-	-	1	6	*	3	68	3
Derecha	(206)	35	8%	5	*	4	10	4	2	3	8	-	*	2	7	1	2	61	5
Status Socioeconómico Familiar:																			
Alto, Medio alto	(254)	47	11%	8	2	5	13	3	6	7	4	1	1	5	9	2	3	52	2
Medio	(653)	25	5%	3	1	4	4	1	3	3	3	*	1	1	4	1	3	72	3
Medio Bajo	(279)	22	2%	1	*	2	2	*	4	1	4	-	1	2	4	1	3	74	4
Bajo	(24)	13	4%	-	4	-	-	-	-	-	4	-	-	-	-	-	-	83	4
Sector Económico:																			
No activos	(649)	24	4%	*	*	2	3	1	3	1	4	*	1	2	5	1	4	74	3
En paro	(138)	28	2%	5	2	5	7	2	1	5	4	-	-	1	4	-	1	66	7
Sec.Publico	(43)	51	16%	14	2	16	14	2	7	7	2	-	2	5	9	2	7	49	-
Sec.Priv.c/ajena	(295)	35	7%	5	1	5	8	2	4	8	2	1	1	2	5	*	2	62	3
Sec.Priv.c/propia	(84)	37	10%	13	4	2	5	1	6	4	4	1	1	4	5	1	-	60	2



Clientes de:																			
Bancos	(297)	38	7%	5	1	5	9	3	5	4	5	1	1	3	7	1	3	59	3
Cajas	(806)	28	6%	4	1	4	5	1	3	4	2	*	1	2	5	1	3	69	3
Intención de Voto:																			
PP	(266)	37	8%	5	*	6	9	3	5	3	6	-	*	1	8	1	3	59	4
CDS	(4)	51	-%	-	-	25	-	-	-	26	-	-	-	-	-	-	-	49	-
PSOE	(230)	25	6%	3	1	3	4	2	3	2	2	-	-	1	3	-	2	73	3
IU	(142)	33	6%	4	1	4	6	1	4	9	2	1	1	4	4	1	3	65	4
Nacion. derecha	(77)	30	3%	5	-	4	5	3	-	1	-	-	1	3	5	1	5	68	3
Nacion. izquierda	(26)	35	11%	11	4	8	8	-	4	4	-	-	-	7	4	-	-	65	-
Otros	(19)	32	5%	5	10	5	10	-	-	5	-	-	-	5	5	-	5	68	5
No votará	(137)	26	4%	1	1	1	2	-	4	2	6	1	1	1	5	1	4	73	2
No sabe	(202)	25	4%	2	1	2	4	1	3	4	2	1	2	4	5	1	3	72	3
No contesta	(105)	20	3%	4	-	4	6	-	4	1	4	-	1	1	3	1	2	76	4
Satisfacción con el Gobierno:																			
Satisfechos	(243)	25	4%	3	2	3	6	1	4	3	2	*	2	2	3	1	1	72	3
Indiferentes	(199)	18	4%	3	1	*	3	-	2	1	3	-	-	*	5	-	3	78	3
Insatisfechos	(743)	33	7%	4	1	5	6	2	4	4	4	1	1	2	6	1	3	65	3
Satisfacción con la Democracia:																			
Satisfechos	(480)	26	5%	3	1	3	6	1	4	3	3	*	1	2	5	*	2	71	4
Indiferentes	(199)	25	6%	4	1	3	3	1	4	2	5	1	-	1	7	1	2	74	3
Insatisfechos	(505)	33	7%	4	1	4	7	2	4	5	4	1	1	3	5	1	4	64	4

(1) ·% entrevistados que pertenecen a Asociaciones

(2) ·No pertenecen a Asociaciones

6.7. LA PLATAFORMA DEL 0,7%

La conciencia de solidaridad con los países menos desarrollados, sin embargo, parece haber crecido, aunque sólo sea verbalmente, en sólo un año. En efecto, un 60% de los entrevistados (47% en 1994) afirman estar de acuerdo con que se destine el 0,7% del presupuesto del Estado a los países menos desarrollados, frente a un 20% (32% en 1994) que dicen no estar de acuerdo con que España ayude a los países menos desarrollados mientras haya tantas personas en España que viven en la pobreza, y un 5% adicional está de acuerdo con la ayuda pero consideran excesiva la exigencia del 0,7%.

Es evidente, por tanto, que se trata de una cuestión controvertida, aunque la proporción favorable a conceder la ayuda al Tercer Mundo predomina sobre la contraria en todos los segmentos sociales. Pero los más favorables a conceder la ayuda al Tercer Mundo que exige la plataforma del 0,7% son los menores de 50 años, los de alta posición social y alto status socioeconómico, los de izquierda, los que trabajan en el sector público y privado, y los votantes de IU y partidos nacionalistas.



Cuadro 6.7.1.

Frase que se aproxima más a su opinión sobre la Plataforma del 0,7%.

	XI-94	X-95
TOTAL	(1.210)	(1.210)
Estoy totalmente de acuerdo con que se destine el 0,7% del presupuesto del Estado a los países menos desarrollados.....	47%	60%
Estoy de acuerdo con que se ayude al Tercer Mundo, pero creo que la cantidad que exige la Plataforma 0,7% es excesiva.....	9	5
No estoy de acuerdo con que España ayude a los países menos desarrollados mientras haya tantas personas en España que viven en la pobreza.....	32	20
No estoy de acuerdo con que España ayude a los países menos desarrollados, pues la ayuda va a parar a los bolsillos de los dirigentes de estos países, pero al pueblo no le llega nada.....	8	7
NS/NC.....	5	8



Cuadro 6.7.2.

Frase que se aproxima más a su opinión sobre el 0,7%,
por Características Socioeconómicas.

OCTUBRE 1995	Total	(1)	(2)	(3)	(4)	Ns/Nc
Total	(1210)	60%	5	20	7	8
Edad:						
18 a 29 años	(316)	65%	5	16	8	6
30 a 49 años	(412)	65%	4	19	6	6
50 a 64 años	(261)	56%	6	22	7	9
65 y más años	(222)	49%	7	23	6	15
Posición Social:						
Baja	(485)	56%	5	21	6	13
Media	(567)	60%	6	20	8	6
Alta	(158)	75%	4	13	6	2
Ideología:						
Izquierda	(433)	65%	6	17	6	5
Centro	(218)	62%	6	21	4	6
Derecha	(206)	59%	4	22	9	6
Status Socioeconómico Familiar:						
Alto, Medio alto	(254)	69%	4	17	8	2
Medio	(653)	61%	5	19	7	8
Medio Bajo	(279)	53%	5	21	7	13
Bajo	(24)	42%	4	34	4	16
Sector Económico:						
No activos	(649)	59%	6	20	5	10
En paro	(138)	55%	4	26	8	7
Sec.Publico	(43)	67%	5	14	7	7
Sec.Priv.c/ajena	(295)	64%	5	16	9	6
Sec.Priv.c/propia	(84)	65%	2	19	8	5
Clientes de:						
Bancos	(297)	62%	4	20	7	7
Cajas	(806)	60%	6	20	7	7
Intención de Voto Directa:						
PP	(266)	58%	5	23	7	7
CDS	(4)	76%	-	-	-	24



PSOE	(230)	58%	7	20	7	9
IU	(142)	68%	4	15	8	6
Nacion. derecha	(77)	66%	8	17	8	2
Nacion. izquierda	(26)	61%	4	15	12	8
Otros	(19)	84%	-	16	-	-
No votará	(137)	62%	4	20	7	8
No sabe	(202)	56%	5	21	5	12
No contesta	(105)	60%	3	20	8	10
Satisfacción con el Gobierno:						
Satisfechos	(243)	61%	6	17	5	10
Indiferentes	(199)	65%	2	18	5	9
Insatisfechos	(743)	60%	5	21	8	6
Satisfacción con la Democracia:						
Satisfechos	(480)	65%	6	15	5	8
Indiferentes	(199)	59%	4	20	6	12
Insatisfechos	(505)	57%	4	24	9	6

- (1) ·Estoy totalmente de acuerdo con que se destine el 0,7% del Presupuesto del Estado para ayudas a los países menos desarrollados.
- (2) ·Estoy de acuerdo con que se ayude al Tercer Mundo, pero creo que la cantidad que exige la Plataforma 0,7% es excesiva.
- (3) ·No estoy de acuerdo con que España ayude a los países menos desarrollados mientras haya tantas personas en España que viven en la pobreza.
- (4) ·No estoy de acuerdo con que España ayude a los países menos desarrollados, pues la ayuda va a parar a los bolsillos de los dirigentes de estos países, pero al pueblo no le llega nada.

6.8. ESPAÑA Y LA UE

El grado de satisfacción de los españoles con la integración de España en la Unión Europea se mantiene más o menos en el mismo nivel que habitualmente, aunque el de este mes es ligeramente superior al observado desde el mes de marzo de 1994.

El grado de satisfacción es especialmente alto entre los votantes del PSOE y los satisfechos con el Gobierno, y el funcionamiento de la democracia, pero especialmente bajo entre los autopusicionados en la derecha, los trabajadores por cuenta propia, los votantes del PP y los votantes a partidos nacionalistas de izquierda, y los insatisfechos con el funcionamiento de la democracia y con el Gobierno.

En cualquier caso, se siguen considerando más bien positivas las consecuencias de esta integración para España y, en menor medida, para la propia Comunidad Autónoma en que vive el entrevistado, y en ambos casos los índices correspondientes son algo más altos que en meses anteriores, especialmente en lo que se refiere a la propia comunidad.

Los votantes a otros partidos y los que afirman no estar nada satisfechos con la integración de España en la UE son los únicos segmentos sociales que creen que los perjuicios para España y para su Comunidad Autónoma son mayores que los beneficios derivados de esta integración.



Cuadro 6.8.1.

Grado de Satisfacción con la Pertenencia de España a la UE

	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95	IX-95	X-95
Total	(1.212)	(1.210)	(1.210)	(1.215)	(1.211)	(1.219)	(1.213)	(1.213)	(1.221)	(1.209)	(1.217)	(1.210)
Muy Satisfecho	11%	13%	13%	14%	16%	15%	12%	12%	14%	12%	14%	14%
Algo Satisfecho	58	57	57	57	57	53	56	48	52	53	51	52
Nada Satisfecho	21	22	20	21	20	23	24	32	24	23	27	24
NS/NC	11	7	10	8	7	9	9	9	10	12	9	10
INDICE	89	91	92	93	96	92	88	80	89	89	87	90



Cuadro 6.8.2.

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

OCTUBRE 1995	Total	Muy Sa- tisfecho	Algo Sa- tisfecho	Nada Sa- tisfecho	Ns/Nc	INDICE
Total	(1210)	14%	52	24	10	90
Edad:						
18 a 29 años	(316)	13%	58	23	6	90
30 a 49 años	(412)	14%	53	26	8	89
50 a 64 años	(261)	14%	50	26	10	88
65 y más años	(222)	13%	45	19	23	94
Posición Social:						
Baja	(485)	13%	51	20	17	93
Media	(567)	14%	53	25	7	89
Alta	(158)	16%	51	31	2	85
Ideología:						
Izquierda	(433)	20%	52	22	6	98
Centro	(218)	11%	57	23	9	89
Derecha	(206)	10%	52	32	5	78
Status Socioeconómico Familiar:						
Alto, Medio alto	(254)	15%	52	28	5	87
Medio	(653)	13%	53	25	9	89
Medio Bajo	(279)	14%	50	18	18	97
Bajo	(24)	8%	46	21	25	87
Sector Económico:						
No activos	(649)	13%	52	20	14	93
En paro	(138)	17%	51	23	9	93
Sec.Publico	(43)	16%	56	26	2	91
Sec.Priv.c/ajena	(295)	13%	52	29	6	84
Sec.Priv.c/propia	(84)	13%	49	31	6	82
Clientes de:						
Bancos	(297)	18%	49	25	8	93
Cajas	(806)	13%	54	23	10	90



Intención de Voto:						
PP	(266)	11%	49	32	8	79
CDS	(4)	26%	50	24	-	103
PSOE	(230)	31%	52	10	6	121
IU	(142)	10%	55	30	4	80
Nacion. derecha	(77)	10%	49	30	11	80
Nacion. izquierda	(26)	4%	58	27	12	77
Otros	(19)	15%	47	37	-	78
No votará	(137)	7%	53	28	13	79
No sabe	(202)	11%	49	19	21	92
No contesta	(105)	8%	60	20	12	87
Satisfacción con el Gobierno:						
Satisfechos	(243)	29%	54	9	9	120
Indiferentes	(199)	11%	57	18	14	94
Insatisfechos	(743)	10%	51	31	9	79
Satisfacción con la Democracia:						
Satisfechos	(480)	20%	60	14	6	106
Indiferentes	(199)	10%	53	22	16	88
Insatisfechos	(505)	10%	45	35	10	75



Cuadro 6.8.3.

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

España												
	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95	IX-95	X-95
Total	(1.212)	(1.210)	(1.210)	(1.215)	(1.211)	(1.219)	(1.213)	(1.213)	(1.221)	(1.209)	(1.217)	(1.210)
Muy beneficioso	9%	8%	9%	8%	9%	8%	8%	6%	9%	8%	9%	9%
Algo beneficioso	52	54	54	56	56	55	52	45	51	50	47	51
Algo perjudicial	22	20	19	18	21	19	21	25	20	21	21	21
Muy perjudicial	5	8	6	8	5	8	9	12	8	7	12	9
NS/NC	12	10	12	9	9	10	11	12	12	14	11	11
INDICE	133	134	137	139	138	136	130	114	132	131	124	130

Comunidad Autónoma												
	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95	IX-95	X-95
Total	(1.222)	(1.210)	(1.210)	(1.215)	(1.211)	(1.219)	(1.213)	(1.213)	(1.221)	(1.209)	(1.217)	(1.210)
Muy beneficioso	8%	7%	8%	9%	9%	8%	7%	6%	9%	8%	9%	9%
Algo beneficioso	48	51	50	51	51	50	49	43	46	44	43	48
Algo perjudicial	21	23	20	19	22	20	20	23	21	20	20	18



Muy perjudicial	9	10	10	10	7	11	11	16	12	11	17	14
NS/NC	13	10	12	10	11	11	13	12	12	16	12	12
INDICE	125	125	128	131	131	127	125	110	122	120	115	125

Cuadro 6.8.4.

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

OCTUBRE 1995	Total	ESPAÑA	CCAA
Total	(1210)	130	125
Edad:			
18 a 29 años	(316)	133	126
30 a 49 años	(412)	133	128
50 a 64 años	(261)	124	118
65 y más años	(222)	128	125
Posición Social:			
Baja	(485)	130	126
Media	(567)	131	123
Alta	(158)	126	126
Ideología:			
Izquierda	(433)	140	135
Centro	(218)	137	138
Derecha	(206)	115	101
Status Socioeconómico Familiar:			
Alto, Medio alto	(254)	127	116
Medio	(653)	131	126
Medio Bajo	(279)	130	128
Bajo	(24)	133	125



Sector Económico:			
No activos	(649)	132	128
En paro	(138)	125	120
Sec.Publico	(43)	137	128
Sec.Priv.c/ajena	(295)	130	123
Sec.Priv.c/propia	(84)	120	112
Clientes de:			
Bancos	(297)	129	118
Cajas	(806)	132	130
Intención de Voto Directa:			
PP	(266)	115	105
CDS	(4)	153	153
PSOE	(230)	165	164
IU	(142)	116	115
Nacion. derecha	(77)	133	129
Nacion. izquierda	(26)	116	108
Otros	(19)	99	110
No votará	(137)	121	111
No sabe	(202)	130	124
No contesta	(105)	129	124
Satisfacción con la Pertenencia a la UE:			
Muy satisfecho	(167)	191	182
Algo satisfecho	(630)	173	164
Nada satisfecho	(287)	17	20
Satisfacción con el Gobierno:			
Satisfechos	(243)	167	164
Indiferentes	(199)	144	142
Insatisfechos	(743)	115	108
Satisfacción con la Democracia:			
Satisfechos	(480)	153	148
Indiferentes	(199)	128	121
Insatisfechos	(505)	110	105

6.9. EL CONFLICTO EN LA EX-YUGOSLAVIA

Más de la mitad de los entrevistados se consideran medianamente informados sobre el conflicto de la ex- Yugoslavia, pero si bien un tercio se consideran muy bien informados, sólo un 11% se consideran muy mal informados.

Los entrevistados de más edad, los de baja posición social y status socioeconómico, los no activos, los votantes del PSOE y los satisfechos con el Gobierno y la democracia son los que en mayor medida afirman estar muy bien informados del conflicto en la ex-Yugoslavia.

Sin embargo, dos tercios de los entrevistados no opinan respecto a quién fué el principal responsable del inicio de este conflicto y quién el principal responsable de su continuación. No obstante, Serbia (o los comunistas) es la más citada como responsable en uno y otro caso (21% y 10%, respectivamente).

Pero, además, en todos los segmentos analizados destaca Serbia como el principal responsable de que se iniciara el conflicto en la ex-Yugoslavia así como de su continuación.

En cuanto a lo que España debería hacer, se mantienen casi idénticas las opiniones ya observadas el pasado mes de septiembre, y en gran medida coincidentes con las observadas desde febrero de 1994, en el sentido de que predomina la opinión de que España debería retirar sus tropas de aquella zona (51%), frente a algo más de un tercio que se muestra más bien partidario de mantener las tropas.

Retirar las tropas de la ex-Yugoslavia es la opción más aludida por la mayoría de los entrevistados en los diferentes segmentos analizados excepto entre los más jóvenes, los de alta posición social, los parados y los votantes del CDS y los partidos nacionalistas de izquierda que prefieren mantener las tropas.



Cuadro 6.9.1.

Sensación de estar informado o no sobre el conflicto de la ex-Yugoslavia,
por Características Socioeconómicas.

OCTUBRE 1995	Total	Muy bien informado	Medianamente informado	Muy mal informado	Ns/Nc
Total	(1210)	33%	53	11	4
Edad:					
18 a 29 años	(316)	31%	55	13	1
30 a 49 años	(412)	25%	59	14	2
50 a 64 años	(261)	36%	51	9	4
65 y más años	(222)	46%	38	6	10
Posición Social:					
Baja	(485)	43%	44	7	6
Media	(567)	28%	58	11	2
Alta	(158)	17%	60	22	1
Ideología:					
Izquierda	(433)	27%	58	13	2
Centro	(218)	34%	51	11	4
Derecha	(206)	24%	60	14	2
Status Socioeconómico Familiar:					
Alto, Medio alto	(254)	20%	59	21	1
Medio	(653)	32%	57	8	2
Medio Bajo	(279)	43%	40	8	10
Bajo	(24)	58%	17	21	4
Sector Económico:					
No activos	(649)	38%	47	9	6
En paro	(138)	31%	53	12	4
Sec.Publico	(43)	14%	67	16	2
Sec.Priv.c/ajena	(295)	26%	59	14	1
Sec.Priv.c/propia	(84)	28%	59	12	1
Clientes de:					
Bancos	(297)	26%	58	14	2
Cajas	(806)	32%	53	11	3



Intención de Voto Directa:					
PP	(266)	27%	55	15	3
CDS	(4)	24%	76	-	-
PSOE	(230)	39%	47	12	3
IU	(142)	23%	64	11	2
Nacion. derecha	(77)	25%	57	10	8
Nacion. izquierda	(26)	31%	61	8	-
Otros	(19)	37%	42	21	-
No votará	(137)	41%	45	9	5
No sabe	(202)	39%	47	10	4
No contesta	(105)	28%	59	6	7
Satisfacción con el Gobierno:					
Satisfechos	(243)	39%	45	13	3
Indiferentes	(199)	39%	48	9	4
Insatisfechos	(743)	29%	57	11	3
Satisfacción con la Democracia:					
Satisfechos	(480)	32%	53	12	3
Indiferentes	(199)	41%	46	9	4
Insatisfechos	(505)	30%	56	11	3



Cuadro 6.9.2.

Principal Responsable del inicio y la continuación
del Conflicto en la ex-Yugoslavia.

OCTUBRE 1995	Responsable de	
	Inicio	Continuación
Total	(1.210)	(1.210)
La OTAN	1%	4%
Serbia (los comunistas)	21	10
Alemania	1	1
Croacia	1	2
La Unión Europea (Europa, etc)	1	3
Bosnia (los musulmanes)	3	2
La ONU (Naciones Unidas)	2	5
Rusia	1	1
Estados Unidos	1	2
Los Países Arabes	*	*
Otro	4	5
NS/NC	63	63



Cuadro 6.9.3.

Responsable de que se iniciara el conflicto en la ex-Yugoslavia,
por Características Socioeconómicas.

OCTUBRE 1995	Total	La OTAN	Serbia	Ale- mania	Croacia	La Unión Europea	Bosnia	La ONU	Rusia	EEUU	Los Países Arabes	Otro	Ns/ Nc
Total	(1210)	1%	21	1	1	1	3	2	1	1	*	4	63
Edad:													
18 a 29 años	(316)	2%	25	-	2	1	3	2	1	1	-	4	59
30 a 49 años	(412)	2%	26	1	1	*	3	1	2	2	*	6	55
50 a 64 años	(261)	-%	15	1	2	3	3	2	*	*	1	4	68
65 y más años	(222)	*%	11	1	-	*	2	2	1	1	-	3	78
Posición Social:													
Baja	(485)	1%	13	-	1	*	3	1	1	1	-	3	76
Media	(567)	2%	22	1	1	1	4	2	2	1	*	6	58
Alta	(158)	3%	38	2	1	2	2	1	3	2	1	5	40
Ideología:													
Izquierda	(433)	2%	28	1	1	1	3	2	1	2	*	4	55
Centro	(218)	1%	19	*	2	1	4	1	2	1	-	5	63
Derecha	(206)	2%	26	*	1	2	4	1	2	1	1	4	55
Status Socioeconómico Familiar:													
Alto, Medio alto	(254)	3%	33	1	2	2	4	2	2	2	*	5	45
Medio	(653)	1%	21	*	1	1	3	1	2	2	*	4	63
Medio Bajo	(279)	1%	8	1	1	1	3	2	*	*	1	4	78
Bajo	(24)	-%	9	-	4	-	-	4	4	-	-	13	66
Sector Económico:													
No activos	(649)	1%	16	*	1	1	4	1	1	1	-	4	70
En paro	(138)	-%	21	1	2	1	2	1	1	1	1	6	61
Sec.Publico	(43)	-%	23	2	-	-	5	5	5	2	2	7	49
Sec.Priv.c/ajena	(295)	2%	29	*	2	1	2	1	2	2	-	5	54
Sec.Priv.c/propia	(84)	2%	25	1	1	4	5	6	1	2	1	2	48
Clientes de:													
Bancos	(297)	1%	23	1	1	2	3	3	2	2	1	4	57
Cajas	(806)	1%	22	1	1	1	3	1	1	1	1	4	63



Intención de Voto Directa:													
PP	(266)	1%	20	1	2	2	3	2	2	1	1	6	59
CDS	(4)	-%	25	-	-	-	-	26	-	-	-	-	49
PSOE	(230)	1%	19	*	*	1	1	1	1	2	*	3	69
IU	(142)	4%	31	2	1	1	4	1	1	2	1	6	46
Nacion. derecha	(77)	-%	25	-	-	3	6	2	5	-	-	4	55
Nacion. izquierda	(26)	-%	35	-	12	-	-	4	4	8	-	-	38
Otros	(19)	5%	21	-	-	-	5	-	5	-	-	11	52
No votará	(137)	-%	13	1	2	-	4	1	1	1	-	4	73
No sabe	(202)	1%	17	1	2	1	3	1	1	-	-	2	72
No contesta	(105)	2%	21	-	1	-	2	2	1	-	-	5	67
Satisfacción con el Gobierno:													
Satisfechos	(243)	*%	20	1	1	*	1	2	2	*	*	5	66
Indiferentes	(199)	1%	13	-	2	1	1	2	1	1	-	3	77
Insatisfechos	(743)	2%	23	1	1	1	4	1	1	2	*	5	58
Satisfacción con la Democracia:													
Satisfechos	(480)	1%	23	1	1	1	2	2	1	2	1	4	62
Indiferentes	(199)	1%	11	-	2	1	3	2	-	1	-	4	78
Insatisfechos	(505)	2%	23	1	2	1	4	2	2	1	*	5	58



Cuadro 6.9.4.

**Responsable de que continúe el conflicto en la ex-Yugoslavia,
por Características Socioeconómicas.**

OCTUBRE 1995	Total	La OTAN	Serbia	Ale- mania	Croacia	La Unión Europea	Bosnia	La ONU	Rusia	EEUU	Los Países Arabes	Otro	Ns/ Nc
Total	(1210)	4%	10	1	2	3	2	5	1	2	*	5	63
Edad:													
18 a 29 años	(316)	6%	11	1	3	5	3	5	1	2	1	5	59
30 a 49 años	(412)	6%	13	1	1	3	2	6	2	3	*	5	57
50 a 64 años	(261)	2%	8	-	1	4	2	6	2	2	-	6	67
65 y más años	(222)	1%	8	1	1	2	2	2	1	1	-	3	78
Posición Social:													
Baja	(485)	2%	8	*	2	1	2	4	1	2	*	3	75
Media	(567)	6%	10	1	2	5	2	4	1	2	*	6	60
Alta	(158)	6%	19	1	1	6	3	12	1	3	1	6	41
Ideología:													
Izquierda	(433)	7%	13	1	2	4	2	6	1	2	*	4	56
Centro	(218)	3%	12	-	2	4	4	4	2	1	-	5	62
Derecha	(206)	4%	11	1	2	5	4	5	2	2	*	4	58
Status Socioeconómico Familiar:													
Alto, Medio alto	(254)	7%	16	1	3	7	4	7	1	2	1	5	47
Medio	(653)	4%	10	1	2	3	2	5	2	3	*	4	64
Medio Bajo	(279)	2%	7	1	1	2	2	3	*	2	-	5	77
Bajo	(24)	8%	4	-	-	-	4	-	-	-	-	17	66
Sector Económico:													
No activos	(649)	3%	9	1	2	2	2	4	1	2	*	5	70
En paro	(138)	6%	13	1	2	3	1	3	1	5	-	3	62
Sec.Publico	(43)	2%	21	-	-	5	-	9	-	5	-	5	53
Sec.Priv.c/ajena	(295)	6%	11	1	3	6	3	6	2	2	*	5	55
Sec.Priv.c/propia	(84)	7%	11	1	1	5	1	11	2	2	1	5	52
Clientes de:													
Bancos	(297)	5%	10	1	2	3	3	9	*	3	1	4	57
Cajas	(806)	4%	11	1	2	4	2	5	2	2	*	4	64



Intención de Voto Directa:													
PP	(266)	4%	8	1	1	6	3	6	2	2	*	7	59
CDS	(4)	-%	-	-	-	-	25	26	-	-	-	-	49
PSOE	(230)	3%	13	1	1	2	2	3	2	3	-	3	67
IU	(142)	8%	13	2	3	8	1	4	1	4	1	6	49
Nacion. derecha	(77)	1%	17	-	3	3	-	8	3	3	-	4	60
Nacion. izquierda	(26)	19%	8	-	4	4	-	12	-	8	-	-	46
Otros	(19)	21%	5	-	5	5	-	10	-	-	-	5	47
No votará	(137)	4%	7	1	1	2	4	3	1	1	1	4	71
No sabe	(202)	3%	8	*	2	1	2	3	1	1	-	4	74
No contesta	(105)	6%	10	-	2	-	3	4	1	3	-	6	66
Satisfacción con el Gobierno:													
Satisfechos	(243)	3%	12	*	1	2	2	4	2	3	*	4	67
Indiferentes	(199)	3%	5	1	1	*	1	3	2	1	-	4	78
Insatisfechos	(743)	6%	12	1	2	5	3	6	1	2	*	5	58
Satisfacción con la Democracia:													
Satisfechos	(480)	4%	13	*	1	3	3	4	1	2	*	5	62
Indiferentes	(199)	2%	5	-	1	1	3	3	2	1	-	5	78
Insatisfechos	(505)	6%	10	2	2	5	2	6	1	3	*	5	59



Cuadro 6.9.5.

**Actitud de España ante los últimos acontecimientos
ocurridos en la Ex-Yugoslavia**

	II-94	III-94	IV-94	I-95	IX-95	X-95
Total	(1.219)	(1.216)	(1.221)	(1.215)	(1.217)	(1.210)
Mantener las tropas	24%	38%	43%	31%	37%	36%
Retirar las tropas	44	51	47	59	49	51
NS/NC	32	11	10	10	14	13

Cuadro 6.9.6.

**Decisión que debe tomar España sobre el conflicto de la ex-Yugoslavia,
por Características Socioeconómicas.**

OCTUBRE 1995	Total	Mantener tropas	Retirar tropas	Ns/Nc
Total	(1210)	36%	51	13
Edad:				
18 a 29 años	(316)	47%	41	11
30 a 49 años	(412)	40%	50	11
50 a 64 años	(261)	32%	58	11
65 y más años	(222)	21%	58	20
Posición Social:				
Baja	(485)	30%	53	17
Media	(567)	39%	50	11
Alta	(158)	49%	47	4



Ideología:				
Izquierda	(433)	45%	47	8
Centro	(218)	34%	53	13
Derecha	(206)	36%	54	10
Status Socioeconómico Familiar:				
Alto, Medio alto	(254)	45%	49	6
Medio	(653)	35%	52	13
Medio Bajo	(279)	32%	50	17
Bajo	(24)	34%	42	25
Sector Económico:				
No activos	(649)	32%	54	14
En paro	(138)	44%	43	13
Sec.Publico	(43)	42%	47	12
Sec.Priv.c/ajena	(295)	41%	49	10
Sec.Priv.c/propia	(84)	40%	49	11
Clientes de:				
Bancos	(297)	39%	52	8
Cajas	(806)	36%	52	12
Intención de Voto Directa:				
PP	(266)	37%	53	10
CDS	(4)	76%	24	-
PSOE	(230)	40%	51	9
IU	(142)	44%	50	6
Nacion. derecha	(77)	35%	51	14
Nacion. izquierda	(26)	50%	46	4
Otros	(19)	31%	42	26
No votará	(137)	29%	53	18
No sabe	(202)	33%	50	18
No contesta	(105)	31%	49	20
Satisfacción con el Gobierno:				
Satisfechos	(243)	41%	48	11
Indiferentes	(199)	28%	56	16
Insatisfechos	(743)	38%	51	11
Satisfacción con la Democracia:				
Satisfechos	(480)	42%	47	11
Indiferentes	(199)	31%	54	15
Insatisfechos	(505)	35%	53	12