

INFORME A.S.E.P.
sobre
LA OPINION PUBLICA DE LOS ESPAÑOLES
JUNIO - 2003

FICHA TECNICA

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

Diseño Muestral: 1.215 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 2 al 7 de Junio de 2.003, 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 18 de Junio 2.003.

**DIRECCION:
JUAN DIEZ NICOLAS**

COPYRIGHT ASEP S.A., 2003. PROHIBIDA LA REPRODUCCION TOTAL O PARCIAL, INCLUSO CITANDO LA FUENTE.

INDICE

	<u>Págs.</u>
1. EL SISTEMA DE INDICADORES SOCIALES ASEP	4
1.1. ANALISIS GENERAL DEL SISTEMA DE INDICADORES SOCIALES ASEP	7
1.2. ANALISIS ESPECIFICO DEL SISTEMA DE INDICADORES SOCIALES ASEP	12
2. ESTRUCTURA SOCIOECONOMICA DE LA POBLACION ESPAÑOLA	16
2.1. ESTRUCTURA SOCIOECONOMICA DE LOS HOGARES	18
2.2. STATUS SOCIOECONOMICO DE LOS INDIVIDUOS	24
2.3. INDICADORES DE PERSONALIDAD	33
3. ACTITUDES Y COMPORTAMIENTOS ECONOMICOS	38
3.1. EVALUACION DE LA COYUNTURA ECONOMICA	39
3.2. PAUTAS DE AHORRO	55
3.3. SATISFACCION CON LA VIDA	57
3.4. CLIENTELA DE INSTITUCIONES FINANCIERAS	60
4. ACTITUDES Y COMPORTAMIENTOS POLÍTICOS	68
4.1. DIMENSIONES IDEOLOGICAS BASICAS	69
4.2. IMAGEN DE INSTITUCIONES Y GRUPOS SOCIALES	83
4.3. IMAGEN DE PERSONAJES PUBLICOS	104
4.4. INTENCIONES DE VOTO	117
5. UTILIZACION DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN	140
5.1. INDICE DE EXPOSICION A LA INFORMACIÓN	143
5.2. PRENSA DIARIA	146
5.3. RADIO	150
5.4. TELEVISION	157
5.5. NIVEL DE OBJETIVIDAD INFORMATIVA DE LOS MEDIOS EN RELACION AL PP Y AL PSOE	165
6. LA ACTUALIDAD	173
6.1. ELECCIONES MUNICIPALES Y AUTONÓMICAS	175
6.2. ACTUACIONES DEL GOBIERNO	187
6.3. SEGURIDAD O LIBERTAD	191

1. SISTEMA DE INDICADORES SOCIALES ASEP

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, durante las cuales han sido muchos los intentos, individuales y colectivos, por construir un sistema de indicadores sociales, habiéndose llegado a algunas 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.

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. Una 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. Y una 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, concebida 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.

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 contrastarlos 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, y otros que suelen variar a lo largo de periodos más largos de tiempo, y cuya justificación es precisamente ésa, la de proporcionar cierta seguridad sobre la validez y fiabilidad del instrumento de investigación utilizado (el cuestionario mensual) sobre la base de la ausencia de cambios.

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. En este sentido, ASEP ha revisado anualmente su sistema de indicadores, desde el inicial en el curso 1986-87 hasta el actual para el curso 1.999-2.000, tratando de mejorarlo sobre la base de la experiencia de su utilización durante esos años. Los criterios para seleccionar dichos indicadores han sido y son los siguientes:

- 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.

1.1. ANALISIS GENERAL DEL SISTEMA DE INDICADORES SOCIALES ASEP

Los dieciocho 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. ISUE: Índice de Satisfacción con la Pertenencia de España en la UE.
15. IBUE: Índice del Beneficio para España por su Pertenencia a la UE.
16. IBCA: Índice del Beneficio para la Comunidad Autónoma por la Pertenencia de España a la UE.
17. IBEN: Índice del Beneficio para el Entrevistado por la Pertenencia de España a la UE.
18. IEI: Índice de Exposición a la Información.

En el Cuadro 1.1.1. se ofrece el valor de cada uno de los dieciocho 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 meses.

El análisis global del Sistema de Indicadores ASEP para este mes puede resumirse así:

- El Sistema de Indicadores ASEP este mes refleja una clara mejora del clima de la opinión pública, tanto en lo que se refiere a los aspectos económicos como en los políticos. Así, los dos indicadores principales relativos a la situación económica nacional, el Sentimiento del Consumidor y la Evaluación de la Situación Económica han aumentado dos y cuatro puntos respectivamente por comparación con los resultados obtenidos en mayo, pero a pesar de ello los dos indicadores continúan por debajo del nivel de equilibrio, indicando que sigue habiendo más pesimistas e insatisfechos que optimistas y satisfechos. Los dos indicadores, por tanto, retornan a los niveles que alcanzaron en enero del 2001 (similares por otra parte a los observados poco antes de las elecciones de 1996), pero sigue por debajo del nivel de equilibrio. Los españoles parecen haber aceptado las explicaciones del Gobierno relativas a que la situación económica española es mejor que la que se observa en otros países europeos. Por supuesto, como se ha dicho, los dos indicadores se mantienen por debajo del nivel de equilibrio (92 y 87 puntos respectivamente en una escala de 0 a 200). Puede por tanto afirmarse que los españoles siguen estando preocupados por la situación económica nacional y por su propia situación económica personal, pero en menor medida que los estuvieron desde después del verano del 2002.
- Los dos indicadores de ahorro (Propensión al Ahorro y Proporción de Ahorradores), han mejorado también algo al compararlos con los obtenidos a lo largo de este año (los dos mejoran en dos puntos), pero siguen por debajo de los obtenidos hasta diciembre del 2002. No sólo los datos de las investigaciones de ASEP, sino los informes publicados recientemente por diferentes instituciones financieras y estadísticas, coinciden en señalar que ha disminuido significativamente la proporción de hogares españoles que no ahorran nada, aunque el volumen de ahorro de los que ahorran puedan estar creciendo (lo que pondría de manifiesto un incremento de las desigualdades sociales).
- Los indicadores sociales son menos susceptibles de variación, si bien de un mes a otro pueden producirse ligeras oscilaciones. La confianza en la situación económica personal, medida por el índice de Optimismo, se mantiene en el mismo nivel que el mes pasado, pero sigue situado (como lo ha hecho desde hace más de un año) por

debajo del nivel de equilibrio, aunque solo 4 puntos por debajo del nivel de equilibrio este mes). La proporción de post-materialistas se mantiene por quinto mes consecutivo por encima del 40%, lo que implica que aunque la mayoría de los españoles siguen concediendo más importancia a la seguridad personal y a la seguridad económica (mantener el orden y luchar contra la subida de precios) que a los nuevos valores de participación social, calidad de vida, etc..., poco a poco aumenta la proporción de los que se orientan hacia estos nuevos valores.

- Los indicadores políticos también muestran una clara mejora, aunque se mantienen en valores en algunos casos bastante negativos. Así, la Satisfacción con el funcionamiento de la Democracia aumenta otros ocho puntos por comparación con el dato del mes pasado, y se sitúa ya en el alto nivel de hace un año. Y la Satisfacción con el Gobierno aumenta también significativamente, alcanzando el nivel que tenía en enero de este año, pero continúa por debajo del nivel de equilibrio (7 puntos por debajo), indicando más insatisfechos que satisfechos. Debe recordarse que hasta finales del 2002 la Satisfacción con el Gobierno fue habitualmente positiva, es decir, superior al nivel de equilibrio.
- La exposición a la información disminuye este mes significativamente, alcanzando un valor más o menos en el nivel de equilibrio.
- Los cuatro indicadores relativos a la Unión Europea, muestran todos ellos valores similares aunque algo más bajos que los de meses precedentes, con valores bastantes altos, indicativos de una clara satisfacción por pertenecer a la UE y de una indiscutible percepción de beneficios (más que de perjuicios) para España, para la Comunidad Autónoma y para el propio entrevistado por esa pertenencia. Como se ha dicho en diversas ocasiones, la persistencia de estos valores indica que las actitudes de los españoles hacia la Unión Europea están muy consolidadas, al menos de momento.
- 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 12 de marzo de 2.000 se observan los siguientes cambios:
 - Disminución del PP, partidos nacionalistas de centro y derecha y la abstención estimada, (que incluye también a los indecisos o a los que ocultan



sus intenciones),

- Ligeramente incremento para PSOE, IU y partidos nacionalistas de izquierda,
- Estabilidad de voto para "otros" partidos.

Cuadro 1.1.1.

Sistema de Indicadores Sociales ASEP.

	VI-02	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03
ECONOMICOS Y DE CONSUMO												
1 –ISC	89	90	87	84	85	80	80	80	81	85	90	92
2 –IESE	82	81	76	73	73	66	71	63	65	71	83	87
3 –IPA	131	135	131	128	133	134	122	125	129	123	128	130
4 –IA	39	42	38	38	39	42	32	34	35	31	36	38
SOCIALES												
5 –ISCV	177	182	178	176	179	172	172	174	181	176	177	178
6 –IO	94	96	91	89	90	88	85	88	90	92	96	96
7 –IPR	2,1	2,1	2,1	2,2	2,2	2,2	2,3	2,3	2,2	2,2	2,2	2,2
8 –IPM	35	37	34	35	37	43	39	40	40	40	43	41
POLITICOS												
9 –ISD	143	147	151	147	156	141	146	130	140	119	128	136
10 –ISG	103	99	100	101	102	86	93	85	81	68	87	93
11 –IAP	35	30	32	34	32	32	35	30	32	34	31	27
12 –IPI	3,5	3,5	3,6	3,6	3,5	3,5	3,5	3,5	3,5	3,4	3,6	3,5
13 –ISN	3,2	3,1	3,1	3,2	3,1	3,2	3,3	3,2	3,1	3,0	3,1	3,1
14 –ISUE	110	110	111	110	113	108	109	110	115	116	116	117
15 –IBUE	175	173	173	177	176	171	167	176	177	172	182	179
16 –IBCA	172	171	170	173	172	168	164	170	173	169	181	177
17. IBEN	167	167	167	166	164	165	160	165	167	165	177	172
EXPOSICION A INFORMACION												
18 –IEI	100	99	100	102	105	99	108	108	107	99	112	102
INTENCION DIRECTA DE VOTO												
- PP	26,7	26,0	25,4	27,6	22,8	22,4	23,5	24,4	22,7	18,7	25,4	27,7
- PSOE	24,2	29,8	27,6	24,8	31,8	30,8	28,2	32,4	32,5	34,5	30,9	30,0
- IU	4,9	4,8	4,8	4,6	4,0	3,5	4,2	3,8	3,3	4,2	5,0	4,8
- Otros	12,1	12,6	12,5	12,1	11,9	13,9	12,2	11,4	12,9	12,7	10,7	11,8
- No Votará	13,2	10,5	11,5	11,4	10,9	12,1	11,4	9,7	10,2	9,0	8,4	8,6
- NS/NC	18,9	16,3	18,2	19,5	18,6	17,4	20,5	18,3	18,4	20,9	19,6	17,1
INTENCION DE VOTO ESTIMADA												
- PP	28,1	29,3	27,2	29,5	27,0	27,6	26,9	26,9	25,7	22,5	27,7	29,0
- PSOE	25,2	26,0	26,9	25,0	27,1	29,3	28,6	31,0	30,2	32,3	28,4	27,0
- IU	4,1	4,0	4,4	4,5	3,8	3,8	3,9	3,6	3,9	4,4	4,3	4,1
- Nacional. Derecha	5,5	5,1	6,4	5,5	4,9	5,8	5,3	4,9	6,0	5,3	5,1	5,8
- Nacional. Izquierda	2,2	2,3	2,5	2,8	2,1	2,7	2,8	2,4	2,5	2,4	2,3	2,5
- Otros	3,6	3,9	3,9	3,9	3,1	3,5	4,6	3,4	4,2	3,7	3,7	3,6
- Abstención	31,3	29,4	28,7	28,8	32,0	27,3	27,9	27,8	27,5	29,4	28,5	28,0

1.2. ANALISIS ESPECIFICO DEL SISTEMA DE INDICADORES SOCIALES ASEP

Aunque cada uno de los dieciocho 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 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.

Cuadro 1.2.0.

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

INDICADORES:	VI-02	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03
Total	(1.222)	(1.212)	(1.212)	(1.208)	(1.202)	(1.210)	(1.215)	(1.209)	(1.210)	(1.205)	(1.210)	(1.215)
	%											
Evaluación Situación Económica												
Optimistas	12	11	10	9	16	10	14	9	11	12	13	14
Pesimistas	30	30	34	37	38	43	44	46	46	41	30	27
Propensión al Ahorro												
Ahorran	39	42	38	38	39	42	32	34	35	31	36	38
Se Endeudan	8	7	7	9	7	8	10	9	6	9	8	8
Satisfacción con Calidad de Vida												
Satisfechos	84	87	85	84	86	81	81	83	86	83	84	84
Insatisfechos	8	6	6	8	7	9	9	9	5	8	7	6
Optimismo Personal												
Optimistas	14	16	14	14	16	15	16	16	15	15	16	15
Pesimistas	20	19	23	25	26	28	32	27	24	23	19	19
Práctica Religiosa												
Alta	15	15	16	18	17	17	19	18	17	16	17	18
Baja	62	64	61	59	60	59	58	58	58	56	58	57
Postmaterialismo												
Materialistas	65	63	66	65	63	57	61	60	60	60	57	59
Post-materialistas	35	37	34	35	37	43	39	40	40	40	43	41
Satisfacción con Democracia												
Satisfechos	62	65	67	64	71	62	64	56	62	50	56	58
Insatisfechos	20	18	16	16	16	21	18	27	23	31	29	22
Satisfacción con Gobierno												
Satisfechos	41	39	38	41	43	33	37	35	32	26	36	38
Insatisfechos	38	40	38	39	40	48	44	50	51	58	49	45
Posicionamiento Ideológico												
Izquierda	37	36	36	34	36	40	36	38	41	40	37	42
Centro	23	27	28	23	26	24	24	22	23	24	23	20
Derecha	17	16	15	17	12	15	14	16	16	14	17	19
Sentimiento Nacionalista												
Más nacionalistas	16	17	16	18	20	17	18	19	20	20	19	17
Más españoles	25	22	22	28	25	28	33	25	21	19	19	23
Satisfacción con Pertenencia a UE												
Satisfechos	17	18	18	17	19	18	18	17	21	23	22	22
Insatisfechos	6	8	7	6	6	9	9	8	6	7	6	5
Beneficio de España en la UE												
Beneficia	84	83	83	84	84	83	79	85	85	81	89	85
Perjudica	8	10	10	7	9	12	12	9	8	9	6	6
Beneficio de las CC.AA. en la UE												
Beneficia	81	82	80	82	82	81	76	82	83	79	88	84
Perjudica	9	11	11	8	11	13	13	11	9	10	7	7
Beneficio del Entrevistado en la UE:												
Beneficia	76	78	77	75	76	77	72	76	77	75	84	79
Perjudica	9	10	10	9	11	12	13	11	10	10	7	7
Exposición a Información												
Alta	50	50	50	51	52	50	54	54	54	50	56	51
Ninguna	10	9	7	7	8	10	8	8	7	7	8	9
Posición Social												
Alta	13	14	13	12	14	13	14	13	14	15	14	15
Baja	37	36	35	36	37	37	40	35	36	34	35	37
Intención de Voto Directa												
PP	27	26	25	28	23	22	24	24	23	19	25	28
PSOE	24	30	28	25	32	31	28	32	32	34	31	30
IU	5	5	5	5	4	4	4	4	3	4	5	5

Cuadro 1.2.1.

Sistema de Indicadores Sociales ASEP.

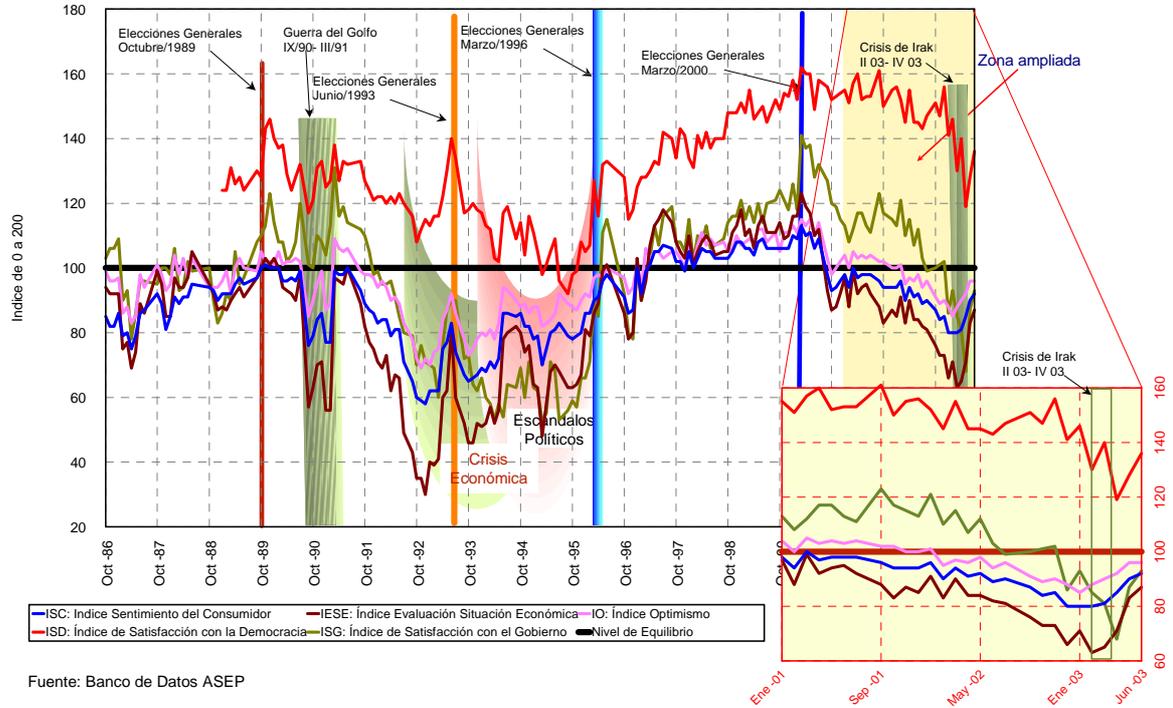
JUNIO 2003	Total	Económicos y de Consumo				Sociales			
		ISC	IESE	IPA	IA	ISCV	IO	IPR	IPM
TOTAL	(1215)	92	87	130	38	178	96	2,2	41
Evaluación de la Situación Económica:									
Optimistas	(165)	151	200	132	43	185	146	2,4	39
Pesimistas	(323)	45	-	123	33	167	64	2,0	42
Propensión al Ahorro:									
Ahorro algo	(460)	99	92	200	100	186	104	2,3	45
Prestan dinero	(93)	85	84	-	-	158	80	2,2	38
Satisfacción con la Calidad de Vida:									
Satisfecho	(1020)	95	89	134	40	200	100	2,2	43
Insatisfecho	(79)	70	58	103	22	-	62	2,0	33
Optimismo Personal:									
Optimista	(184)	142	128	135	42	188	200	2,3	42
Pesimista	(230)	39	38	113	26	157	-	2,2	34
Práctica Religiosa:									
Alta	(223)	99	98	137	42	178	100	4,3	31
Media	(211)	96	95	126	38	183	95	3,0	35
Baja	(696)	90	83	128	36	176	96	1,3	45
Postmaterialismo:									
Materialistas	(713)	93	88	128	36	175	94	2,4	-
Post-materialistas	(501)	92	86	134	41	182	100	2,0	100
Satisfacción con Democracia:									
Satisfechos	(709)	97	97	132	39	187	100	2,3	36
Insatisfechos	(272)	83	65	128	36	161	92	1,8	51
Satisfacción con Gobierno:									
Satisfechos	(457)	102	104	132	40	184	105	2,6	33
Insatisfechos	(542)	84	72	128	36	172	90	1,8	48
Posicionamiento Ideológico:									
Izquierda	(508)	86	77	130	37	175	92	1,8	48
Centro	(248)	95	91	124	33	180	99	2,2	41
Derecha	(236)	105	109	140	50	185	104	3,0	28
Sentimiento Nacionalista:									
Más nacionalistas	(209)	84	70	127	34	179	96	2,1	53
Igual	(694)	91	87	131	38	179	94	2,3	42
Más españoles	(281)	99	99	131	38	174	98	2,3	31
Satisfacción con pertenencia a UE:									
Satisfechos	(274)	101	98	135	44	182	103	2,3	48
Insatisfechos	(63)	92	78	145	58	163	95	2,4	39
Beneficio de España en la UE:									
Beneficia	(1037)	94	88	132	38	179	98	2,2	43
Perjudica	(74)	77	61	121	39	166	79	2,4	31
Beneficio de las CC.AA. en la UE:									
Beneficia	(1016)	94	88	132	38	179	98	2,2	43
Perjudica	(83)	81	67	123	43	168	88	2,3	36
Beneficio del Entrevistado en la UE:									
Beneficia	(961)	94	88	132	38	179	98	2,2	44
Perjudica	(88)	83	69	125	46	169	87	2,4	37
Exposición a la Información:									
Alta, Media	(621)	93	85	139	45	180	97	2,2	44
Baja, Ninguna	(594)	92	89	121	30	175	96	2,3	38
Posición Social:									
Baja	(453)	91	89	121	31	176	90	2,7	38
Media	(585)	94	87	132	40	179	99	2,0	41
Alta	(177)	92	80	146	50	177	103	1,8	51
Intención de Voto:									
PP	(336)	103	108	138	46	183	103	2,8	27
PSOE	(365)	85	77	124	31	173	91	1,9	43
IU	(58)	91	67	133	40	174	107	1,5	53

Cuadro 1.2.1. (Continuación)

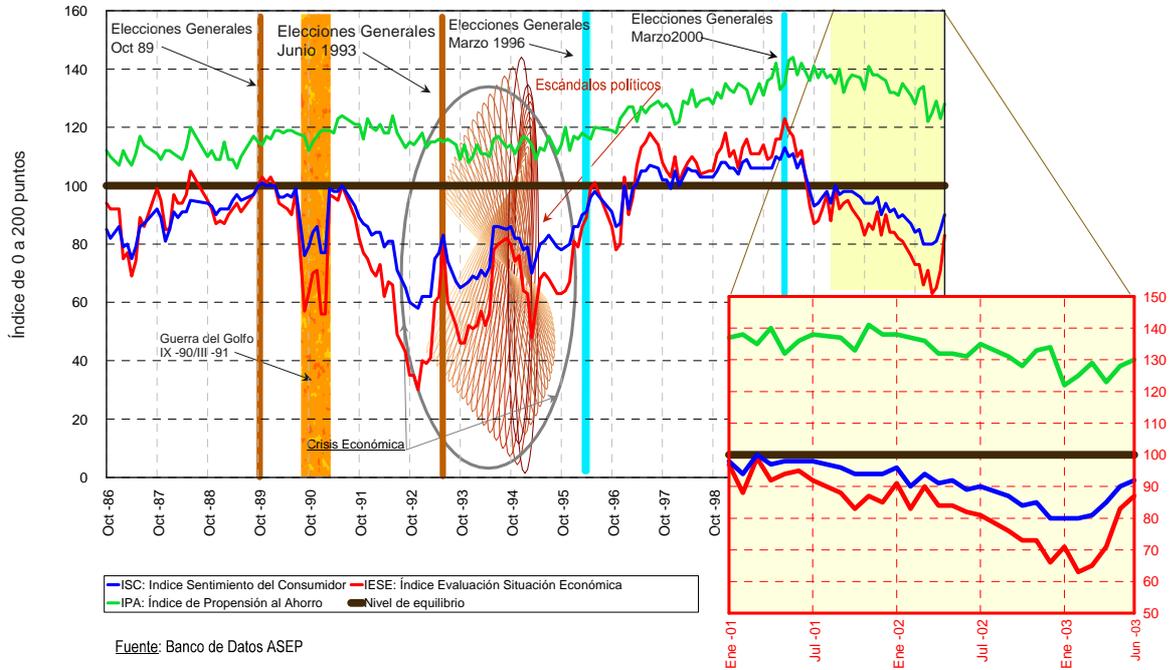
Sistema de Indicadores Sociales ASEP

JUNIO 2003	Total	Políticos										Intención de Voto		
		ISD	ISG	IAP	IPI	ISN	ISUE	IBES	IBCA	IBENT	IEI	PP	PSOE	IU
TOTAL	(1215)	136	93	27%	3,5	3,1	117	179	177	172	102	28	30	5
Evaluación de la Situación Económica:														
Optimistas	(165)	166	133	22%	4,1	3,5	135	184	177	171	101	50	22	2
Pesimistas	(323)	112	65	28%	3,1	3,0	115	171	170	164	110	17	38	7
Propensión al Ahorro:														
Ahorro algo	(460)	139	97	23%	3,6	3,2	118	180	176	171	123	34	24	5
Prestan dinero	(93)	133	95	29%	3,6	3,1	119	158	150	140	89	30	26	4
Satisfacción con la Calidad de Vida:														
Satisfecho	(1020)	143	96	27%	3,5	3,1	119	181	178	174	105	29	29	5
Insatisfecho	(79)	78	60	32%	3,0	3,3	106	170	170	163	100	21	37	4
Optimismo Personal:														
Optimista	(184)	147	112	25%	3,6	3,3	124	183	176	168	98	34	27	6
Pesimista	(230)	130	76	31%	3,2	3,2	114	168	166	159	97	23	36	3
Práctica Religiosa:														
Alta	(223)	156	136	23%	4,5	3,1	114	171	169	163	101	55	16	1
Media	(211)	154	119	30%	3,8	3,2	120	179	179	173	92	35	22	1
Baja	(696)	128	76	27%	3,1	3,1	116	181	178	173	104	19	37	6
Postmaterialismo:														
Materialistas	(713)	144	103	25%	3,6	3,3	115	176	174	168	98	34	29	4
Post-materialistas	(501)	124	78	29%	3,2	3,0	121	184	181	177	109	18	31	6
Satisfacción con Democracia:														
Satisfechos	(709)	200	123	24%	3,8	3,3	124	185	184	177	100	39	27	4
Insatisfechos	(272)	-	29	24%	2,9	2,9	108	173	169	167	127	8	39	9
Satisfacción con Gobierno:														
Satisfechos	(457)	178	200	21%	4,4	3,3	124	185	183	177	104	60	14	2
Insatisfechos	(542)	100	-	25%	2,7	3,0	114	177	175	172	111	3	49	8
Posicionamiento Ideológico:														
Izquierda	(508)	115	42	14%	2,3	3,1	115	178	175	172	109	4	58	10
Centro	(248)	145	123	37%	4,0	3,1	125	183	181	175	105	34	14	2
Derecha	(236)	173	167	8%	5,4	3,3	122	181	177	171	113	86	3	1
Sentimiento Nacionalista:														
Más nacionalistas	(209)	107	71	24%	3,2	1,8	114	177	173	167	109	18	22	5
Igual	(694)	139	92	26%	3,5	3,0	117	179	178	174	102	29	34	4
Más españoles	(281)	150	112	28%	3,7	4,6	121	184	179	173	98	34	28	6
Satisfacción con pertenencia a UE:														
Satisfechos	(274)	154	108	26%	3,7	3,2	200	196	195	193	115	37	27	3
Insatisfechos	(63)	102	73	27%	3,4	2,8	-	49	40	41	86	27	21	2
Beneficio de España en la UE:														
Beneficia	(1037)	139	96	26%	3,5	3,2	125	200	196	190	107	29	30	5
Perjudica	(74)	100	74	23%	3,2	3,0	50	-	16	12	89	19	36	4
Beneficio de las CC,AA, en la UE:														
Beneficia	(1016)	140	95	27%	3,5	3,1	125	199	200	193	108	29	30	5
Perjudica	(83)	95	75	21%	3,2	3,0	53	38	-	13	92	19	35	5
Beneficio del Entrevistado en la UE:														
Beneficia	(961)	139	94	26%	3,5	3,1	127	199	199	200	109	28	30	5
Perjudica	(88)	108	80	21%	3,3	3,0	59	46	33	-	109	22	34	5
Exposición a la Información:														
Alta, Media	(621)	129	90	24%	3,5	3,1	121	184	182	177	200	29	27	6
Baja, Ninguna	(594)	143	96	30%	3,4	3,2	114	174	171	167	-	27	33	4
Posición Social:														
Baja	(453)	139	102	26%	3,7	3,1	114	173	170	165	77	31	32	3
Media	(585)	134	89	27%	3,3	3,2	118	181	179	174	109	26	30	6
Alta	(177)	133	83	31%	3,4	3,1	123	191	186	183	145	24	26	6
Intención de Voto:														
PP	(336)	176	176	-%	4,9	3,3	125	184	181	176	106	100	-	-
PSOE	(365)	124	44	-%	2,6	3,2	117	178	176	172	93	-	100	-
IU	(58)	104	48	-%	2,3	3,3	112	183	179	176	118	-	-	100

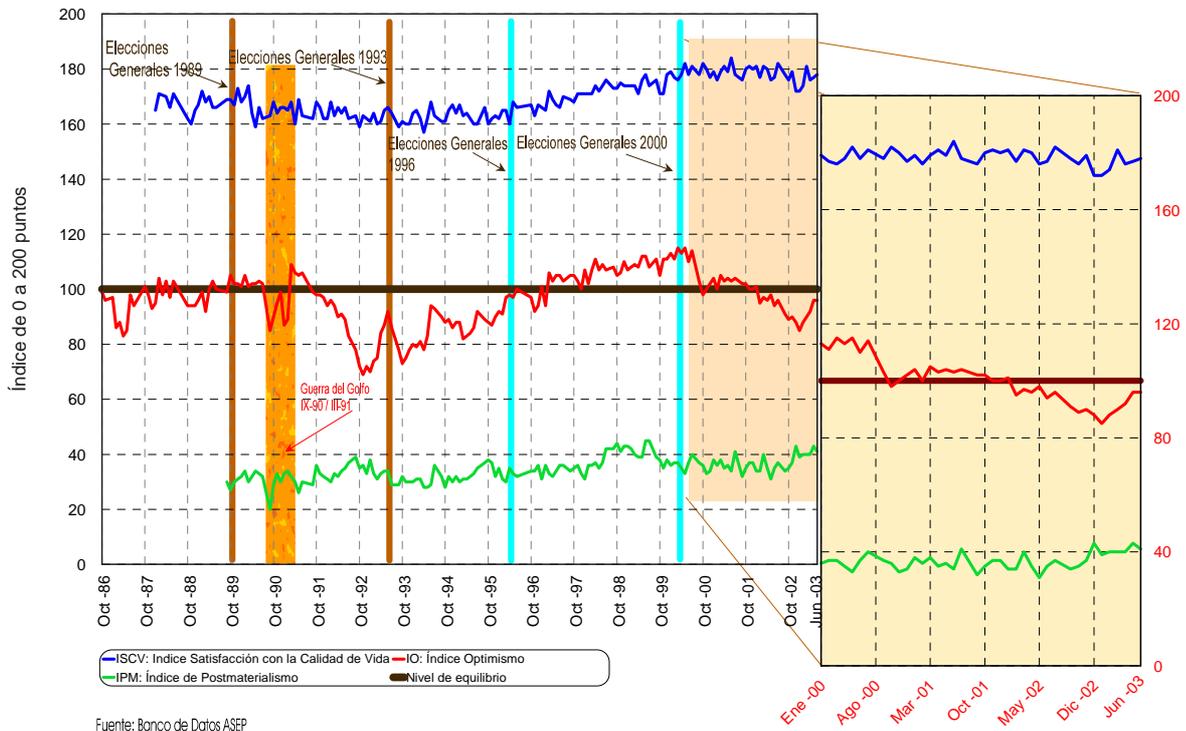
EVOLUCION DE LOS INDICADORES MAS SIGNIFICATIVOS



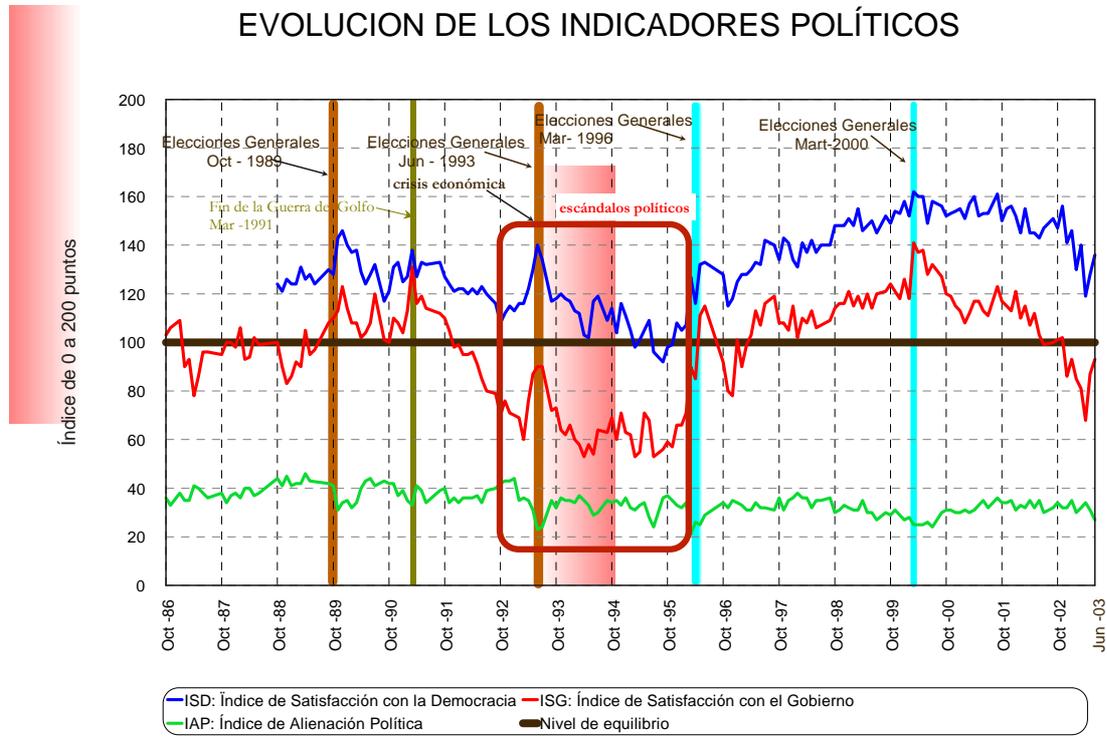
EVOLUCIÓN DE LOS INDICADORES ECONÓMICOS Y DE CONSUMO



Evolución de los Indicadores Sociales

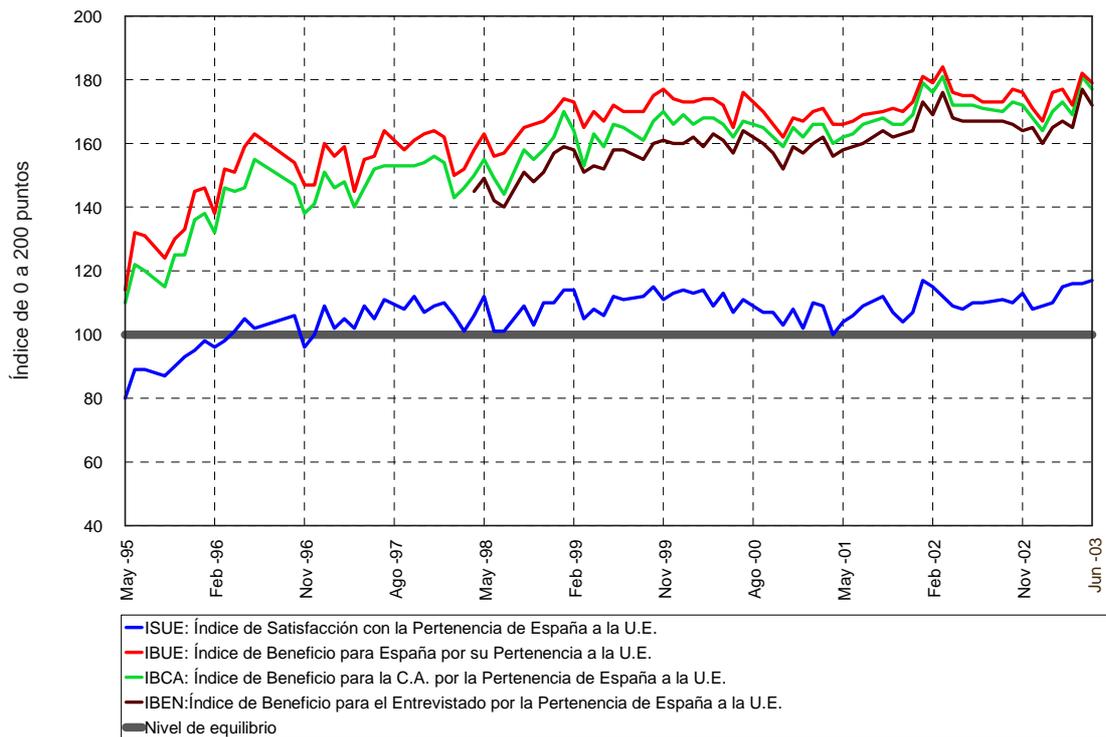


EVOLUCION DE LOS INDICADORES POLÍTICOS



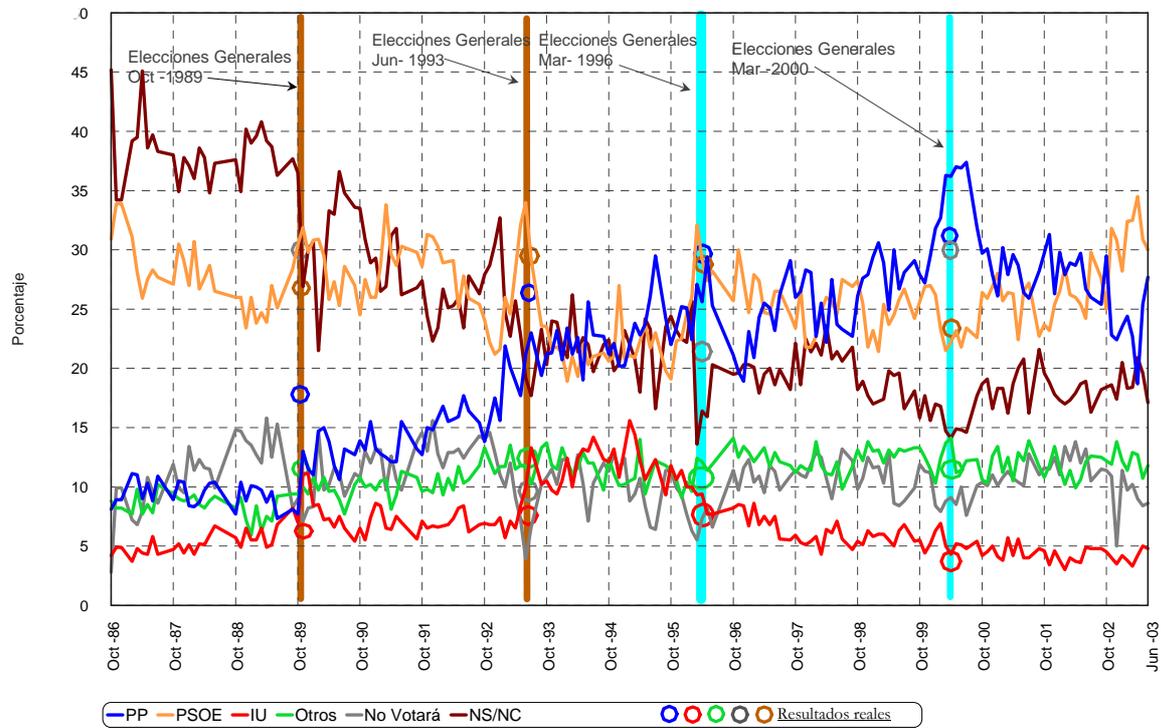
Fuente: Banco de Datos ASEP

EVOLUCIÓN DE LOS INDICADORES SOBRE LA UNION EUROPEA



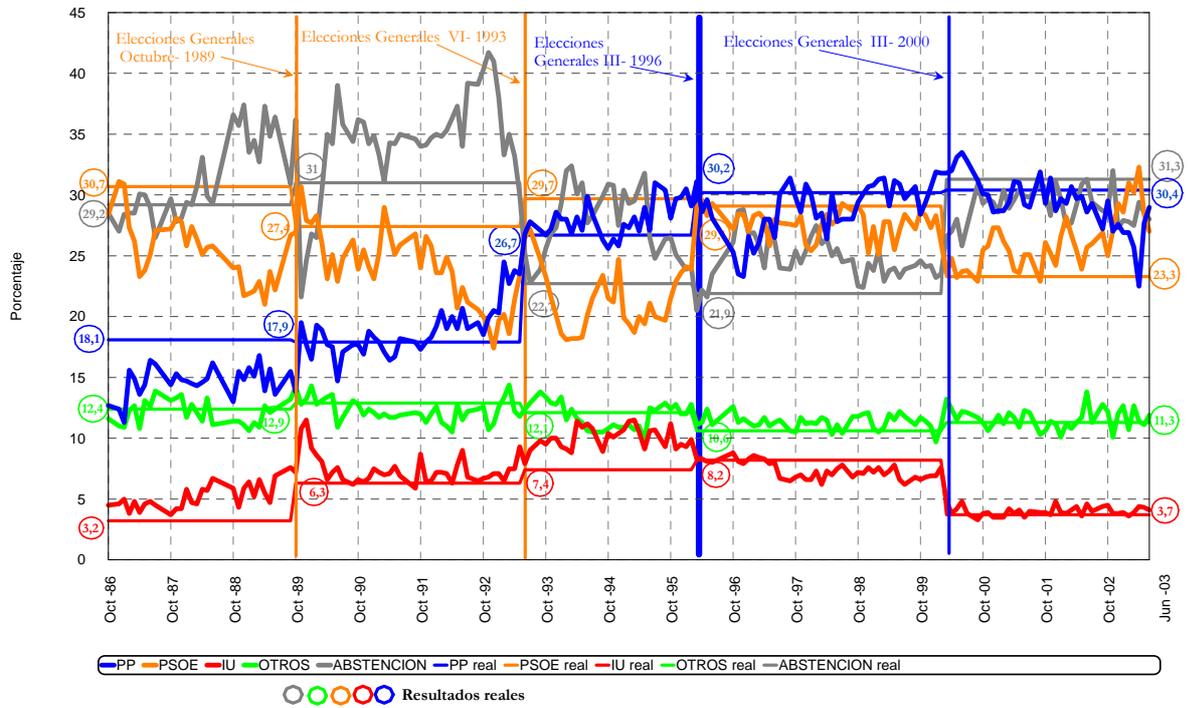
Fuente: Banco de Datos ASEP

INTENCION DE VOTO DIRECTA



Fuente: Banco de Datos ASEP

INTENCION DE VOTO ESTIMADA



Fuente: Banco de Datos ASEP

2. ESTRUCTURA SOCIOECONOMICA DE LA POBLACION ESPAÑOLA

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 cuatro características de los hogares que parecen suficientemente descriptivas: 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 2.1.2. 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:

- 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.
- Como puede comprobarse, alrededor de la tercera parte 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 del mercado laboral.
- La proporción de parados entre los cabezas de familia había fluctuado durante años entre 5-9%, pero desde hace ya cuatro años fluctúa entre el 3-5%, lo que es coherente con las cifras oficiales del paro.
- 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 (entre un 24-40% habitualmente), y 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 los ingresos mensuales no superan los 900 euros.

- De los nueve bienes o artículos incluidos en este estudio para medir el equipamiento del hogar, la TV en color es el más ubicuo, pues la tienen prácticamente el 100% de los hogares. Más de un tercio de los hogares, además, disponen de 2 o más televisores en color.

Más del 80% de los españoles de 18 y más años son propietarios de su vivienda, y disponen en ella de teléfono.

Alrededor de tres cuartas partes tienen automóvil y vídeo, aunque sólo menos de dos tercios de los hogares tienen equipo de sonido.

Por el contrario, sólo alrededor de un 30% de los entrevistados afirman disponer en sus hogares de lavavajillas, pero alrededor del 40% disponen de ordenador personal y más de dos tercios de los entrevistados poseen teléfono móvil (celular), proporción que parece estar creciendo más rápidamente en estos dos artículos que en el primero, y sobre todo el aumento es espectacular en cuanto al teléfono móvil.

Debe advertirse que desde octubre de 1996 se ha eliminado de esta lista la lavadora, puesto que más del 95% de los entrevistados, desde hace años, afirman tenerla en su hogar, incluyendo en su lugar el teléfono móvil.

En cuanto a la TV en color, aunque no hay dudas de que está presente en más del 95% de los hogares, se ha mantenido en la lista con el fin de diferenciar los hogares en que hay 2 o más receptores (asignándose ahora 1 punto a los que dicen tener 1 receptor, y 2 puntos a los que dicen tener 2 o más receptores).

El promedio de artículos es este mes de 6,7 por hogar, con un coeficiente de variación de alrededor del 37% (derivado del cociente entre la media aritmética y la desviación standard).

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.

Alrededor de una quinta parte de los hogares tiene un status socioeconómico familiar bajo o medio-bajo, alrededor de la mitad tiene un status socioeconómico medio y más de otra tercera parte de los hogares pueden catalogarse este mes de status socioeconómico alto o medio-alto.

Debe resaltarse que, a pesar del cambio introducido en la elaboración del ISSEF a causa de los cambios en la escala de ingresos, en el índice de equipamiento del hogar y en la ocupación del cabeza de familia, la serie temporal apenas se ha visto afectada.

Cuadro 2.1.1.

Status Ocupacional del Cabeza de Familia.

	VI-02	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03
Total	(1.222)	(1.212)	(1.212)	(1.208)	(1.202)	(1.210)	(1.215)	(1.209)	(1.210)	(1.205)	(1.210)	(1.215)
	%											
Alto	11	13	11	11	12	13	13	11	12	12	11	12
Medio	36	35	36	35	35	34	33	37	36	36	34	33
Bajo	17	18	18	16	18	16	16	17	17	16	18	18
En Paro	4	3	3	4	3	4	4	3	3	4	3	3
Ama de Casa	1	1	1	1	1	*	1	*	1	1	2	*
Jubilado	31	29	29	31	29	31	32	30	30	30	32	32
NS/NC	1	1	1	2	2	1	2	2	1	1	1	1

Cuadro 2.1.2.

Sector Económico del Cabeza de Familia.

	VI-02	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03
Total	(1.222)	(1.212)	(1.212)	(1.208)	(1.202)	(1.210)	(1.215)	(1.209)	(1.210)	(1.205)	(1.210)	(1.215)
	%											
No Activos	32	30	30	33	31	32	34	31	32	32	34	33
En Paro	4	3	3	4	3	4	4	3	3	4	3	3
Sector Público	10	10	9	9	9	9	8	10	9	8	8	7
Sector Privado												
Cuenta Ajena	41	42	42	40	41	40	36	39	42	42	40	42
Cuenta Propia	13	13	13	13	15	14	17	16	14	15	14	13
NS/NC	1	1	1	2	2	1	2	2	1	1	1	1

Cuadro 2.1.3.

Ingresos Mensuales en el Hogar en que reside el Entrevistado

	VI-02	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03
Total	(1.222)	(1.212)	(1.212)	(1.208)	(1.202)	(1.210)	(1.215)	(1.209)	(1.210)	(1.205)	(1.210)	(1.215)
	%											
Menos de 300 euros	2	2	1	2	1	1	2	1	1	2	1	1
De 301 a 450 euros	6	6	6	6	5	6	5	5	6	7	5	4
De 451 a 600 euros	9	8	8	9	11	8	11	10	9	9	10	9
De 601 a 900 euros	19	19	15	15	15	17	19	16	17	14	17	16
De 901 a 1.200 euros	13	14	14	14	13	14	14	15	14	15	16	14
De 1.201 a 1.650 euros	7	9	11	7	8	8	7	9	9	11	11	12
De 1.651 a 2.100 euros	5	5	7	6	6	5	4	5	6	5	6	6
De 2.101 a 3.000 euros	2	3	2	1	3	2	1	3	2	2	2	3
Más de 3.000 euros	1	1	1	1	2	2	1	2	1	1	2	1
Sin Respuesta	35	33	34	39	36	37	37	34	35	34	31	34

Cuadro 2.1.4.

Equipamiento de los Hogares

Porcentaje de Hogares con:	VI-02	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03
Total	(1.222)	(1.212)	(1.212)	(1.208)	(1.202)	(1.210)	(1.215)	(1.209)	(1.210)	(1.205)	(1.210)	(1.215)
	%											
T.V. en color	99	98	99	98	98	98	99	99	98	98	98	98
1 T.V. en color	55	55	55	54	53	54	55	54	55	52	52	52
2 T.V. en color	37	36	38	35	35	36	34	34	35	36	38	35
3 o más T.V. en color	8	8	7	8	9	8	9	11	7	10	8	10
Vivienda Propia	85	84	82	84	85	86	83	84	83	84	86	86
Teléfono	84	81	83	84	84	84	84	82	84	84	84	84
Teléfono Móvil (celular)	64	66	67	68	70	70	69	67	69	68	69	68
Automóvil	72	73	74	73	74	75	71	73	73	71	70	72
Equipo de Sonido	61	62	63	62	66	65	61	62	63	62	66	62
Vídeo	78	80	79	81	78	81	80	78	80	79	79	81
Lavavajillas	24	23	21	22	27	23	26	25	25	28	32	26
Ordenador Personal	37	36	36	38	42	38	40	38	41	39	40	36
Media (x) artículos por Hogar	6,5	6,5	6,5	6,6	6,8	6,7	6,6	6,7	6,7	6,7	6,8	6,7
Coefficiente de Variación (%)	37	38	36	37	37	36	37	37	36	37	37	37

Cuadro 2.1.5.

Equipamiento de los Hogares según Características Socioeconómicas de los Hogares.

Equipamiento:

JUNIO 2003	Total Muestra	Vivienda Propia	Auto-Móvil	TV Color	TV Vídeo	Teléfono Fono	Teléfono Móvil	Lavavajillas	Equipo Sonido	Ordenador personal	Media de Artículos	CV%
TOTAL	(1215)	86%	72	98	81	84	68	26	62	36	6,7	37
Edad												
18 a 29 años	(281)	78%	80	98	91	79	88	34	83	52	7,6	30
30 a 49 años	(446)	84%	86	98	88	84	81	30	74	43	7,3	30
50 a 64 años	(236)	92%	76	100	82	91	61	25	58	35	6,8	36
65 y más años	(253)	91%	33	95	56	85	31	11	22	6	4,6	42
Posición Social:												
Baja	(453)	87%	56	96	67	81	49	14	38	15	5,5	44
Media	(585)	85%	79	99	89	86	77	30	75	43	7,2	31
Alta	(177)	85%	87	98	91	90	90	45	82	67	8,0	26
Ideología:												
Izquierda	(508)	84%	73	98	83	85	75	26	68	42	6,9	34
Centro	(248)	88%	75	98	81	87	72	27	65	38	6,9	36
Derecha	(236)	89%	69	97	79	85	57	28	55	31	6,6	40
Status Socioeconómico Familiar:												
Alto, Medio alto	(472)	88%	89	99	94	90	87	41	82	56	8,1	24
Medio	(544)	84%	67	97	77	81	61	17	51	26	6,0	38
Medio Bajo/Bajo	(199)	85%	42	96	62	79	45	15	46	16	5,2	44
Clientes de:												
Bancos	(352)	84%	78	98	83	86	80	34	70	45	7,3	34
Cajas	(869)	87%	73	98	83	84	67	24	62	35	6,7	36

Cuadro 2.1.6.

Índice de Status Socioeconómico Familiar

	VI-02	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03
Total	(1.222)	(1.212)	(1.212)	(1.208)	(1.202)	(1.210)	(1.215)	(1.209)	(1.210)	(1.205)	(1.210)	(1.215)
	%											
Alto, Medio Alto	31	33	37	33	35	36	31	35	34	37	38	39
Medio	51	48	45	46	48	45	50	47	49	44	45	45
Medio Bajo	16	16	17	19	15	17	18	16	15	17	16	15
Bajo	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2

2.2. STATUS SOCIOECONOMICO DE LOS INDIVIDUOS

Siendo los propios entrevistados las unidades básicas de análisis en 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 movilidad geográfica, la posición social y la clase social subjetiva.

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 2.001 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 2-3%. 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. Pese a que esta cifra no es en absoluto alta, hay que señalar que alrededor de la mitad de los entrevistados no superan el nivel de estudios "primarios" y sólo entre el 5-8% habría logrado terminar los estudios universitarios o técnicos superiores.
- Respecto a la ocupación, la proporción de parados (como % sobre la población de 18 y más años o como % sobre el total de activos) es siempre muy similar a la que ofrece la EPA del INE. Este mes es similar a la del mes pasado, concretamente un

7% sobre el total de la población de 18 y más años, y un 13% sobre el total de población activa, con una tendencia a estabilizarse que se inició hace bastantes meses. 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 (alrededor del 50% de 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 3-7%, (7% este mes), mientras que los que trabajan en el sector privado por cuenta ajena suelen tener un peso relativo entre cuatro y cinco veces superior al 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.
- El índice de movilidad geográfica incorporado desde octubre de 1996, confirma los hallazgos de otras investigaciones según los cuales casi tres cuartas partes de los españoles de 18 y más años viven actualmente en la misma provincia en que nacieron y en la misma provincia en que vivían durante su adolescencia.
- 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.

Debe resaltarse que, a pesar del cambio introducido en la elaboración del Índice de Posición Social a causa de las modificaciones en el nivel educativo y en la ocupación del entrevistado, la serie temporal apenas se ha visto afectada.

- 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.
- Se observa cierta relación directa entre edad y "derechismo" ideológico.
- El "centro social" (líderes de opinión) está compuesto básicamente por personas de 30 a 49 años, de status socioeconómico familiar alto y posicionados ideológicamente más en la izquierda que en el centro o en la derecha.
- La clientela de los bancos tiene una posición social y un status socioeconómico familiar más alto que la de las cajas. Y en cuanto a la ideología, los clientes de bancos se autoposicionan más en el centro que los de las cajas.

Cuadro 2.2.1.

**Distribución de los Entrevistados por
Características Demográficas**

	VI-02	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03
Total	(1.222)	(1.212)	(1.212)	(1.208)	(1.202)	(1.210)	(1.215)	(1.209)	(1.210)	(1.205)	(1.210)	(1.215)
	%											
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 años	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4
20 a 29 años	22	22	21	21	21	21	19	19	19	19	19	19
30 a 39 años	18	19	19	19	19	18	20	20	20	21	20	20
40 a 49 años	16	15	15	15	15	16	16	17	17	16	17	17
50 a 59 años	14	15	15	14	14	15	12	12	12	13	12	13
60 a 64 años	7	7	7	7	7	6	7	7	7	7	8	7
65 y más años	18	18	18	18	18	18	21	21	21	21	21	21
Estado Civil												
Soltero/a	30	29	29	28	31	28	29	26	27	27	26	28
Casado/a	57	57	55	57	55	56	56	58	59	59	59	58
En Pareja	4	3	4	4	3	4	3	4	3	3	4	2
Viudo/a	7	7	8	8	9	8	8	7	9	8	7	7
Divorciado/a	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Separado/a	2	2	2	2	2	2	3	3	2	1	2	2
NS/NC	*	*	*	-	*	-	-	*	-	*	*	*

Cuadro 2.2.2.

Distribución de los Entrevistados por Características Socioeconómicas.

	VI-02	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03
Total	(1.222)	(1.212)	(1.212)	(1.208)	(1.202)	(1.210)	(1.215)	(1.209)	(1.210)	(1.205)	(1.210)	(1.215)
	%											
Educación Entrevistado:												
No Sabe Leer	2	1	1	1	1	1	2	2	1	2	1	1
Sabe Leer	14	16	14	14	13	15	14	13	15	14	16	14
Primarios	18	21	23	24	26	22	24	25	24	25	24	25
Bachiller Elemental/EGB	25	29	28	27	26	25	26	26	27	28	27	30
Formación Profesional	10	8	8	8	9	10	8	9	8	9	7	8
Bachiller Superior/BUP	8	8	7	8	6	8	7	7	7	7	8	7
PREU / COU	7	3	2	3	3	3	4	3	4	4	4	3
Titulado Grado Medio	8	6	7	6	6	7	6	8	6	5	4	4
Universitarios	8	8	8	7	8	9	7	6	7	7	8	8
NC	*	1	2	1	1	*	1	1	1	1	1	1
Status Ocupacional del Entrevistado:												
Alto	6	7	6	6	7	7	8	6	7	8	7	7
Medio	24	24	23	24	23	23	22	23	24	25	21	24
Bajo	13	14	15	12	15	13	13	14	14	14	16	15
En Paro	7	7	7	8	8	9	8	8	7	6	7	7
Ama de Casa	22	26	23	24	24	24	22	23	23	22	24	22
Jubilado	18	14	17	17	15	16	20	17	19	18	18	17
Estudiantes	9	8	9	9	7	8	6	7	6	6	6	7
NS/NC	*	-	1	1	1	1	*	1	1	1	1	*
Sector Económico:												
No Activos	49	48	49	50	47	49	49	49	49	47	49	47
En Paro	7	7	7	8	8	9	8	8	7	6	7	7
Sector Público	7	7	6	7	6	7	6	7	6	6	6	7
Privado C. Ajena	29	31	31	27	30	29	27	27	30	31	30	30
Privado C. Propia	7	7	7	8	8	6	10	9	8	9	8	8
NS/NC	*	-	1	1	1	1	*	1	1	1	1	*

Cuadro 2.2.3.

Distribución de los Entrevistados por Características Ecológicas

	VI-02	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03
Total	(1.222)	(1.212)	(1.212)	(1.208)	(1.202)	(1.210)	(1.215)	(1.209)	(1.210)	(1.205)	(1.210)	(1.215)
	%											
Comunidad Autónoma												
Andalucía	17	17	17	17	18	18	18	17	17	18	18	17
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	7	6	6	6	6	7	7	7	6	7	6	7
Castilla-Mancha	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Cataluña	16	16	16	15	16	16	16	16	16	16	16	16
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	14	12	13	13	13	13	13	13	13
Murcia	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3
Navarra	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
P. Vasco	6	6	5	6	6	5	6	5	5	5	6	6
C. Valenciana	10	10	10	10	10	10	10	10	10	9	10	10
Hábitat												
Rural	26	25	23	24	24	24	24	24	24	23	22	23
Urbano	49	49	51	50	51	51	50	50	51	52	52	50
Metropolitano	25	26	25	26	26	25	25	26	25	25	26	26
Movilidad Geográfica												
No Móviles	74	74	74	72	71	72	72	74	73	72	72	76
Móviles	26	26	26	28	29	28	28	26	27	28	28	24

Cuadro 2.2.4.

Indice de Posición Social

	VI-02	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03
Total	(1.222)	(1.212)	(1.212)	(1.208)	(1.202)	(1.210)	(1.215)	(1.209)	(1.210)	(1.205)	(1.210)	(1.215)
	%											
Muy Baja	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4
Baja	33	33	32	32	34	34	36	32	32	30	32	34
Media	50	49	52	52	49	50	46	52	50	52	50	48
Alta	12	14	12	12	13	13	12	12	13	14	13	13
Muy Alta	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1

Cuadro 2.2.5.

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

	VI-02	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03
Total	(1.222)	(1.212)	(1.212)	(1.208)	(1.202)	(1.210)	(1.215)	(1.209)	(1.210)	(1.205)	(1.210)	(1.215)
	%											
Alta	*	1	*	*	1	*	*	1	-	*	*	-
Media Alta	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3
Media Media	61	62	59	58	61	63	61	63	64	62	62	62
Media Baja	29	27	30	29	26	26	28	26	27	26	26	28
Baja	5	5	6	6	5	4	4	4	4	5	6	6
NS/NC	2	2	2	2	3	3	4	2	1	4	2	2

Cuadro 2.2.6.

Relación entre algunas Variables Explicativas ASEP.

(En porcentaje)

JUNIO 2003	Total Muestra	EDAD				POSICIÓN SOCIAL			IDEOLOGÍA			STATUS SOCIOECONÓMICO FAMILIAR		
		Menos de 30 años	30 a 49 años	50 a 64 años	Más de 65 años	Baja	Media	Alta	Izquierda	Centro	Derecha	Alto	Medio	Bajo/Bajo
TOTAL	(1215)	23%	37	20	21	38	48	14	42	20	19	39	45	17
Edad:														
18 a 29 años	(281)	100%	-	-	-	31	61	8	43	21	14	51	40	9
30 a 49 años	(446)	-%	100	-	-	17	55	28	49	20	15	51	43	6
50 a 64 años	(236)	-%	-	100	-	32	56	12	39	20	23	35	43	22
65 y más años	(253)	-%	-	-	100	85	15	*	30	21	30	7	56	37
Posición Social:														
Baja	(453)	19%	17	16	47	100	-	-	34	19	24	10	60	30
Media	(585)	29%	42	23	6	-	100	-	47	21	16	48	41	11
Alta	(177)	12%	71	16	1	-	-	100	46	24	18	81	19	-
Ideología:														
Izquierda	(508)	24%	43	18	15	30	54	16	100	-	-	42	45	13
Centro	(248)	24%	36	19	21	34	49	17	-	100	-	45	41	14
Derecha	(236)	17%	28	23	32	45	41	14	-	-	100	43	40	18
Status Socioeconómico Familiar:														
Alto, Medio alto	(472)	30%	48	18	4	10	60	30	45	23	21	100	-	-
Medio	(544)	20%	35	18	26	50	44	6	42	19	17	-	100	-
Medio Bajo/Bajo	(199)	13%	14	26	47	68	32	-	33	18	21	-	-	100
Cientes de:														
Bancos	(352)	25%	40	19	16	29	49	22	43	23	20	50	35	15
Cajas	(869)	22%	37	20	21	38	48	14	43	20	20	39	47	15

2.3. INDICADORES DE PERSONALIDAD

Se incluyen aquí desde Octubre de 1996 un conjunto de indicadores que hacen referencia a orientaciones, identidades y rasgos de personalidad de los entrevistados que, se supone, influyen sobre las actitudes y comportamientos de los individuos en cualquiera de las áreas principales de esta investigación.

Para medir la identificación espacial o geográfica, se han utilizado dos indicadores. Todas las investigaciones en España y en otros países coinciden en demostrar que los individuos se identifican en gran medida con su pueblo o ciudad, y esto es aún más cierto en España por la escasa movilidad geográfica a la que ya se ha hecho referencia. Un 36% de los entrevistados este mes se identifican con su pueblo o ciudad (proporción que parece haberse estabilizado estos últimos meses, aunque este mes ha aumentado, estabilizándose en torno al 30-34%), y alrededor de un tercio se identifican con España (este mes es inferior a los que se identifican con su pueblo o ciudad), siendo muy pocos los que se identifican con espacios supranacionales. El sentimiento español-nacionalista es la variable que mejor explica las diferencias de identificación espacial, como cabría esperar, en el sentido de que alrededor de la mitad de los que se consideran sólo españoles o más españoles que nacionalistas se identifican con España, mientras que alrededor de un tercio de los que se consideran sólo nacionalistas o más nacionalistas que españoles se identifican con su Comunidad Autónoma.

La evaluación personal y la de España son dos indicadores utilizados hace ya varias décadas por Cantril para medir la percepción que los individuos tienen de sí mismos por referencia a la sociedad en la que viven y también al mundo. Se ha prescindido aquí de la evaluación del mundo debido principalmente a que esta investigación se centra especialmente en España, y también por razones de espacio en el cuestionario, así como por el conocimiento que ya se tiene de la relación entre las tres percepciones. Utilizando escalas de 0 a 10 puntos, es habitual encontrar que los individuos se evalúan mejor a sí mismos que a su país, y a éste mejor que al mundo. Asimismo, es habitual que los individuos evalúen a cualquiera de los tres objetos citados mejor en el presente que en el pasado, y mejor aún en el futuro. Aunque en estos últimos años, debido a la crisis económica y a otros factores políticos, los españoles han valorado la situación personal y nacional presente peor que la del pasado, desde hace más de dos años parece haberse

recuperando la pauta descrita por Cantril para la mayoría de los países, de manera que los españoles vuelven a percibir su situación personal presente, así como la de España, algo mejor que la pasada). La evaluación del futuro es mejor que la del presente respecto al individuo y a España, y la evaluación de España es inferior a la personal en los tres momentos temporales.

Cuadro 2.3.1.

Espacio Geográfico con el que se Siente más Identificado.

	VI-02	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03
TOTAL	(1.222)	(1.212)	(1.212)	(1.208)	(1.202)	(1.210)	(1.215)	(1.209)	(1.210)	(1.205)	(1.210)	(1.215)
	%											
Su pueblo o ciudad	36	33	34	33	37	31	34	33	32	41	34	36
Su provincia	6	7	9	7	5	8	5	8	6	5	6	7
Su Comunidad Autónoma	16	18	20	14	19	18	20	20	20	18	17	18
España	36	35	31	38	32	35	33	33	34	27	34	31
Europa (UE)	2	2	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2
Occidente	*	*	*	*	*	*	*	*	*	-	*	-
El Mundo	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	6	4
Ninguno	1	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
NS/NC	*	*	*	*	*	*	1	1	1	1	*	*

Cuadro 2.3.2.

**Espacio Geográfico con el que se siente más Identificado,
por Características Socioeconómicas.**

JUNIO 2003	TOTAL	Pueblo o Ciudad	Provincia	Comunidad Autónoma	España	Otros	Ninguno NS/NC
TOTAL	(1215)	36%	7	18	31	6	*
Edad:							
18 a 29 años	(281)	38%	9	18	27	7	1
30 a 49 años	(446)	35%	7	20	30	7	1
50 a 64 años	(236)	32%	6	17	37	8	-
65 y más años	(253)	40%	6	18	34	2	*
Posición Social:							
Baja	(453)	45%	6	19	28	2	*
Media	(585)	32%	7	18	35	7	1
Alta	(177)	28%	7	19	29	16	1
Nacionalismo:							
Más nacionalista	(209)	42%	9	38	6	4	*
Tan nac. como esp.	(694)	40%	6	16	32	5	1
Más españoles	(281)	23%	8	12	51	6	*
Cientes de:							
Bancos	(352)	35%	8	21	27	8	1
Cajas	(869)	34%	6	20	34	6	1

Cuadro 2.3.3.

Evaluación de la Situación Personal y de España

JUNIO 2003	PERSONAL			ESPAÑA		
	Hace 1 año	Actualmente	Dentro de 1 año	Hace 1 año	Actualmente	Dentro de 1 año
Total	(1.215)	(1.215)	(1.215)	(1.215)	(1.215)	(1.215)
%						
10. Muy bien	3	3	4	1	1	1
9.	3	3	7	1	1	2
8.	16	17	18	7	6	8
7.	20	20	18	13	12	11
6.	27	25	20	24	23	19
5.	22	22	16	30	29	23
4.	4	5	3	9	11	6
3.	3	3	2	7	8	8
2.	1	1	1	3	3	4
1.	*	*	1	1	1	2
0. Muy mal	*	*	1	3	3	3
NS/NC	1	*	10	2	2	13
% Opinan	100	100	90	98	98	87
X Valoración	6,3	6,2	6,5	5,2	5,1	5,3
% Discrepancia	26	26	28	34	36	39

Cuadro 2.3.4.

Evaluación de la Situación Personal y de España (Valoración Media).

Total	VI-02	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03
(1.222)	(1.212)	(1.212)	(1.212)	(1.208)	(1.202)	(1.210)	(1.215)	(1.209)	(1.210)	(1.205)	(1.210)	(1.215)
Personal												
- Hace 1 año	6,3	6,3	6,2	6,2	6,3	6,1	6,3	6,3	6,3	6,2	6,4	6,3
- Actualmente	6,3	6,3	6,2	6,1	6,2	6,1	6,2	6,2	6,3	6,1	6,3	6,2
- Dentro de 1 año	6,7	6,7	6,6	6,4	6,7	6,4	6,6	6,5	6,6	6,5	6,6	6,5
España												
- Hace 1 año	5,3	5,3	5,3	5,3	5,3	5,0	5,2	5,0	5,2	5,1	5,2	5,2
- Actualmente	5,2	5,2	5,1	5,1	5,1	4,8	4,9	4,7	4,9	4,7	5,0	5,1
- Dentro de 1 año	5,3	5,2	5,3	5,2	5,2	4,8	5,0	4,7	4,9	4,8	5,3	5,3

Cuadro 2.3.5.
Evaluación de la Situación Personal y de España (Valoración Media),
por Características Socioeconómicas.

JUNIO 2003	TOTAL	PERSONAL			ESPAÑA		
		Hace 1 año	Actualmente	Dentro de 1 año	Hace 1 año	Actualmente	Dentro de 1 año
TOTAL	(1215)	6,3	6,2	6,5	5,2	5,1	5,3
Edad:							
18 a 29 años	(281)	6,5	6,5	7,1	5,3	5,2	5,2
30 a 49 años	(446)	6,4	6,2	6,7	5,1	5,0	5,2
50 a 64 años	(236)	6,2	6,1	6,1	5,4	5,3	5,4
65 y más años	(253)	6,0	6,0	6,0	5,3	5,2	5,3
Posición Social:							
Baja	(453)	6,1	6,1	6,2	5,2	5,1	5,2
Media	(585)	6,3	6,3	6,7	5,3	5,1	5,3
Alta	(177)	6,5	6,5	6,8	5,3	5,1	5,3
Ideología:							
Izquierda	(508)	6,1	6,1	6,4	4,6	4,5	4,4
Centro	(248)	6,4	6,3	6,7	5,6	5,5	5,6
Derecha	(236)	6,4	6,5	6,8	6,2	6,2	6,6
Nacionalismo:							
Más nacionalista	(209)	6,0	5,9	6,4	4,9	4,8	5,1
Tan nac, como esp,	(694)	6,4	6,3	6,6	5,2	5,1	5,2
Más españoles	(281)	6,2	6,2	6,5	5,5	5,4	5,7
Práctica Religiosa:							
Alta	(223)	6,1	6,2	6,3	5,7	5,6	5,9
Media	(211)	6,4	6,4	6,7	5,6	5,6	5,8
Baja	(696)	6,2	6,2	6,6	5,0	4,9	5,0
Cientes de:							
Bancos	(352)	6,5	6,4	6,7	5,4	5,3	5,5
Cajas	(869)	6,2	6,2	6,5	5,3	5,2	5,3

3. ACTITUDES Y COMPORTAMIENTOS ECONOMICOS

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 la que hicieron 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 **Indices del Sentimiento del Consumidor** (ISC-1, ISC-2, ISC-3 e ISC-4), y establece una síntesis de todos ellos mediante un quinto Índice- resumen (ISC- 5).

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

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

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

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

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

Pautas Detectadas en los últimos años en relación con la evaluación de la coyuntura económica.

Aunque los españoles sienten la evolución de la economía de una forma distinta de un mes a otro, los datos acumulados son los que permiten conocer la tendencia que ésta adopta a largo plazo. Por otra parte, cualquiera que sea la tendencia, los resultados de los sondeos efectuados durante los once últimos años por ASEP han permitido constatar la existencia de ciertas pautas estables. Son las siguientes:

- Los entrevistados tienden a creer normalmente que la situación económica futura, tanto de uno mismo como de España en general, será mejor que la actual comparada con la de hace seis meses.
- En segundo lugar, desde 1999, los españoles tienden a valorar mejor la situación económica personal que la del país. La situación económica personal presente solía ser valorada más negativamente que las tres situaciones restantes, aunque, desde finales del 2000, la situación presente de uno mismo es percibida como mejor que la situación presente y futura del país.
- 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 derecha en este caso) son los grupos que cuentan con los índices de sentimiento más altos, es decir los que muestran un optimismo más pronunciado.

La Evaluación de la Coyuntura Económica en Junio 2003

Una vez concluidos los comicios electorales, los resultados han puesto de manifiesto que las “aguas han regresado a su cauce” después de la guerra en Iraq, no sucediendo ninguno de los pronósticos que auguraban un descalabro del Partido Popular, ni menos aún, una intensificación de la inestabilidad que solamente podía propiciar desequilibrios en el orden económico. Muy lejos de esos vaticinios, la Bolsa y, en consecuencia, los accionistas, entre los cuáles se encuentran un número no desdeñable de familias españolas, han mostrado señales de recuperación, mientras que los datos sobre inflación y desempleo son muy positivos en los dos últimos meses, siendo ésta una apreciación compartida por los analistas simpatizantes con la oposición al gobierno popular.

Lo cierto es que la sociedad española parece haber entrado en un letargo extraño cuyas manifestaciones económicas se están traduciendo en una leve y mayor confianza en la economía, con nuevos récords mínimos en los tipos de interés, un hecho que contribuye definitivamente a suavizar las cargas económicas de todas las familias españolas que están metidas en un crédito hipotecario o personal.

En dichas circunstancias, los ISC`s de junio se muestran levemente por encima de los de hace un mes y, lo que es más importante, ya se sitúan también por encima de los ISC`s de junio de 2002, es decir que el pesimismo estaría perdiendo fuerza por primera vez, quizás porque los españoles perciben estabilidad económica y porque muchos de los factores que contribuían a alterar la imagen, como los precios de los carburantes, han dejado de ser noticia, pese a encontrarse en los niveles más altos de la historia, al igual que los precios de las viviendas.

Lo cierto es que los índices de optimismo y de la evaluación de la situación económica del país experimenten el quinto incremento parcial consecutivo, de tal manera que el IESE ya supera el nivel de hace un año, mientras que el índice de optimismo se acerca por primera vez a un nivel no conocido desde julio de 2002, cuando era de IO= 96.

En junio de 2003, el ISC-1, que mide la situación de uno mismo en relación a 6 meses atrás, ha ascendido dos nuevos puntos, mientras que el ISC2 se eleva otro puntos y recupera el nivel de equilibrio, perdido en noviembre de 2002, en plena crisis del “Prestige”. Los españoles perciben una lenta pero ininterrumpida recuperación de su optimismo particular, sobre todo a raíz del motivo ya apuntado.

Por otra parte, la aparente superación del caso “Prestige” y la continuidad tranquila resultante de los últimos comicios electorales parecen ser argumentos válidos al menos por el momento, para recobrar un atisbo de optimismo sobre las perspectivas sobre la economía general del país y para confiar nuevamente en la buena marcha previsible del país.

El ISC-1 = 93, tres puntos mayor que hace un año. La confianza en el futuro personal sí ha cambiado claramente en esta ocasión en relación con la percepción de hace un mes y de hace un año, de tal forma que el ISC2= 100 contrasta con el de junio de 2002 cuando se quedaba en el ISC2= 99.

En relación con la imagen de España, la tendencia hacia el equilibrio también es evidente, de tal manera que la percepción sobre la economía presente del país es la menos pesimista en el último año, desde junio de 2002, lo que explica que el ISC3= 85 sea ahora cuatro puntos superior al de hace un año, cuando hace dos meses era 11 puntos inferior al que tenía lugar en abril de 2002, justo cuando España estrenaba moneda. Es evidente por lo tanto que los españoles tienden a recuperar la esperanza en una mejora de las perspectivas económicas de España para dentro de seis meses, eso sí lentamente, de modo que el ISC4 recupera otro punto adicional este mes (y ya son diecisiete puntos recuperados desde febrero de 2003) y alcanza el nivel 91, cuatro puntos por encima que en junio de 2002.

Se diría que los españoles han recuperado la esperanza y el optimismo que habían ido acumulando desde el pasado mes de noviembre, primero con el “Prestige” y después con el conflicto de Iraq, retornando a la normalidad y con el entusiasmo renovado de unas elecciones autonómicas y municipales en las que los problemas políticos ha desaparecido, despejado el camino hacia una aparente normalidad económica.

Pese a ello, los segmentos que permanecen por debajo del nivel de equilibrio, se cual sea el índice estudiado, siguen siendo mayoría, de tal modo que solamente alcanzan este nivel los individuos con ideología de derecha en todos los índices, así como los de menos de 30 años, de alta posición social y los que ahorran.

El ISC1 es de 93, es decir tres puntos por encima del nivel de hace un año.

El ISC2 es de 100, es decir un punto más que hace un año.

En relación con los sentimientos de cara a la economía española, los datos son mejores:

El ISC3 está en el nivel 85, es decir 4 punto superior al registrado en junio de 2002.

El ISC4 que mide la previsión para dentro de seis meses queda establecido en un nivel 91, es decir 4 puntos por encima que hace un año.

El ISC5 queda pues situado en un ISC5= 92, 3 puntos por encima que en junio de 2002.

En otras palabras, la inflexión que tiene lugar este mes afecta positivamente la tendencia de todos los indicadores descritos de forma simultánea por primera vez desde la crisis del Prestige.

➡ Como consecuencia de lo anterior, el Índice de Optimismo es del 96, y el Índice de Evaluación de la Situación Económica alcanza el nivel 87, quedando ambos índices por encima del nivel de hace un año.

Cuadro 3.1.1.

Indices del Sentimiento del Consumidor.

	VI-02	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03
ISC-1												
Econ. Person. Presente	90	89	89	85	85	83	77	85	86	87	91	93
ISC-2												
Econ. Person. Futura	99	102	97	96	100	94	94	94	96	96	99	100
ISC-3												
Econ. País Presente	81	80	75	73	73	65	67	65	65	72	81	85
ISC-4												
Econ. País Futura	87	89	85	82	84	79	84	74	78	83	90	91
ISC-5												
	89	90	87	84	85	80	80	80	81	85	90	92

Cuadro 3.1.2.

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

	VI-02	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03
Total ISC-5	89	90	87	84	85	80	80	80	81	85	90	92
Edad:												
Menos de 30 años	98	102	95	93	94	90	86	86	88	92	97	100
30 a 49 años	90	90	87	85	86	80	79	78	81	82	90	93
50 a 64 años	86	82	78	76	79	72	77	75	79	83	87	86
65 y más años	80	84	84	79	80	76	80	79	76	81	86	88
Posición Social:												
Baja	85	87	85	83	82	77	78	78	79	81	87	91
Media	92	91	87	84	88	84	80	79	82	86	91	94
Alta	93	95	89	87	85	77	87	83	82	89	96	92
Ideología:												
Izquierda	84	84	82	80	79	76	74	73	74	80	85	86
Centro	94	92	89	90	90	83	87	86	87	86	92	95
Derecha	98	100	99	93	91	90	93	88	90	94	104	105
Propensión al ahorro:												
Endeudados	80	85	78	81	86	73	73	66	75	75	83	85
Vive al día	85	87	83	79	79	78	76	77	76	82	88	88
Ahorran	96	95	92	92	94	84	88	86	90	92	96	99
Status Socioeconómico familiar:												
Alto, Medio Alto	93	95	90	90	91	82	88	83	84	88	96	96
Medio	89	90	86	82	82	82	77	79	81	84	89	90
Medio bajo	84	84	82	82	81	73	76	73	78	80	82	88
Bajo	68	76	75	68	82	58	79	89	70	75	65	99
Clientes de:												
Bancos	89	90	86	85	89	83	83	83	83	88	89	91
Cajas	89	91	86	84	84	81	81	79	81	83	91	93

Cuadro 3.1.3.

Situación Económica Actual

Situación Personal Respecto a hace seis meses:

	VI-02	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03
Total	(1.222)	(1.212)	(1.212)	(1.208)	(1.202)	(1.210)	(1.215)	(1.209)	(1.210)	(1.205)	(1.210)	(1.215)
	%											
Mejor	9	9	9	9	10	10	9	10	10	10	10	11
Igual	71	71	70	67	65	64	59	65	66	68	70	70
Peor	19	20	21	24	25	26	32	25	24	23	19	18
NS/NC	*	*	*	*	*	*	-	*	*	*	*	-
ISC-1 (Econ. Personal Presente)	90	89	89	85	85	83	77	85	86	87	91	93

Situación del País respecto a hace seis meses:

	VI-02	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03
Total	(1.222)	(1.212)	(1.212)	(1.208)	(1.202)	(1.210)	(1.215)	(1.209)	(1.210)	(1.205)	(1.210)	(1.215)
	%											
Mejor	9	8	6	6	8	6	9	7	8	9	10	11
Igual	59	61	60	57	55	51	45	49	46	49	58	61
Peor	29	28	31	34	35	41	43	42	43	38	29	26
NS/NC	3	2	2	2	2	2	3	2	2	3	3	3
ISC-3 (Econ. del País Presente)	81	80	75	73	73	65	67	65	65	72	81	85

Cuadro 3.1.4.

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

	VI-02	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03
Total ISC-1	90	89	89	85	85	83	77	85	86	87	91	93
Edad:												
Menos de 30 años	105	108	103	101	98	94	87	97	97	98	99	105
30 a 49 años	88	87	89	85	87	85	76	85	88	86	90	94
50 a 64 años	85	79	79	76	79	75	71	77	78	87	89	87
65 y más años	76	80	79	73	72	74	73	77	79	76	86	85
Posición Social:												
Baja	84	82	82	79	76	80	73	77	82	78	86	88
Media	93	92	90	88	90	86	77	87	87	90	91	95
Alta	94	100	100	92	93	80	90	95	93	98	102	99
Ideología:												
Izquierda	88	84	84	85	84	82	73	81	82	85	90	89
Centro	89	89	90	93	87	86	81	92	90	88	89	94
Derecha	100	95	100	92	88	90	88	88	88	91	104	104
Propensión al ahorro:												
Endeudados	73	70	76	78	77	73	64	63	81	70	80	80
Viven al día	88	86	82	78	76	77	71	79	78	83	86	89
Ahorran	96	97	99	95	99	91	91	98	101	99	100	101
Status Socioeconómico familiar:												
Alto, Medio Alto	95	96	94	92	94	87	90	94	90	96	98	101
Medio	90	88	87	84	82	85	71	82	87	83	88	88
Medio bajo	81	82	82	80	78	72	73	72	76	79	85	89
Bajo	62	78	65	61	77	67	72	83	73	79	57	90
Clientes:												
Bancos	89	85	86	85	92	85	81	87	90	93	92	91
Cajas	90	90	89	85	84	84	78	84	86	85	92	94

Cuadro 3.1.5.

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

	VI-02	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03
Total ISC-3	81	80	75	73	73	65	67	65	65	72	81	85
Edad:												
Menos de 30 años	84	88	81	75	78	71	66	66	66	74	82	86
30 a 49 años	81	78	73	74	71	62	63	60	63	67	79	84
50 a 64 años	78	76	71	68	70	59	69	64	67	73	81	83
65 y más años	78	79	77	75	72	68	73	72	65	76	82	87
Posición Social:												
Baja	77	80	74	74	75	63	69	70	65	72	77	84
Media	81	81	78	71	74	70	65	62	66	71	84	87
Alta	89	80	72	76	65	54	67	62	60	74	80	82
Ideología:												
Izquierda	71	70	70	63	59	55	56	53	53	92	71	76
Centro	93	87	80	81	86	73	76	74	77	77	85	88
Derecha	94	96	93	89	80	80	84	83	79	85	104	106
Propensión al ahorro:												
Endeudados	72	84	62	78	75	58	60	56	60	61	77	78
Viven al día	76	78	73	67	68	64	64	65	60	70	79	81
Ahorran	88	83	80	80	80	67	72	65	72	77	85	91
Status Socioeconómico familiar:												
Alto, Medio Alto	82	83	77	77	75	65	70	65	66	72	85	86
Medio	81	81	75	70	72	68	66	63	63	74	79	84
Medio bajo	79	74	74	74	70	61	62	66	70	66	74	85
Bajo	83	71	70	61	82	47	78	89	54	72	73	100
Clientes de:												
Bancos	80	78	75	71	74	65	69	68	66	74	79	84
Cajas	80	81	75	74	72	66	67	64	65	69	82	86

Cuadro 3.1.6.

Perspectivas Económicas

Situación Personal dentro de seis meses:

	VI-02	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03
Total	(1.222)	(1.212)	(1.212)	(1.208)	(1.202)	(1.210)	(1.215)	(1.209)	(1.210)	(1.205)	(1.210)	(1.215)
	%											
Mejor	10	12	10	11	13	10	13	11	10	11	10	11
Igual	72	73	73	70	66	70	61	66	69	68	72	74
Peor	12	10	13	14	14	16	19	17	15	15	12	11
NS/NC	6	5	4	5	7	5	7	6	6	6	6	4
ISC-2 (Economía Personal Futura)	99	102	97	96	100	94	94	94	96	96	99	100

Situación de España dentro de seis meses:

	VI-02	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03
Total	(1.222)	(1.212)	(1.212)	(1.208)	(1.202)	(1.210)	(1.215)	(1.209)	(1.210)	(1.205)	(1.210)	(1.215)
	%											
Mejor	8	8	8	6	7	7	11	6	8	9	9	10
Igual	59	65	63	60	57	56	50	52	52	55	61	63
Peor	21	19	23	24	24	28	27	32	30	26	19	18
NS/NC	12	9	7	9	12	9	12	10	10	10	11	9
ISC-4 (Economía del País Futura)	87	89	85	82	84	79	84	74	78	83	90	91

Cuadro 3.1.7.

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

	VI-02	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03
Total ISC-2	99	102	97	96	100	94	94	94	96	96	99	100
Edad:												
Menos de 30 años	112	118	107	113	114	106	104	106	109	109	113	113
30 a 49 años	101	104	102	98	103	95	96	96	98	95	101	103
50 a 64 años	94	90	85	85	89	85	86	86	90	93	88	92
65 y más años	82	90	90	84	88	86	86	85	83	88	88	88
Posición Social:												
Baja	92	96	96	93	93	88	87	90	91	90	96	96
Media	104	104	97	98	104	96	96	96	98	99	98	102
Alta	102	111	100	99	102	102	107	100	99	102	109	103
Ideología:												
Izquierda	98	99	95	100	100	96	92	92	92	96	96	97
Centro	100	102	97	99	96	90	98	97	98	96	100	103
Derecha	100	106	103	97	102	99	100	95	101	102	104	104
Propensión al Ahorro:												
Endeudado	92	96	95	96	110	92	88	78	96	90	92	94
Vive al día	96	98	94	91	93	93	90	91	91	93	95	96
Ahorran	104	108	102	104	107	96	101	104	103	104	105	107
Status Socioeconómico Familiar:												
Alto, Medio alto	104	107	102	104	108	98	105	101	100	102	107	107
Medio	100	102	98	94	95	96	90	94	97	95	97	97
Medio bajo	91	95	88	93	97	84	87	80	85	92	88	92
Bajo	74	78	80	75	79	69	78	100	87	82	52	100
Clientes de:												
Bancos	100	106	97	101	104	97	97	99	99	103	96	100
Cajas	99	102	96	96	98	95	94	94	96	96	100	101

Cuadro 3.1.8.

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

	VI-02	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03
Total ISC-4	87	89	85	82	84	79	84	74	78	83	90	91
Edad:												
Menos de 30 años	90	93	89	84	87	86	86	75	79	87	94	94
30 a 49 años	88	90	83	82	83	80	81	72	76	82	90	93
50 a 64 años	85	84	79	77	78	69	82	72	82	79	89	83
65 y más años	83	87	89	85	87	78	88	80	77	86	88	93
Posición Social:												
Baja	85	88	87	85	83	76	83	77	79	83	88	94
Media	88	89	84	80	86	83	84	72	78	83	91	91
Alta	88	91	84	82	79	73	86	74	75	83	94	85
Ideología:												
Izquierda	79	82	80	74	72	72	74	65	68	76	82	84
Centro	94	92	90	88	91	81	92	81	84	84	96	94
Derecha	99	104	98	94	92	93	101	84	93	100	105	106
Propensión al ahorro												
Endeudados	81	88	79	74	82	70	80	65	64	77	82	87
Vive al día	82	86	81	78	80	78	81	74	75	81	90	88
Ahorran	95	92	90	88	90	83	88	76	86	88	92	96
Status Socioeconómico familiar:												
Alto, Medio alto	90	92	87	86	88	80	88	72	79	84	94	91
Medio	86	89	85	80	81	80	83	76	77	83	90	92
Medio Bajo	86	85	82	81	81	76	80	74	81	85	83	87
Bajo	64	75	85	77	92	48	89	84	68	68	78	105
Clientes de												
Bancos	87	89	84	83	86	83	85	77	77	81	88	90
Cajas	88	90	84	82	84	79	85	74	78	83	92	92

Cuadro 3.1.9.

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

Indice de Optimismo

	VI-02	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03
Total	(1.222)	(1.212)	(1.212)	(1.208)	(1.202)	(1.210)	(1.215)	(1.209)	(1.210)	(1.205)	(1.210)	(1.215)
	%											
Optimista	14	16	14	14	16	15	16	16	15	15	16	15
Indiferente	66	65	64	60	58	57	52	57	61	62	65	66
Pesimista	20	19	23	25	26	28	32	27	24	23	19	19
IO	94	96	91	89	90	88	85	88	90	92	96	96

Indice de Evaluación de la Situación Económica

	VI-02	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03
Total	(1.222)	(1.212)	(1.212)	(1.208)	(1.202)	(1.210)	(1.215)	(1.209)	(1.210)	(1.205)	(1.210)	(1.215)
	%											
Optimistas	12	11	10	9	10	10	14	9	11	12	13	14
Indiferentes	58	58	56	54	52	48	42	45	43	47	57	60
Pesimistas	30	30	34	37	38	43	44	46	46	41	30	27
IESE	82	81	76	73	73	66	71	63	65	71	83	87

Cuadro 3.1.10.

Indice de Optimismo (IO), por Características del Entrevistado.

	VI-02	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03
Total IO	94	96	91	89	90	88	85	88	90	92	96	96
Edad:												
Menos de 30 años	112	121	106	112	108	105	100	108	109	110	113	114
30 a 49 años	96	95	94	89	94	89	85	90	93	92	97	98
50 a 64 años	87	81	77	74	76	77	74	76	80	89	86	86
65 y más años	75	82	78	75	74	72	77	75	76	77	86	82
Posición Social:												
Baja	86	88	85	83	80	79	78	81	85	81	92	90
Media	99	100	92	92	96	92	85	90	92	96	95	99
Alta	100	107	101	94	97	94	102	102	98	105	109	103
Ideología:												
Izquierda	93	92	87	94	89	90	84	87	85	91	94	92
Centro	96	96	91	96	89	88	90	95	93	94	95	99
Derecha	102	103	99	91	94	95	94	85	100	100	108	104
Propensión Ahorro:												
Endeudado	89	89	84	88	100	85	80	60	90	74	87	80
Vive al Día	92	92	84	80	79	86	78	82	82	89	91	92
Ahorra	99	103	99	100	102	91	97	104	104	103	104	104
Status Socioeconómico Familiar:												
Alto, Medio alto	102	103	97	97	101	95	99	99	95	102	106	106
Medio	95	95	89	86	85	89	79	86	92	89	93	91
Medio bajo	83	91	83	86	82	72	78	74	77	84	86	89
Bajo	57	75	65	68	79	60	78	77	73	75	42	90
Cientes de:												
Bancos	93	99	89	91	97	91	85	92	95	98	96	94
Cajas	95	97	90	89	88	89	86	88	91	91	96	98

Cuadro 3.1.11.

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

	VI-02	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03
Total IESE	82	81	76	73	73	66	71	63	65	71	83	87
Edad:												
Menos de 30 años	88	87	84	78	76	76	70	64	67	72	87	90
30 a 49 años	84	80	74	71	72	64	67	61	63	67	82	87
50 a 64 años	79	77	67	66	70	58	69	58	67	70	83	80
65 y más años	77	79	78	77	74	66	78	71	63	78	83	90
Posición Social:												
Baja	79	80	75	76	74	64	72	66	64	70	78	89
Media	83	82	77	71	74	72	68	60	66	71	86	87
Alta	88	83	76	71	66	54	73	68	61	74	88	80
Ideología:												
Izquierda	73	71	70	62	57	56	59	51	50	60	71	77
Centro	92	85	84	81	85	74	84	74	78	74	92	91
Derecha	96	102	91	91	84	84	90	76	82	94	107	109
Actitud ante el ahorro:												
Endeudado	75	87	62	75	72	62	67	53	52	62	78	84
Vive al día	75	78	73	66	66	65	68	64	59	70	81	83
Ahorran	92	84	82	80	82	69	75	64	75	75	87	92
Status Socioeconómico Familiar:												
Alto, Medio alto	86	86	79	76	78	68	75	62	66	72	88	87
Medio	81	80	75	70	70	68	70	63	63	72	83	86
Medio bajo	79	78	73	74	69	61	64	63	69	68	75	86
Bajo	64	71	65	68	78	47	89	89	54	61	68	100
Cientes de:												
Bancos	82	82	76	72	74	68	72	67	64	72	83	86
Cajas	82	82	74	73	73	67	72	62	64	69	84	87

3.2. PAUTAS DE AHORRO

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

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:

- Aproximadamente la mitad de los españoles suele vivir al día, es decir, gastando lo que ganan. Otro diez por ciento vive por encima de sus posibilidades y algo más de un tercio ahorra parte de lo que gana.
- Los individuos de status socioeconómico familiar y posición social más altos tienen una mayor propensión al ahorro, dándose el caso opuesto entre quienes tienen un menor poder adquisitivo, es decir las capas más bajas de la sociedad y los mayores, que dependen de sus pensiones de jubilación.

El IPA ha caído 1 punto con respecto a hace un año pero se recupera 2 puntos en relación con el mes de mayo, es decir que se sitúa en un IPA= 129, lo que indica que los españoles han visto en el final de la guerra y el inicio de las vacaciones dos buenos motivos para atreverse a gastarse lo que ganan en mayores proporciones que otros meses, optando por vivir al día, eso sí, evitando un endeudamiento que, en todo caso, afecta a la gran mayoría de las familias españolas, metidas generalmente en la compra de una vivienda.

Cuadro 3.2.1.
Situación Financiera del Hogar

	VI-02	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03
Total	(1.222)	(1.212)	(1.212)	(1.208)	(1.202)	(1.210)	(1.215)	(1.209)	(1.210)	(1.205)	(1.210)	(1.215)
	%											
Me prestan dinero	3	3	3	4	2	3	3	3	2	3	3	2
Gasto mis ahorros	4	4	3	5	4	4	6	6	4	5	5	5
Gasto lo que gana	52	49	53	51	53	50	56	55	58	59	55	53
Ahorro algo	38	40	36	36	37	40	30	32	33	30	34	36
Ahorro bastante	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
NS/NC	2	2	2	2	1	2	2	2	1	1	1	2
IPA	131	135	131	128	133	134	122	125	129	123	128	130

Cuadro 3.2.2.
Indice de Propensión al Ahorro (IPA), por Características Socioeconómicas de los Hogares

	VI-02	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03
Total IPA	131	135	131	128	133	134	122	125	129	123	128	130
Edad:												
18-29 años	130	131	131	126	134	132	122	128	129	122	130	130
30-49 años	136	144	140	139	139	141	128	127	135	132	134	135
50-64 años	133	137	127	128	133	129	123	124	132	124	127	129
65 y más años	122	125	119	112	119	129	112	118	115	107	115	122
Posición Social:												
Baja	121	129	122	120	123	125	116	118	120	110	120	121
Media	135	135	134	127	135	136	123	125	130	127	129	132
Alta	145	152	142	160	152	151	138	141	147	137	145	146
Status Socioeconómico Familiar:												
Alto, Medio Alto	148	147	146	135	148	144	136	138	138	135	135	140
Medio	126	134	127	132	126	132	119	120	128	117	129	130
Medio Bajo	118	118	111	114	121	123	110	111	117	111	113	108
Bajo	115	107	122	84	108	100	100	122	82	107	79	95
Cientes de:												
Bancos	140	142	139	134	139	137	129	133	134	127	130	132
Cajas	132	135	131	129	134	134	123	126	130	123	130	133

3.3. SATISFACCION CON LA VIDA

El Índice de Satisfacción con la calidad de la vida expresa un sentimiento que trasciende la propia situación económica del entrevistado, al intervenir sensaciones más subjetivas como la propia felicidad y las relaciones personales. Por esta misma razón también, el ISCV suele estar sujeto a variaciones insignificantes entre un mes y otro. Así se explica el índice 178 de este mes, 1 punto más que el mes anterior y que hace un año, aunque muy por encima del nivel de equilibrio, lo que confirma la estabilidad de dicho indicador. La valoración media alcanza los 3,8 puntos, en línea con lo habitual. 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 se relacionan muy directamente con su propia persona, parecen ser indicadores de su éxito/fracaso personal. 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, aunque los de status socioeconómico bajo lo manifiesten en menor medida (ISCV=152).

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. El grado de satisfacción suele ser mayor cuanto más alto es el status socioeconómico familiar del entrevistado al igual que entre los encuestados más jóvenes, si bien los diferentes valores medios demuestran que existe poca variación entre segmentos en el grado de satisfacción con la calidad de vida.

Cuadro 3.3.1.

Nivel de Satisfacción con la Calidad de Vida

	VI-02	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03
Total	(1.222)	(1.212)	(1.212)	(1.208)	(1.202)	(1.210)	(1.215)	(1.209)	(1.210)	(1.205)	(1.210)	(1.215)
	%											
Muy Satisfechos	10	11	13	10	11	10	7	5	6	5	6	6
Satisfechos	74	77	72	73	75	72	74	77	80	78	78	79
Indiferentes	8	6	8	8	6	10	9	8	8	8	9	9
Insatisfechos	6	5	5	7	6	8	8	8	5	7	6	6
Muy Insatisfechos	1	1	1	1	1	1	1	1	*	1	1	*
NS/NC	*	1	1	1	1	-	2	1	1	1	1	1
ISCV	177	182	178	176	179	172	172	174	181	176	177	178
Valoración Media	3,8	3,9	3,9	3,8	3,9	3,8	3,8	3,8	3,9	3,8	3,8	3,8
% Discrepancia	21	18	19	20	19	21	21	20	17	19	19	18

Cuadro 3.3.2.
Índice de Satisfacción con la Calidad de Vida, por Características Socioeconómicas de los Entrevistados
 (Valor medio de 1 a 5 puntos indicado entre paréntesis)

	VI-02	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03
Total ISCV	177 (3,8)	182 (3,9)	178 (3,9)	176 (3,8)	179 (3,9)	172 (3,8)	172 (3,8)	174 (3,8)	181 (3,9)	176 (3,8)	177 (3,8)	178 (3,8)
Edad:												
Menos de 30 años	187 (4,0)	186 (4,0)	186 (4,0)	185 (4,0)	186 (4,0)	183 (4,0)	182 (3,9)	182 (3,9)	188 (4,0)	183 (3,9)	186 (3,9)	188 (3,9)
30 a 49 años	180 (3,9)	183 (4,0)	182 (3,9)	175 (3,8)	182 (3,9)	176 (3,8)	170 (3,8)	176 (3,8)	182 (3,9)	178 (3,8)	177 (3,8)	177 (3,8)
50 a 64 años	170 (3,7)	179 (3,8)	174 (3,8)	176 (3,8)	179 (3,9)	166 (3,7)	173 (3,7)	163 (3,7)	182 (3,9)	172 (3,7)	173 (3,8)	170 (3,7)
65 y más años	165 (3,7)	175 (3,8)	167 (3,7)	165 (3,7)	167 (3,7)	157 (3,6)	162 (3,6)	171 (3,7)	171 (3,7)	166 (3,6)	171 (3,7)	173 (3,8)
Posición social:												
Baja	172 (3,7)	178 (3,8)	174 (3,8)	171 (3,8)	175 (3,8)	164 (3,7)	169 (3,7)	167 (3,7)	174 (3,8)	168 (3,7)	174 (3,8)	176 (3,8)
Media	178 (3,9)	183 (3,9)	180 (3,9)	177 (3,9)	179 (3,9)	178 (3,9)	171 (3,8)	177 (3,8)	184 (3,9)	179 (3,8)	178 (3,8)	179 (3,8)
Alta	187 (4,0)	186 (4,0)	186 (4,0)	184 (3,9)	192 (4,0)	175 (3,8)	180 (3,9)	180 (3,8)	188 (3,9)	183 (3,9)	177 (3,8)	177 (3,8)
Ideología:												
Izquierda	173 (3,8)	179 (3,9)	175 (3,9)	173 (3,8)	177 (3,9)	172 (3,8)	173 (3,8)	172 (3,7)	181 (3,8)	178 (3,8)	176 (3,8)	175 (3,8)
Centro	186 (3,9)	184 (3,9)	184 (4,0)	185 (4,0)	185 (3,9)	176 (3,8)	174 (3,8)	180 (3,9)	183 (3,9)	180 (3,8)	182 (3,9)	180 (3,8)
Derecha	185 (3,9)	184 (3,9)	180 (3,9)	186 (3,9)	180 (3,9)	175 (3,8)	180 (3,9)	178 (3,8)	185 (3,9)	177 (3,8)	179 (3,9)	185 (3,9)
Status Socioeconómico Familiar:												
Alto, Medio Alto	189 (4,0)	184 (4,0)	186 (4,0)	187 (4,0)	185 (4,0)	178 (3,9)	182 (3,9)	185 (3,9)	186 (3,9)	184 (3,9)	180 (3,9)	186 (3,9)
Medio	173 (3,8)	184 (3,9)	178 (3,9)	177 (3,8)	178 (3,8)	170 (3,8)	170 (3,7)	170 (3,7)	182 (3,8)	174 (3,8)	176 (3,8)	174 (3,8)
Medio bajo	169 (3,7)	170 (3,8)	164 (3,7)	159 (3,7)	174 (3,8)	167 (3,7)	158 (3,6)	161 (3,6)	173 (3,8)	164 (3,6)	175 (3,8)	169 (3,7)
Bajo	149 (3,4)	176 (3,8)	169 (3,7)	148 (3,5)	151 (3,6)	153 (3,6)	166 (3,7)	144 (3,5)	136 (3,4)	168 (3,6)	126 (3,2)	152 (3,5)
Cientes de:												
Bancos	178 (3,9)	179 (3,9)	178 (3,9)	178 (3,9)	180 (3,9)	175 (3,8)	179 (3,9)	178 (3,8)	182 (3,9)	179 (3,8)	179 (3,8)	180 (3,8)
Cajas	177 (3,8)	183 (3,9)	179 (3,9)	177 (3,8)	180 (3,9)	172 (3,8)	172 (3,8)	176 (3,8)	181 (3,9)	176 (3,8)	178 (3,8)	177 (3,8)

3.4. CLIENTELA DE INSTITUCIONES FINANCIERAS

Transcurridos seis meses de 2003, se constata que BBVA es prácticamente la única entidad financiera cuyo porcentaje de individuos que se declaran clientes ha aumentado en relación con el mismo periodo de hace un año. El incremento en BBVA es de 2,7 puntos, en contraste con los descensos de La Caixa, Caja Madrid, Banesto o SCH. Si BBVA aventajaba a SCH en 4,4 puntos hace un año, ahora le aventaja en 7,3 puntos, duplicando casi la clientela declarada de su competidor más directo.

Clientela declarada por la opinión pública

	Junio 2002	Junio 2003	Dif
La Caixa	17,4%	16,4%	- 1,0
BBVA	12,9%	15,6%	+ 2,7
SCH	8,5%	8,3%	- 0,2
Caja Madrid	10,7%	10,1%	- 0,6
Banesto	3,3%	2,5%	- 0,8
Popular	1,4%	1,9%	+ 0,5

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 91% este mes).

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 (32%) y un 14% 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 posición social (46%).

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 80%. Además, entre los clientes de Cajas de Ahorro (79%) un 34% 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 tiende a disminuir en comparación con los que tuvieron lugar hace un año. Sucede lo mismo entre los clientes específicos de Bancos que lo son también de alguna Caja, lo que no impide seguir afirmando que estos indicadores son muy estables y varían menos de lo que cabría pensar, incluso cuando las condiciones del mercado se ven alteradas por los frecuentes cambios en los tipos de interés, como sucede últimamente.

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.

En primer lugar, conviene destacar una vez más que BBVA (15,6%) y La Caixa (16,4%) son las entidades financieras que más clientes están captando en los últimos años, hasta el punto de que La Caixa alcanza la cifra de 16,4%, por delante del 10,1% de Caja Madrid.

La clientela del BBVA supera una vez más a la del Santander Central Hispano. Por su parte, Banesto alcanza el 2,5% y Popular no supera el 1,9%. 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. Así, se puede comprobar que La Caixa y Caja de Madrid tienen una proporción de clientes superior incluso a la de los grandes bancos nacionales, mientras que el resto de cajas reúne un 60,3% de clientes.

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.

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

(Tiene C/C o libreta en un Banco o Caja)

	VI-02	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03
Total Clientes	90	90	92	91	90	94	91	90	92	90	93	91
Edad:												
Menos de 30 años	86	87	91	87	87	92	90	89	90	88	88	90
30 a 49 años	91	91	93	92	92	95	91	92	96	92	94	92
50 a 64 años	93	88	93	95	89	92	91	92	89	91	95	89
65 y más años	90	91	92	91	90	94	93	89	91	90	94	90
Posición Social:												
Baja	86	89	92	90	89	92	92	90	89	88	92	90
Media	92	90	92	90	90	94	90	91	93	90	92	90
Alta	94	87	94	95	91	94	93	92	96	93	96	96
Status Socioeconómico Familiar:												
Alto, Medio alto	94	91	95	93	92	94	95	93	95	93	96	94
Medio	90	90	92	92	88	95	90	90	91	90	92	90
Medio bajo	85	85	86	88	90	89	90	87	90	85	88	84
Bajo	72	78	100	77	88	80	83	78	86	78	89	71

Cuadro 3.4.2.

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

	VI-02	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03
Total I.B.	29	30	30	32	32	31	31	30	31	29	30	32
Edad:												
Menos de 30 años	28	30	30	29	27	31	31	28	28	28	27	34
30 a 49 años	32	35	34	35	38	36	34	36	36	29	33	34
50 a 64 años	31	27	33	33	33	28	31	29	34	36	32	32
65 y más años	24	24	21	30	24	26	27	21	22	23	26	25
Posición Social:												
Baja	21	24	22	25	23	25	27	21	26	21	23	25
Media	31	32	32	34	35	32	31	31	30	31	32	33
Alta	45	41	44	42	41	45	44	46	49	39	38	46
Status Socioeconómico Familiar:												
Alto, Medio alto	39	36	38	40	41	37	40	37	38	37	35	40
Medio	26	28	27	29	26	29	26	26	28	26	27	25
Medio bajo	22	25	23	28	28	23	32	24	26	19	27	32
Bajo	-	20	20	17	13	23	13	22	10	27	29	27
Clientes de:												
Bancos	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Cajas	13	14	13	13	17	14	16	15	13	14	14	14

Cuadro 3.4.3.

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

	VI-02	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03
Total C.A.	82	82	80	78	82	80	82	82	80	82	82	79
Edad:												
Menos de 30 años	83	79	77	79	84	80	80	78	79	82	83	76
30 a 49 años	80	80	81	78	78	79	81	81	79	83	81	78
50 a 64 años	82	85	80	77	85	84	82	85	76	80	81	82
65 y más años	82	82	84	77	84	80	84	86	84	84	82	81
Posición Social:												
Baja	85	84	84	82	86	82	84	87	82	86	85	81
Media	81	80	79	77	80	81	82	80	82	80	81	80
Alta	74	80	76	74	80	74	74	76	68	82	75	72
Status Socioeconómico Familiar:												
Alto, Medio alto	77	80	77	74	78	80	79	81	78	81	79	75
Medio	82	81	83	80	84	80	83	82	80	82	84	82
Medio bajo	87	84	82	80	86	83	80	84	81	86	82	80
Bajo	100	86	80	83	87	83	93	86	95	78	71	73
Clientes de:												
Bancos	37	39	35	32	44	37	41	40	34	40	39	34
Cajas	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Cuadro 3.4.4.

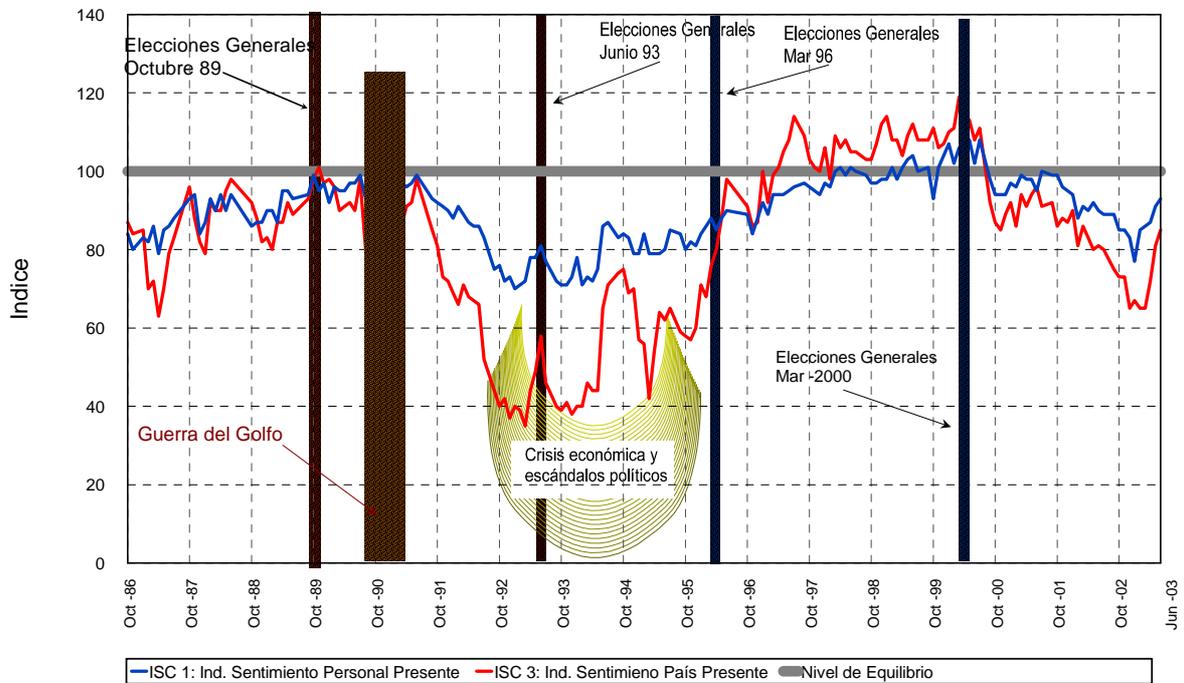
Clientela de Instituciones Financieras por Institución (*)

% que tienen C/c o Libreta en Bancos y Cajas de Ahorro

INSTITUCION FINANCIERA	VI-02	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03
Base: Tiene C/C o Libreta	(1.099)	(1.085)	(1.118)	(1.099)	(1.078)	(1.133)	(1.109)	(1.093)	(1.114)	(1.086)	(1.124)	(1.101)
SCH	8,5	7,1	8,2	9,9	9,7	8,3	7,7	7,4	7,9	6,8	7,2	8,3
BBVA	12,9	15,6	12,3	14,8	15,1	14,0	15,0	15,0	15,8	15,3	14,0	15,6
Popular	1,4	2,6	2,8	2,0	2,0	1,9	2,1	2,1	1,6	1,5	2,0	1,9
Banesto	3,3	1,7	2,4	2,5	2,7	3,9	2,2	2,6	2,6	2,5	3,4	2,5
Otros Bancos	4,8	5,0	6,5	5,6	5,3	5,0	6,2	5,1	5,1	4,6	5,4	5,4
Caja de Madrid	10,7	10,1	11,4	10,4	10,2	7,9	10,2	9,3	8,6	10,3	9,9	10,1
La Caixa	17,4	17,9	13,8	17,6	16,8	15,4	15,7	16,5	15,3	16,1	15,5	16,4
Caja de Cataluña	2,8	3,0	2,4	2,3	2,2	2,5	2,5	2,7	2,0	2,9	2,3	3,1
Caja de Galicia	3,4	3,3	2,8	3,3	3,6	4,4	3,1	5,0	2,0	5,0	4,1	4,6
Ibercaja	4,0	3,3	4,5	3,6	3,7	2,8	3,4	3,0	2,9	3,2	3,2	3,9
Bancaja	2,7	3,0	3,6	3,3	3,4	3,9	2,9	5,0	4,2	2,0	4,3	2,7
BBK	3,7	3,3	2,9	4,0	3,1	3,3	3,6	2,3	2,4	3,5	2,9	3,6
Caixa Orense	-	0,4	0,2	0,7	0,4	0,2	0,2	0,5	0,3	-	-	0,5
Unicaja	3,4	4,4	3,0	3,2	4,0	3,0	5,1	3,9	4,0	3,6	3,2	3,1
Caja Rural	6,9	7,1	5,7	6,1	5,7	6,2	7,2	8,0	7,1	8,3	4,7	6,2
CAM	4,5	4,0	3,6	5,1	4,3	4,9	3,8	3,8	4,1	4,5	3,7	4,1
Caja San Fernando	1,0	1,8	1,7	1,4	2,1	2,6	2,1	2,8	1,6	1,7	1,8	2,2
Caja España	0,9	1,6	1,6	0,8	2,8	2,6	2,1	1,5	1,4	2,0	1,5	2,6
Cajas de Ahorros (Otras)	29,0	26,4	29,3	24,0	27,1	27,1	27,6	24,8	27,3	26,9	31,5	23,7

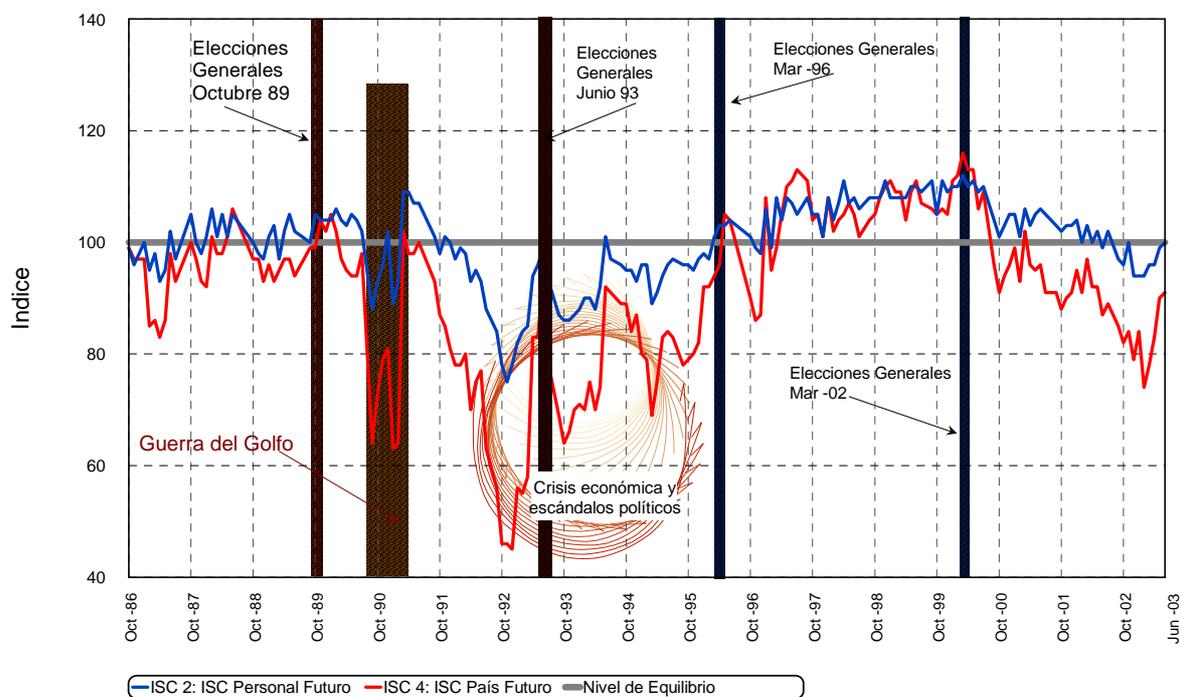
(*) Los porcentajes de clientes de instituciones financieras suman más de cien porque, lógicamente, cada entrevistado podía citar ser cliente de más de un banco o caja.

EVOLUCIÓN DEL ÍNDICE DE SENTIMIENTO DEL CONSUMIDOR PRESENTE (PERSONAL Y DEL PAIS)



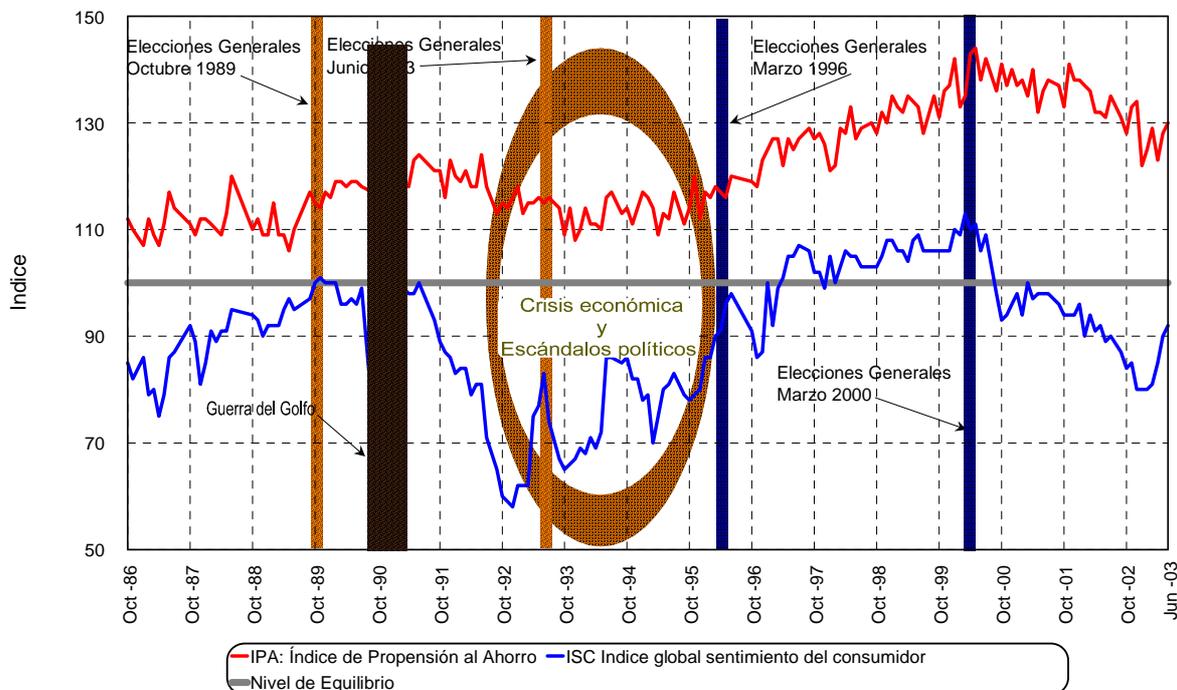
Fuente: Banco de Datos ASEP

EVOLUCIÓN DEL ÍNDICE DE SENTIMIENTO DEL CONSUMIDOR FUTURO (PERSONAL Y DEL PAIS)



Fuente: Banco de Datos ASEP

EVOLUCIÓN DEL ÍNDICE GLOBAL DEL SENTIMIENTO DEL CONSUMIDOR Y DEL ÍNDICE DE PROPENSIÓN AL AHORRO



Fuente: Banco de Datos ASEP



4. ACTITUDES Y COMPORTAMIENTOS POLITICOS

4. Actitudes y Comportamientos Políticos

4.1. DIMENSIONES IDEOLÓGICAS BÁSICAS

La experiencia derivada de diversas investigaciones pasadas ha aconsejado referirse a algunas actitudes básicas de los entrevistados que puedan ayudar a comprender mejor las actitudes y comportamientos políticos específicos de los españoles. Entre ellas se consideran desde hace años algunos indicadores ideológicos básicos, como la ideología, la religiosidad, el sentimiento nacionalista, el recuerdo de voto, el postmaterialismo, la satisfacción con la incorporación de España a la Unión Europea, y la percepción de beneficios derivados de esta incorporación para España y para la Comunidad Autónoma.

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), pero se suelen agregar las siete categorías en solo tres a efectos analíticos, agrupando las tres primeras como izquierda y las tres últimas como derecha.

La distribución global entre izquierda, centro y derecha habitualmente ha mostrado que la izquierda tiene un peso generalmente doble que la derecha, pero similar al de la suma del centro y la derecha, pero desde 1996, ha disminuido el peso de la izquierda, hasta el punto de que el centro y la derecha suelen mostrar, conjuntamente, un peso mayor que la izquierda. Este mes la proporción de personas que se declaran de derecha es del 19%, menos de la mitad que la proporción que se declara de izquierda (42%), y la proporción que se declara de centro es del 20%, de manera que la suma de centro y derecha es este mes tres puntos inferior a la izquierda.

La proporción de entrevistados que se autoposiciona en la izquierda vuelve a ser mayoritaria (en términos relativos) en casi todos los segmentos de la población, con la excepción de los que no contestan lo que votaron en las últimas elecciones y los que votan a partidos nacionalistas de centro y derecha (que se posicionan principalmente en el centro), y los de práctica religiosa alta y los votantes del PP (que se posicionan mayoritariamente en la derecha).

Además, la proporción de los que se posicionan en la izquierda supera a la proporción de la suma de los que se posicionan en el centro y la derecha entre los jóvenes, los de posición social y status socioeconómico medio y alto, los más nacionalistas, los de práctica religiosa baja, los votantes del PSOE, IU, partidos nacionalistas de izquierda y "otros" partidos

El "izquierdismo" suele estar positivamente relacionado con la posición social, lo que sugiere que las minorías del "centro social" suelen seguir identificándose con la izquierda, y también con el sentimiento nacionalista. Por el contrario, el "derechismo" está positivamente relacionado con la edad, el sentimiento español y la religiosidad.

Además, los votantes del PP se posicionan fundamentalmente en la derecha y el centro; los votantes de los partidos nacionalistas de centro y derecha en el centro; los del PSOE, IU y los votantes de los partidos nacionalistas de izquierda se autoposicionan en la izquierda, y los que dicen que no votaron, no saben o no contestan, muestran pautas menos definidas, entre otras cosas porque una proporción importante tampoco contesta su ubicación ideológica, pero parecen situarse preferentemente en el centro.

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 definen habitualmente como católicos, 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 entre un 18-23% afirman tener una alta práctica religiosa (18% este mes), mientras que algo más de la mitad afirman practicar poco su religión.

La práctica religiosa está positivamente relacionada con la edad y con el "derechismo", e inversamente con la posición social. Además, la práctica religiosa es más alta entre los

votantes del PP, y más baja entre los votantes de PSOE, IU y los votantes de partidos nacionalistas de izquierda.

Una tercera dimensión que, en el caso español tiene especial importancia, es la que se refiere al sentimiento nacionalista/español. La identificación con alguna cultura regional ha tenido siempre importancia en España, pero el proceso autonómico que acompañó a la transición democrática ha hecho que todos los españoles tomen conciencia, en mayor o menor medida, de su identidad regional/nacionalista.

Se comprueba así que, mientras un 4-7% de los entrevistados se sienten generalmente sólo identificados con su Comunidad Autónoma (se sienten sólo vascos, o andaluces, o gallegos, etc.), entre un 17-26% se sienten sólo españoles (un 14% este mes). Tomando en consideración a quienes se sienten más "nacionalistas" o más "españoles", se observa habitualmente que el sentimiento español supera claramente al nacionalista.

Sin embargo, alrededor de la mitad de los españoles mayores de 18 años (un 57% este mes) afirman generalmente considerarse tan vascos, gallegos, etc. como españoles.

El sentimiento "nacionalista" no suele superar el 25% en casi ningún segmento social, excepto entre los votantes de partidos nacionalistas y "otros" partidos y entre los que no saben lo que votaron en las últimas elecciones generales.

Se ha considerado oportuno incluir, como cuarto indicador ideológico, el comportamiento electoral en las últimas elecciones legislativas de marzo de 2000, 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.

La importancia de este indicador de "recuerdo de voto" radica en que puede estar señalando las actuales orientaciones hacia los diferentes partidos políticos, 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.

Este mes se observa un recuerdo de voto inferior a los resultados obtenidos en las elecciones del pasado 12 de marzo de 2000 con respecto al PP, partidos nacionalistas de centro y derecha y "otros" partidos, ya que el recuerdo de voto hacia PSOE, IU y partidos nacionalistas de izquierda supera los resultados obtenidos. En el Cuadro 4.1.8. se ofrece, para cada partido, la diferencia (en puntos porcentuales y en porcentajes) entre los resultados reales de marzo de 2000 y el voto ahora recordado. En general, la discrepancia entre el voto recordado y los resultados reales suele ser mayor cuanto más tiempo ha pasado desde la celebración de las últimas elecciones.

Además, entre un 10-14% de los entrevistados (un 13% este mes) no suelen contestar 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.

Desde hace años, ASEP ha venido utilizando la escala de 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.

La escala de materialismo/post-materialismo está dividida en dos listas de ítems en las que los ítems postmaterialistas han sido señalados con *.

Como puede comprobarse, de la primera lista, los dos objetivos más mencionados en primer lugar, son los de luchar contra la subida de precios y dar a la gente más posibilidades para que participe en las decisiones importantes gubernamentales o políticas y en tercer lugar mantener el orden en la nación (uno de los objetivos es materialistas) y, si se toman en cuenta las dos menciones que podía dar cada entrevistado, los más citados volverían a ser "la lucha contra la subida de precios", "dar a la gente más posibilidades para que participe en las decisiones importantes gubernamentales o políticas" y "mantener el orden en la nación". Así pues, entre los dos objetivos más citados como prioritarios este mes parecen predominar los materialistas, por utilizar la terminología de Inglehart.

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 y avanzar hacia aun sociedad menos impersonal y más humana. No debe dejar de señalarse que entre los tres objetivos más citados este mes se observa cierto predominio de los objetivos materialistas sobre los postmaterialistas.

Partiendo de estas respuestas se ha clasificado a los entrevistados en materialistas o post-materialistas. Más de cuatro de cada diez 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.

La proporción de post-materialistas es mayor entre los jóvenes (más abiertos a las nuevas ideas), y cuanto más alta es la posición social y el status socioeconómico y cuanto más a la izquierda se autoposiciona el entrevistado.

La opinión sobre la pertenencia de España a la Unión Europea se sitúa este mes, al mismo nivel que le mes pasado, algo por encima del nivel de equilibrio (lo que indica que la proporción de quienes están muy satisfechos es superior que la de quienes no están nada satisfechos), observándose que dos terceras partes de los entrevistados están algo satisfechos. Se observa una gran controversia entre los distintos segmentos sociales y su satisfacción con la pertenencia de España a la Unión Europea, así ningún segmento social se siente insatisfecho con la pertenencia de España a la UE, excepto los votantes de partidos nacionalistas de izquierda y "otros" partidos.

Por otra parte, alrededor de dos terceras partes de los entrevistados opinan habitualmente que esa pertenencia es más bien beneficiosa para España, para su Comunidad Autónoma y para ellos mismos. Y no hay ningún segmento social que considere que esa pertenencia ha sido más perjudicial que beneficiosa para España, para su Comunidad Autónoma y para ellos.

Cuadro 4.1.1.

Autoposicionamiento Ideológico

	VI-02	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03
Total	(1.222)	(1.212)	(1.212)	(1.208)	(1.202)	(1.210)	(1.215)	(1.209)	(1.210)	(1.205)	(1.210)	(1.215)
	%											
Extrema Izquierda	1	*	1	1	*	*	*	1	1	*	*	1
Izquierda	20	20	18	18	19	22	20	21	23	22	21	27
Centro Izquierda	16	16	18	16	17	18	16	17	18	17	17	14
Centro	23	27	28	23	26	24	24	22	23	24	23	20
Centro Derecha	10	10	8	11	7	10	8	10	9	8	9	10
Derecha	6	6	7	6	5	6	5	6	7	6	8	9
Extrema Derecha	*	*	*	-	*	*	*	*	*	*	-	*
NS/NC	23	21	22	26	25	21	26	23	20	23	22	18
Posicionamiento Medio (IPI)	3,5	3,5	3,6	3,6	3,5	3,5	3,5	3,5	3,5	3,4	3,6	3,5

Cuadro 4.1.2.

Autoposicionamiento Ideológico, por Características Socioeconómicas.

JUNIO 2003	TOTAL	Izquierda	Centro	Derecha
TOTAL	(1215)	42%	20	19
Edad:				
18 a 29 años	(281)	43%	21	14
30 a 49 años	(446)	49%	20	15
50 a 64 años	(236)	39%	20	23
65 y más años	(253)	30%	21	30
Posición Social:				
Baja	(453)	34%	19	24
Media	(585)	47%	21	16
Alta	(177)	46%	24	18
Status Socioeconómico Familiar:				
Alto, Medio alto	(472)	45%	23	21
Medio	(544)	42%	19	17
Medio Bajo/Bajo	(199)	33%	18	21
Nacionalismo:				
Más nacionalista	(209)	47%	18	13
Tan nacionalista como español	(694)	43%	22	19
Más español	(281)	35%	18	26
Práctica Religiosa:				
Alta	(223)	18%	18	46
Media	(211)	31%	24	22
Baja	(696)	52%	21	12
Recuerdo de Voto:				
PP	(305)	4%	25	63
PSOE	(342)	80%	9	2
IU	(49)	80%	8	2
Nacionalista derecha	(62)	31%	41	12
Nacionalista izquierda	(33)	91%	3	-
Otros, en blanco	(36)	33%	22	8
No votó	(231)	37%	25	10
No sabe	(37)	24%	27	3
No contesta	(118)	23%	29	2
Clientes de:				
Bancos	(352)	43%	23	20
Cajas	(869)	43%	20	20

Cuadro 4.1.3.

Práctica Religiosa

	VI-02	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03
Total	(1.222)	(1.212)	(1.212)	(1.208)	(1.202)	(1.210)	(1.215)	(1.209)	(1.210)	(1.205)	(1.210)	(1.215)
	%											
Alta	15	15	16	18	17	17	19	18	17	16	17	18
Media	16	16	16	17	17	17	17	17	17	19	18	17
Baja	62	64	61	59	60	59	58	58	58	56	58	57
NS/NC	6	5	7	7	6	7	6	6	7	9	7	7
Media de Práctica Religiosa (IPR)	2,1	2,1	2,1	2,2	2,2	2,2	2,3	2,3	2,2	2,2	2,2	2,2

Cuadro 4.1.4.

Práctica Religiosa, por Características Socioeconómicas.

JUNIO 2003	TOTAL	Alta	Media	Baja
TOTAL	(1215)	18%	17	57
Edad:				
18 a 29 años	(281)	5%	15	70
30 a 49 años	(446)	12%	15	64
50 a 64 años	(236)	26%	16	51
65 y más años	(253)	38%	25	37
Posición Social:				
Baja	(453)	31%	23	42
Media	(585)	12%	15	65
Alta	(177)	8%	8	70
Ideología:				
Izquierda	(508)	8%	13	71
Centro	(248)	16%	20	59
Derecha	(236)	43%	20	35
Status Socioeconómico Familiar:				
Alto, Medio alto	(472)	13%	15	63
Medio	(544)	19%	20	54
Medio Bajo/Bajo	(199)	29%	15	51
Recuerdo de Voto:				
PP	(305)	40%	22	36
PSOE	(342)	10%	15	68
IU	(49)	6%	8	70
Nacionalista derecha	(62)	16%	20	53
Nacionalista izquierda	(33)	9%	6	81
Otros, en blanco	(36)	11%	22	58
No votó	(231)	9%	13	66
No sabe	(37)	11%	27	57
No contesta	(118)	19%	23	53
Cientes de:				
Bancos	(352)	16%	16	61
Cajas	(869)	18%	18	57

Cuadro 4.1.5.

Sentimiento Nacionalista-Español.

	VI-02	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03
Total	(1.222)	(1.212)	(1.212)	(1.208)	(1.202)	(1.210)	(1.215)	(1.209)	(1.210)	(1.205)	(1.210)	(1.215)
	%											
Sólo Nacionalista	3	3	3	5	5	4	3	5	4	7	4	4
Más Nac. que español	13	14	13	13	14	13	14	14	16	14	15	13
Tan Nac. como español	57	59	61	51	54	53	47	53	57	57	59	57
Más español que Nac.	8	8	9	10	10	11	10	10	9	7	9	10
Sólo se siente español	17	14	13	17	15	16	24	16	13	12	10	14
NS/NC	2	2	1	4	2	3	2	3	2	3	3	3
Media Nacionalismo (ISN)	3,2	3,1	3,1	3,2	3,1	3,2	3,3	3,2	3,1	3,0	3,1	3,1

Cuadro 4.1.6.

Sentimiento Nacionalista-Español, por Características Socioeconómicas.

JUNIO 2003	TOTAL	Más Nacionalista	Igual	Más Español
TOTAL	(1215)	17%	57	24
Edad:				
18 a 29 años	(281)	18%	56	21
30 a 49 años	(446)	17%	60	20
50 a 64 años	(236)	14%	59	25
65 y más años	(253)	19%	51	30
Posición Social:				
Baja	(453)	16%	62	20
Media	(585)	17%	55	26
Alta	(177)	21%	54	22
Ideología:				
Izquierda	(508)	19%	59	19
Centro	(248)	15%	63	21
Derecha	(236)	12%	56	31
Status Socioeconómico Familiar:				
Alto, Medio alto	(472)	16%	60	21
Medio	(544)	16%	58	22
Medio Bajo/Bajo	(199)	22%	46	29
Recuerdo de Voto:				
PP	(305)	9%	62	28
PSOE	(342)	11%	66	21
IU	(49)	17%	49	30
Nacionalista derecha	(62)	61%	26	13
Nacionalista izquierda	(33)	51%	46	-
Otros, en blanco	(36)	36%	39	19
No votó	(231)	14%	59	22
No sabe	(37)	27%	43	27
No contesta	(118)	20%	48	27
Cientes de:				
Bancos	(352)	16%	59	22
Cajas	(869)	17%	58	23

Cuadro 4.1.7.

Partido Votado en las Elecciones Generales de 2000.

	Resultados Reales de 2000												
		VI-02	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03
Total Electores	(33.969.640)	(1.222)	(1.212)	(1.212)	(1.208)	(1.202)	(1.210)	(1.215)	(1.209)	(1.210)	(1.205)	(1.210)	(1.215)
PP	30,4	27,2	26,1	27,6	27,9	24,5	23,6	25,1	26,6	27,0	24,6	27,0	25,1
PSOE	23,3	22,6	27,1	24,8	23,2	26,5	26,4	24,3	27,7	27,9	27,8	27,6	28,2
IU	3,7	4,4	4,8	4,1	4,0	2,8	3,5	4,1	3,8	3,3	3,5	4,2	4,0
Nacionalistas Derecha	5,5	4,3	5,5	5,1	4,3	4,6	4,5	4,5	5,0	4,6	5,2	4,1	5,1
Nacionalistas Izquierda	2,1	2,0	1,8	1,7	1,0	2,0	2,1	2,1	1,6	1,8	2,3	0,8	2,7
Otros	3,7	3,8	3,0	3,6	3,0	4,7	4,9	3,8	4,4	4,4	3,6	3,9	3,0
No Votó	31,3	21,8	19,6	21,1	23,9	21,4	22,8	22,2	18,3	18,0	18,7	19,3	19,1
NS/NC	-	13,9	12,1	12,0	12,7	13,5	12,2	13,9	12,6	13,0	14,3	13,1	12,8

* A partir de abril de 2000 los partidos nacionalistas se han agrupado en función de su representación parlamentaria tras las elecciones de marzo de 2000. Así, los Partidos Nacionalistas de Centro y Derecha son CiU, PNV, PA, EA, CC y PAR (el UPN en estas elecciones concurre conjuntamente con el PP). Los Partidos Nacionalistas de Izquierda son ERC, BNG, EH/HB, IC-V y CHA (estos dos últimos partidos se han incluido por haber obtenido en estas elecciones del 2000 representación parlamentaria).

Cuadro 4.1.8.

Diferencias entre el Recuerdo de Voto y los Resultados Electorales de 2000.

	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03
Diferencias en puntos Porcentuales:											
PP	-4,3	-2,8	-2,5	-5,9	-6,8	-5,3	-3,8	-3,4	-5,8	-3,4	-5,3
PSOE	+3,8	+1,5	-0,1	+3,2	+3,1	+1,0	+4,4	+4,6	+4,5	+4,3	+4,9
IU	+1,1	+0,4	+0,3	-0,9	-0,2	+0,4	+0,1	-0,4	-0,2	+0,5	+0,3
Nacionalistas Derecha	0	-0,4	-1,2	-0,9	-1,0	-1,0	-0,5	-0,9	-0,3	-1,4	-0,4
Nacionalistas Izquierda	-0,3	-0,4	-1,1	-0,1	0	0	-0,5	-0,3	+0,2	-1,3	+0,6
Otros	-0,7	-0,1	-0,7	+1,0	+1,2	+0,1	+0,7	+0,7	-0,1	+0,2	-0,7
No Votó	-11,7	-10,2	-7,4	-9,9	-8,5	-9,1	-13,0	-13,3	-12,6	-12,0	-12,2
NS/NC	+12,1	+12,0	+12,7	+13,5	+12,2	+13,9	+12,6	+13,0	+14,3	+13,1	+12,8
Indice de Discrepancia	17,0	13,9	13,0	17,7	16,5	15,4	17,8	18,3	19,0	18,1	18,6
Diferencias en porcentajes respecto a 1996 y a 2000:											
PP	-14	-9	-8	-19	-22	-17	-12	-11	-19	-11	-17
PSOE	+16	+6	-1	+14	+13	+4	+19	+20	+19	+18	+21
IU	+30	+11	+8	-24	-5	+11	+3	-11	-5	+14	+8
Nacionalistas Derecha	0	-7	-22	-16	-18	-18	-9	-16	-5	-25	-7
Nacionalistas Izquierda	-14	-19	-52	-5	0	0	-24	-14	+10	-62	+29
Otros	-19	-3	-19	+27	+32	+3	+19	+19	-3	+5	-19
No Votó	-37	-33	-24	-32	-27	-29	-42	-42	-40	-38	-39

Cuadro 4.1.9.

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

1ª LISTA DE OBJETIVOS			
JUNIO 2003	1ª Mención	1ª y 2ª Mención	Última Mención
Total	(1.215)	(1.215)	(1.215)
%			
- Mantener el orden en la nación.....	24	41	18
* - Dar a la gente más posibilidades para que participe en las decisiones importantes gubernamentales o políticas.....	26	48	16
- Luchar contra la subida de los precios.....	31	69	14
* - Proteger la libertad de expresión.	16	35	22
- Ninguno.....	1	1	15
- NS/NC.....	2	2	14

2ª LISTA DE OBJETIVOS			
JUNIO 2003	1ª Mención	1ª, 2ª y 3ª Mención	Penúltima o Última Mención
Total	(1.215)	(1.215)	(1.215)
%			
- Mantener un alto nivel de crecimiento económico.....	11	28	16
- Tener unas Fuerzas Armadas capaces de garantizar la defensa de España.....	3	10	34
*- Dar a la gente mayores facilidades para que participe en las decisiones importantes que tengan que ver con su trabajo o la comunidad en la que viven.....	14	36	16
*- Proteger el medio ambiente.....	10	41	13
- Mantener una economía estable.....	22	57	10
- Luchar contra la delincuencia.....	23	57	12
*- Avanzar hacia una sociedad menos impersonal y más humana.....	12	42	22
*- Avanzar hacia una sociedad en la que las ideas sean más importantes que el dinero.....	5	19	22
- Ninguno.....	*	2	15
- NS/NC.....	2	2	11

* **Items de carácter postmaterialista.**

Cuadro 4.1.10.
Porcentaje de Post-Materialistas,
según Características Socioeconómicas

	VI-02	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03
Total PM	35	37	34	35	37	43	39	40	40	40	43	41
Edad												
18 a 29 años	46	50	46	47	49	51	50	50	53	51	54	53
30 a 49 años	40	39	36	38	40	47	41	43	47	44	47	46
50 a 64 años	26	28	27	29	28	38	34	36	31	34	39	34
65 y más años	22	22	22	21	26	31	26	26	25	26	28	28
Posición Social												
Baja	28	32	29	25	28	37	33	28	31	32	38	38
Media	40	38	35	41	42	46	43	47	44	44	44	41
Alta	41	42	45	40	48	51	42	43	55	45	51	51
Ideología												
Izquierda	45	45	44	48	47	52	49	51	52	48	55	48
Centro	31	29	33	34	36	39	33	35	33	34	32	41
Derecha	25	27	26	16	22	37	28	26	26	25	33	28
Status Socioeconómico												
Familiar												
Alto, Medio alto	45	41	38	38	41	50	47	44	46	44	46	46
Medio	32	35	35	37	35	42	36	39	41	37	41	40
Medio bajo	29	35	26	28	40	34	33	38	32	40	42	35
Bajo	21	28	37	17	9	47	22	11	9	22	42	28
Clientes de												
Bancos	35	39	32	36	42	44	41	47	40	39	39	40
Cajas	37	37	36	36	37	44	39	40	42	41	44	42

Cuadro 4.1.11.

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

	VI-02	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03
Total	(1.222)	(1.212)	(1.212)	(1.208)	(1.202)	(1.210)	(1.215)	(1.209)	(1.210)	(1.205)	(1.210)	(1.215)
	%											
Muy Satisfecho	17	18	18	17	19	18	18	17	21	23	22	22
Algo Satisfecho	70	68	67	68	72	69	66	69	68	63	69	66
Nada Satisfecho	6	8	7	6	6	9	9	8	6	7	6	5
NS/NC	7	6	8	8	4	4	7	6	5	8	4	6
ISUE	110	110	111	110	113	108	109	110	115	116	116	117

Cuadro 4.1.12.

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

JUNIO 2003	Total	Muy Satisfecho	Algo Satisfecho	Nada Satisfecho	Ns/Nc	INDICE
TOTAL	(1215)	22%	66	5	6	117
Edad:						
18 a 29 años	(281)	25%	63	5	6	121
30 a 49 años	(446)	22%	70	5	4	117
50 a 64 años	(236)	22%	65	7	5	116
65 y más años	(253)	21%	65	4	10	117
Posición Social:						
Baja	(453)	19%	67	5	9	114
Media	(585)	24%	67	5	4	118
Alta	(177)	29%	62	5	4	123
Ideología:						
Izquierda	(508)	20%	69	5	5	115
Centro	(248)	28%	65	3	4	125
Derecha	(236)	28%	61	7	3	122
Status Socioeconómico Familiar:						
Alto, Medio alto	(472)	29%	59	7	5	122
Medio	(544)	19%	72	4	5	114
Medio Bajo/Bajo	(199)	17%	67	3	13	114
Nacionalismo:						
Más nacionalista	(209)	19%	69	6	6	114
Tan nacionalista como español	(694)	24%	65	6	5	117
Más español	(281)	22%	70	1	6	121
Práctica Religiosa:						
Alta	(223)	23%	59	9	9	114
Media	(211)	24%	66	4	6	120
Baja	(696)	21%	70	5	5	116
Recuerdo de Voto:						
PP	(305)	28%	63	6	3	122
PSOE	(342)	20%	72	3	5	116
IU	(49)	17%	73	6	4	111
Nacionalista derecha	(62)	16%	77	2	5	115
Nacionalista izquierda	(33)	6%	64	24	6	82
Otros, en blanco	(36)	8%	75	11	5	97
No votó	(231)	25%	60	4	10	121
No sabe	(37)	22%	59	5	14	117
No contesta	(118)	26%	62	5	7	121
Cientes de:						
Bancos	(352)	28%	64	4	4	124
Cajas	(869)	21%	68	5	6	115

Cuadro 4.1.13.

**Grado de Beneficio de la Pertenencia a la Unión Europea
para España, para su Comunidad Autónoma y para el Entrevistado.**

ESPAÑA

	VI-02	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03
Total	(1.222)	(1.212)	(1.212)	(1.208)	(1.202)	(1.210)	(1.215)	(1.209)	(1.210)	(1.205)	(1.210)	(1.215)
	%											
Muy beneficioso	16	18	17	16	21	17	17	18	18	17	22	20
Algo beneficioso	67	65	66	68	64	66	62	67	67	64	67	66
Algo perjudicial	6	8	8	6	7	10	9	7	6	8	6	5
Muy perjudicial	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1
NS/NC	8	7	8	9	7	5	9	6	7	10	4	9
IBUE	175	173	173	177	176	171	167	176	177	172	182	179

COMUNIDAD AUTONOMA

	VI-02	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03
Total	(1.222)	(1.212)	(1.212)	(1.208)	(1.202)	(1.210)	(1.215)	(1.209)	(1.210)	(1.205)	(1.210)	(1.215)
	%											
Muy beneficioso	16	17	17	15	19	16	16	16	17	17	21	19
Algo beneficioso	65	65	64	67	63	65	60	65	66	62	67	64
Algo perjudicial	7	8	9	6	8	11	10	8	7	9	6	6
Muy perjudicial	2	3	2	2	3	2	3	3	2	1	1	1
NS/NC	10	7	9	10	7	6	11	7	8	11	5	10
IBCA	172	171	170	173	172	168	164	170	173	169	181	177

ENTREVISTADO

	VI-02	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03
Total	(1.222)	(1.212)	(1.212)	(1.208)	(1.202)	(1.210)	(1.215)	(1.209)	(1.210)	(1.205)	(1.210)	(1.215)
	%											
Muy beneficioso	14	15	14	13	16	15	14	14	14	14	18	17
Algo beneficioso	63	63	63	62	60	63	59	63	62	61	66	62
Algo perjudicial	6	7	8	7	8	10	10	8	7	9	6	6
Muy perjudicial	3	3	2	2	3	2	4	3	3	2	1	1
NS/NC	15	12	13	16	13	10	14	12	14	15	9	14
IBENT	167	167	167	166	164	165	160	165	167	165	177	172

Cuadro 4.1.14.

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

JUNIO 2003	Total	ESPAÑA	CCAA	ENTREVISTADO
TOTAL	(1215)	179	177	172
Edad:				
18 a 29 años	(281)	182	178	174
30 a 49 años	(446)	182	180	176
50 a 64 años	(236)	177	173	166
65 y más años	(253)	173	173	167
Posición Social:				
Baja	(453)	173	170	165
Media	(585)	181	179	174
Alta	(177)	191	186	183
Ideología:				
Izquierda	(508)	178	175	172
Centro	(248)	183	181	175
Derecha	(236)	181	177	171
Status Socioeconómico Familiar:				
Alto, Medio alto	(472)	181	178	174
Medio	(544)	180	178	173
Medio Bajo/Bajo	(199)	173	171	165
Nacionalismo:				
Más nacionalista	(209)	177	173	167
Tan nacionalista como español	(694)	179	178	174
Más español	(281)	184	179	173
Práctica Religiosa:				
Alta	(223)	171	169	163
Media	(211)	179	179	173
Baja	(696)	181	178	173
Recuerdo de Voto:				
PP	(305)	181	180	174
PSOE	(342)	181	180	175
IU	(49)	172	167	166
Nacionalista derecha	(62)	179	174	169
Nacionalista izquierda	(33)	169	152	157
Otros, en blanco	(36)	174	169	160
No votó	(231)	180	177	171
No sabe	(37)	178	175	165
No contesta	(118)	177	176	170
Clientes de:				
Bancos	(352)	184	180	174
Cajas	(869)	179	177	173

4.2. IMAGEN DE INSTITUCIONES Y GRUPOS SOCIALES

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 (sobrentendiendo 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 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 como porcentaje respecto a la media aritmética.

Este mes se ha preguntado por la imagen de trece instituciones o grupos sociales, cuatro fijas (Fuerzas Armadas, Bancos, Gobierno de la Nación y Corona), y otras nueve variables, que este mes han sido el Tribunal Constitucional, los Partidos Políticos, el Defensor del Pueblo, el Senado, el Congreso de los Diputados, los Sindicatos, la Iglesia, las Organizaciones Empresariales y su Ayuntamiento. En los Cuadros 4.2.2. a 4.2.4. se ofrecen los datos para estas siete instituciones o grupos sociales en los tres indicadores de imagen, junto con los datos de éstas y otras instituciones desde hace doce meses, 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:

- El porcentaje de españoles que opinan sobre las diferentes instituciones es en general muy alto, alrededor del 80% en todos los casos este mes, lo cual es un buen indicador de integración política e identificación con el sistema, ya que significa que casi la totalidad de la población española se siente suficientemente capacitada e interesada como para opinar sobre las instituciones y grupos políticos y sociales fundamentales.
- La valoración de las instituciones citadas es también, en general, bastante aceptable, puesto que, si se utiliza 6,0 puntos como límite para diferenciar entre una valoración alta o media, y 4,5 como límite entre una valoración media y baja, se comprueba que este mes ningún grupo social ha sido valorado por debajo de los 4,5, excepto los Partidos Políticos.
- La valoración de las cuatro instituciones fijas este mes es similar a la del mes anterior, de manera que el ranking de este mes es el siguiente: la Corona (6,1 puntos en una escala de 0 10 puntos), el Tribunal Constitucional, el Defensor del Pueblo y el Ayuntamiento (5,5 puntos en los tres casos), las Fuerzas Armadas (5,4 puntos), el Senado (5,2 puntos), el Congreso de los Diputados (5,1 puntos), los

Sindicatos, la Iglesia y las Organizaciones Empresariales (4,9 puntos en los tres casos), los Bancos (4,8 puntos), el Gobierno de la Nación (4,5 puntos) y los Partidos Políticos (4,3 puntos). Por comparación con las valoraciones que estas instituciones recibieron en meses pasados, se observa unas puntuaciones similares en la valoración de todas ellas, lo que sugiere una fuerte estabilidad de la opinión pública en lo que respecta a su actitud hacia estas instituciones.

- 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, se observa que ninguna institución tiene una imagen realmente 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 por las que se ha preguntado durante el último año, tomando las dimensiones de dos en dos, lo que permite relacionar entre sí 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 mensual por los diferentes segmentos de la población, cabe subrayar varios aspectos:

- La edad tiene cierta relación con la valoración de instituciones y grupos, aunque esa relación no es siempre igual, dependiendo en gran medida de la institución valorada. En efecto, se observa que, en líneas generales, cuanto más alta es la edad, más alta es la valoración promedio asignada a casi todas las instituciones fijas.
- La posición social sí 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.
- La ideología ofrece pautas muy dispares para las diferentes instituciones, lo que significa que esta variable lleva a los entrevistados a discriminar más

- minuciosamente entre institución e institución. Aunque este mes, se observa que la valoración de todas las instituciones es más alta entre los de derecha y más baja entre los de izquierda, para todas las instituciones.

En los Cuadros 4.2.9. a 4.2.11. se han ordenado las instituciones y grupos sociales por los que se ha preguntado durante el último año 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.

Puesto que habitualmente se ha utilizado un índice para medir el grado de satisfacción con el Gobierno, y teniendo en cuenta que en otros tiempos era frecuente oír que la insatisfacción con el Gobierno representaba insatisfacción con la democracia, o que la crítica al Gobierno era una crítica a la democracia, ASEP 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 la mayoría de los entrevistados se sienten satisfechos o muy satisfechos con el funcionamiento de la democracia en España, y sólo un 22% se consideran este mes insatisfechos o muy insatisfechos. El índice se calcula mediante la diferencia entre los satisfechos y los insatisfechos (sumando 100 para estandarizar), por lo que 100 se considera el nivel de equilibrio. El nivel de satisfacción de este mes es superior que el mes pasado. Además, la satisfacción con el funcionamiento de 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 los de centro y los de derecha están más satisfechos con el funcionamiento de la democracia que los de izquierda, y los votantes del PP están más satisfechos que los del PSOE. En general, la satisfacción con el funcionamiento de la democracia no muestra pautas de relación muy estables con otros indicadores.

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 pregunta también específicamente a los entrevistados su grado de satisfacción general con éste.

El ISG, este mes, se sitúa siete puntos porcentuales por debajo de nivel de equilibrio, lo que equivale a una proporción superior de insatisfechos que de satisfechos. El índice de Satisfacción con el Gobierno de este mes es superior respecto al mes pasado y disminuye respecto al valor de hace un año, aunque es el más alto de los últimos 4 meses.

Este mes el 37% de los españoles están satisfechos (en mayor o menor medida) con la labor que realiza el Gobierno, y el 44% están insatisfechos.

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

Aparte de esas relaciones, cabe resaltar que sólo unos pocos segmentos sociales se muestran este mes algo satisfechos con el Gobierno, concretamente los entrevistados de más edad, los de posición social baja, los de centro y derecha, los de status socioeconómico familiar bajo y los votantes del PP, que parecen realmente satisfechos con el Gobierno.

Cuadro 4.2.1.

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

	VI-02	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03
- Las Fuerzas Armadas	99	100	100	100	99	100	99	99	99	99	100	99
- Los Bancos	99	100	100	100	99	100	99	99	99	100	100	99
- El Gobierno de la Nación	99	100	100	100	100	100	99	100	100	99	100	100
- La Corona	100	100	100	100	100	100	99	100	100	99	100	100
- Los Jueces	-	-	-	-	-	-	-	99	-	-	-	-
- El Tribunal Constitucional	96	-	-	-	-	-	-	96	-	-	-	96
- El Tribunal Supremo	-	-	-	-	-	-	-	96	-	-	-	-
- La CEOE	-	-	-	-	-	-	-	-	88	-	-	-
- CCOO	-	-	-	-	-	-	-	-	96	-	-	-
- UGT	-	-	-	-	-	-	-	-	97	-	-	-
- Los Partidos Políticos	99	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	99
- El Defensor del Pueblo	97	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	97
- El Senado	98	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	97
- El Congreso de los Diputados	98	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	97
- Los Sindicatos	99	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	99
- La Iglesia	100	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	100
- Las Organizaciones Empresariales	98	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	97
- Su Ayuntamiento	100	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	100
- La ONCE	-	100	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Cáritas	-	99	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- La Cruz Roja	-	100	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- La Policía Nacional	-	-	-	100	-	-	-	-	-	-	-	-
- La Guardia Civil	-	-	-	100	-	-	-	-	-	-	-	-
- Los Tribunales de Justicia	-	-	-	100	-	-	-	-	-	98	-	-
- La Universidad	-	-	-	-	98	-	-	-	-	-	-	-
- Los Políticos	-	-	-	-	-	100	-	-	-	-	-	-
- Los Médicos	-	-	-	-	-	100	-	-	-	-	-	-
- La Constitución	-	-	-	-	-	100	-	-	-	-	-	-
- La Unión Europea	-	-	100	-	-	-	99	-	100	-	99	-
- La OTAN	-	-	-	-	-	-	97	-	-	-	98	-
- La ONU	-	-	-	-	-	-	97	-	-	-	98	-
- La Administración Pública del Estado	-	-	-	-	-	-	-	-	-	98	-	-
- La Sanidad Pública	-	-	-	-	100	-	-	-	-	-	-	-
- El Consejo General del Poder Judicial	-	-	-	-	-	-	-	95	-	-	-	-
- Los Periodistas	-	-	-	-	99	-	-	-	-	-	-	-
- Estados Unidos	-	-	100	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Marruecos	-	-	99	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- La Administración Autonómica	-	-	-	-	-	-	-	-	-	99	-	-
- La Administración Local	-	-	-	-	-	-	-	-	-	99	-	-

Cuadro 4.2.2.

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

	VI-02	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03
- Las Fuerzas Armadas	91	96	95	97	93	95	91	93	91	91	93	94
- Los Bancos	92	97	96	98	95	97	94	95	92	93	94	94
- El Gobierno de la Nación	95	97	97	97	97	97	96	96	95	94	94	94
- La Corona	95	98	97	97	97	97	95	96	95	93	96	95
- Los Jueces	-	-	-	-	-	-	-	92	-	-	-	-
- El Tribunal Constitucional	81	-	-	-	-	-	-	86	-	-	-	84
- El Tribunal Supremo	-	-	-	-	-	-	-	86	-	-	-	-
- La CEOE	-	-	-	-	-	-	-	-	63	-	-	-
- CCOO	-	-	-	-	-	-	-	-	78	-	-	-
- UGT	-	-	-	-	-	-	-	-	82	-	-	-
- Los Partidos Políticos	91	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	92
- El Defensor del Pueblo	85	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	86
- El Senado	87	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	87
- El Congreso de Diputados	87	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	88
- Los Sindicatos	90	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	91
- La Iglesia	93	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	95
- Las Organizaciones Empresariales	85	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	86
- Su Ayuntamiento	95	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	95
- La ONCE	-	98	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Cáritas	-	97	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- La Cruz Roja	-	98	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- La Policía Nacional	-	-	-	99	-	-	-	-	-	-	-	-
- La Guardia Civil	-	-	-	98	-	-	-	-	-	-	-	-
- Los Tribunales de Justicia	-	-	-	96	-	-	-	-	-	90	-	-
- La Universidad	-	-	-	-	93	-	-	-	-	-	-	-
- Los Políticos	-	-	-	-	-	97	-	-	-	-	-	-
- Los Médicos	-	-	-	-	-	99	-	-	-	-	-	-
- La Constitución	-	-	-	-	-	96	-	-	-	-	-	-
- La Unión Europea	-	-	94	-	-	-	92	-	94	-	92	-
- La OTAN	-	-	-	-	-	-	87	-	-	-	89	-
- La ONU	-	-	-	-	-	-	88	-	-	-	89	-
- La Administración Pública del Estado	-	-	-	-	-	-	-	-	-	90	-	-
- La Sanidad Pública	-	-	-	-	98	-	-	-	-	-	-	-
- El Consejo General del Poder Judicial	-	-	-	-	-	-	-	82	-	-	-	-
- Los Periodistas	-	-	-	-	95	-	-	-	-	-	-	-
- Estados Unidos	-	-	94	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Marruecos	-	-	92	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- La Administración Autonómica	-	-	-	-	-	-	-	-	-	91	-	-
- La Administración Local	-	-	-	-	-	-	-	-	-	94	-	-

Cuadro 4.2.3.

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

	VI-02	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03
- Las Fuerzas Armadas	4,9	5,4	5,3	5,8	5,4	4,9	5,2	5,1	5,3	4,9	5,0	5,4
- Los Bancos	4,4	4,8	4,6	4,7	5,0	4,4	4,5	4,4	4,8	4,6	4,7	4,8
- El Gobierno de la Nación	4,5	4,7	4,8	4,7	4,8	4,2	4,4	4,1	4,1	3,7	4,5	4,5
- La Corona	6,2	6,4	6,4	6,5	6,4	6,3	6,3	6,2	6,5	6,1	6,4	6,1
- Los Jueces	-	-	-	-	-	-	-	4,6	-	-	-	-
- El Tribunal Constitucional	5,1	-	-	-	-	-	-	4,8	-	-	-	5,5
- El Tribunal Supremo	-	-	-	-	-	-	-	4,8	-	-	-	-
- La CEOE	-	-	-	-	-	-	-	-	5,0	-	-	-
- CCOO	-	-	-	-	-	-	-	-	5,0	-	-	-
- UGT	-	-	-	-	-	-	-	-	4,9	-	-	-
- Los Partidos Políticos	3,9	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4,3
- El Defensor del Pueblo	5,3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	5,5
- El Senado	4,9	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	5,2
- El Congreso de los Diputados	4,8	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	5,1
- Los Sindicatos	4,5	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4,9
- La Iglesia	4,4	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4,9
- Las Organizaciones Empresariales	4,6	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4,9
- Su Ayuntamiento	5,2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	5,5
- La ONCE	-	7,2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Cáritas	-	7,1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- La Cruz Roja	-	7,5	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- La Policía Nacional	-	-	-	6,1	-	-	-	-	-	-	-	-
- La Guardia Civil	-	-	-	6,0	-	-	-	-	-	-	-	-
- Los Tribunales de Justicia	-	-	-	4,6	-	-	-	-	-	4,3	-	-
- La Universidad	-	-	-	-	6,7	-	-	-	-	-	-	-
- Los Políticos	-	-	-	-	-	3,6	-	-	-	-	-	-
- Los Médicos	-	-	-	-	-	6,5	-	-	-	-	-	-
- La Constitución	-	-	-	-	-	6,3	-	-	-	-	-	-
- La Unión Europea	-	-	6,3	-	-	-	6,1	-	6,0	-	6,2	-
- La OTAN	-	-	-	-	-	-	4,6	-	-	-	4,8	-
- La ONU	-	-	-	-	-	-	5,6	-	-	-	5,5	-
- La Administración Pública del Estado	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4,4	-	-
- La Sanidad Pública	-	-	-	-	6,0	-	-	-	-	-	-	-
- El Consejo General del Poder Judicial	-	-	-	-	-	-	-	4,7	-	-	-	-
- Los Periodistas	-	-	-	-	5,4	-	-	-	-	-	-	-
- Estados Unidos	-	-	4,4	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Marruecos	-	-	3,3	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- La Administración Autonómica	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4,9	-	-
- La Administración Local	-	-	-	-	-	-	-	-	-	5,2	-	-

Cuadro 4.2.4.

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

	VI-02	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03
- Las Fuerzas Armadas	49	46	45	42	41	49	47	48	46	49	48	45
- Los Bancos	45	45	45	44	39	43	47	49	42	43	43	42
- El Gobierno de la Nación	58	54	53	56	52	63	60	69	72	75	63	60
- La Corona	44	43	44	42	43	44	44	45	42	45	42	44
- Los Jueces	-	-	-	-	-	-	-	51	-	-	-	-
- El Tribunal Constitucional	39	-	-	-	-	-	-	48	-	-	-	37
- El Tribunal Supremo	-	-	-	-	-	-	-	47	-	-	-	-
- La CEOE	-	-	-	-	-	-	-	-	40	-	-	-
- CCOO	-	-	-	-	-	-	-	-	44	-	-	-
- UGT	-	-	-	-	-	-	-	-	45	-	-	-
- Los Partidos Políticos	52	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	50
- El Defensor del Pueblo	40	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	38
- El Senado	41	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	40
- El Congreso de los Diputados	41	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	41
- Los Sindicatos	50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	46
- La Iglesia	61	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	55
- Las Organizaciones Empresariales	46	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	44
- Su Ayuntamiento	46	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	42
- La ONCE	-	30	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Cáritas	-	32	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- La Cruz Roja	-	28	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- La Policía Nacional	-	-	-	39	-	-	-	-	-	-	-	-
- La Guardia Civil	-	-	-	42	-	-	-	-	-	-	-	-
- Los Tribunales de Justicia	-	-	-	50	-	-	-	-	-	53	-	-
- La Universidad	-	-	-	-	30	-	-	-	-	-	-	-
- Los Políticos	-	-	-	-	-	60	-	-	-	-	-	-
- Los Médicos	-	-	-	-	-	31	-	-	-	-	-	-
- La Constitución	-	-	-	-	-	36	-	-	-	-	-	-
- La Unión Europea	-	-	30	-	-	-	33	-	34	-	30	-
- La OTAN	-	-	-	-	-	-	50	-	-	-	46	-
- La ONU	-	-	-	-	-	-	40	-	-	-	38	-
- La Administración Pública del Estado	-	-	-	-	-	-	-	-	-	49	-	-
- La Sanidad Pública	-	-	-	-	36	-	-	-	-	-	-	-
- El Consejo General del Poder Judicial	-	-	-	-	-	-	-	49	-	-	-	-
- Los Periodistas	-	-	-	-	37	-	-	-	-	-	-	-
- Estados Unidos	-	-	55	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Marruecos	-	-	67	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- La Administración Autonómica	-	-	-	-	-	-	-	-	-	40	-	-
- La Administración Local	-	-	-	-	-	-	-	-	-	45	-	-

Cuadro 4.2.5.

Conocimiento y Valoración de Instituciones y Grupos Sociales.

JUNIO 2002 – JUNIO 2003

CONOCIMIENTO	VALORACIÓN		
	ALTA (+6,0)	MEDIA (4,5-6,0)	BAJA (-4,5)
Alto (+85%)	La Corona La ONCE La Policía Nacional Cáritas Los Médicos La Universidad La Cruz Roja La Constitución La Unión Europea La Sanidad Pública	Los Jueces Los Bancos Las Fuerzas Armadas El Defensor del Pueblo Su Ayuntamiento La Administración Autonómica Los Sindicatos Los Periodistas La OTAN El Senado El Congreso de los Diputados La ONU El Tribunal Supremo La Administración Local La Iglesia Las Organizaciones Empresariales La Guardia Civil	Los Políticos Los Partidos Políticos Estado Unidos Marruecos El Gobierno de la Nación Los Tribunales de Justicia La Administración Pública del Estado
Medio (70-85%)		El Tribunal Constitucional CCOO UGT El Consejo General del Poder Judicial	
Bajo (-70%)		La CEOE	

Cuadro 4.2.6.

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

JUNIO 2002 - JUNIO 2003

CONOCIMIENTO	IMAGEN CONTROVERTIDA		
	ALTA (+65%)	MEDIA (50-65%)	BAJA (-50%)
Alto (+85%)	Marruecos	Los Tribunales de Justicia Los Partidos Políticos La Iglesia Los Políticos El Gobierno de la Nación Estados Unidos Los Jueces	La Corona La Policía Nacional La Guardia Civil La ONCE Cáritas Los Médicos Su Ayuntamiento Los Bancos La Universidad La Cruz Roja La Constitución La Unión Europea Las Fuerzas Armadas La Administración Pública del Estado La Sanidad Pública La ONU Los Sindicatos Los Periodistas El Senado El Congreso de los Diputados El Tribunal Supremo La Administración Autonómica La Administración Local El Defensor del Pueblo La OTAN
Medio (70-85%)			El Tribunal Constitucional UGT CCOO Las Organizaciones Empresariales El Consejo General del Poder Judicial
Bajo (-70%)			La CEOE

Cuadro 4.2.7.

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

JUNIO 2002 - JUNIO 2003

VALORACION	IMAGEN CONTROVERTIDA		
	ALTA (+65%)	MEDIA (50-65%)	BAJA (-50%)
Alta (+6,0)			La Corona La ONCE La Policía Nacional Cáritas Los Médicos La Universidad La Cruz Roja La Constitución La OTAN La Sanidad Pública
Media (4,5-6,0)		La Iglesia Los Jueces	El Consejo General del Poder Judicial El Tribunal Constitucional El Tribunal Supremo La Guardia Civil El Senado El Defensor del Pueblo Su Ayuntamiento Los Bancos CCOO El Congreso de los Diputados Las Organizaciones Empresariales La CEOE Las Fuerzas Armadas La Administración Local Los Sindicatos UGT Los Periodistas La ONU La Unión Europea La Administración Autonómica
Baja (-4,5)	Marruecos	Estados Unidos Los Tribunales de Justicia Los Partidos Políticos Los Políticos El Gobierno de la Nación	La Administración Pública del Estado

Cuadro 4.2.8.

**Valoración Media de Instituciones y Grupos Sociales,
por Características Socioeconómicas.**

JUNIO 2003	Total	El Tribunal Constitucional	Los Partidos Políticos	Fuerzas Armadas	Los Bancos	El Defensor del Pueblo	El Gobierno de la Nación	La Corona
TOTAL	(1215)	5,5	4,3	5,4	4,8	5,5	4,5	6,1
Edad:								
18 a 29 años	(281)	5,4	4,2	5,2	5,1	5,5	4,3	5,5
30 a 49 años	(446)	5,4	4,2	5,2	4,6	5,5	4,2	5,8
50 a 64 años	(236)	5,5	4,3	5,5	4,7	5,5	4,7	6,5
65 y más años	(253)	5,7	4,6	6,0	5,0	5,7	4,9	7,0
Posición Social:								
Baja	(453)	5,5	4,4	5,8	5,0	5,7	4,7	6,8
Media	(585)	5,4	4,3	5,2	4,8	5,5	4,4	5,9
Alta	(177)	5,6	4,1	5,1	4,5	5,3	4,3	5,4
Ideología:								
Izquierda	(508)	5,3	4,2	5,0	4,5	5,5	3,1	5,7
Centro	(248)	5,6	4,4	5,6	5,0	5,6	5,3	6,4
Derecha	(236)	6,1	4,8	6,5	5,3	6,0	6,7	7,1
Status Socioeconómico Familiar:								
Alto, Medio alto	(472)	5,6	4,3	5,4	4,9	5,6	4,6	6,0
Medio	(544)	5,5	4,3	5,4	4,8	5,6	4,4	6,2
Medio Bajo/Bajo	(199)	5,1	4,2	5,6	4,8	5,5	4,4	6,4
Recuerdo de Voto:								
PP	(305)	6,2	4,8	6,5	5,4	6,2	6,8	7,3
PSOE	(342)	5,4	4,3	5,5	4,6	5,5	3,3	6,4
IU	(49)	5,0	3,9	4,2	3,7	5,4	3,2	4,3
Nacionalistas derecha	(62)	5,1	4,5	4,2	4,9	5,0	3,7	5,4
Nacionalistas izquierda	(33)	4,6	4,2	3,6	4,5	4,6	2,4	3,7
Otros, en blanco	(36)	5,1	3,0	4,4	4,2	5,5	4,0	5,5
No votó	(231)	5,2	3,8	5,2	4,8	5,4	4,2	5,5
No sabe	(37)	5,6	4,7	5,6	5,5	5,5	4,7	6,4
No contesta	(118)	5,0	4,0	4,7	4,6	4,9	4,3	5,5
Cientes de:								
Bancos	(352)	5,6	4,4	5,7	5,0	5,7	4,6	6,2
Cajas	(869)	5,5	4,3	5,4	4,8	5,5	4,5	6,1

Cuadro 4.2.8.(continuación)

**Valoración Media de Instituciones y Grupos Sociales,
por Características Socioeconómicas.**

JUNIO 2003	El Congreso						
	Total	El Senado	de los Diputados	Los Sindicatos	La Iglesia	Las Organizaciones Empresariales	Su Ayuntamiento
TOTAL	(1215)	5,2	5,1	4,9	4,9	4,9	5,5
<u>Edad:</u>							
18 a 29 años	(281)	5,0	5,0	5,0	4,2	4,9	5,5
30 a 49 años	(446)	5,1	5,0	4,8	4,4	4,6	5,2
50 a 64 años	(236)	5,2	5,1	4,7	5,3	5,0	5,7
65 y más años	(253)	5,6	5,6	5,0	6,1	5,3	6,0
<u>Posición Social:</u>							
Baja	(453)	5,4	5,3	5,0	5,8	5,0	5,9
Media	(585)	5,1	5,0	4,8	4,5	4,9	5,4
Alta	(177)	5,0	5,1	4,5	3,9	4,6	5,1
<u>Ideología:</u>							
Izquierda	(508)	4,9	4,9	5,2	4,1	4,4	5,3
Centro	(248)	5,4	5,4	4,7	5,2	5,4	5,8
Derecha	(236)	6,0	6,0	4,5	6,2	5,7	6,1
<u>Status Socioeconómico</u>							
<u>Familiar:</u>							
Alto, Medio alto	(472)	5,2	5,2	4,8	4,4	4,9	5,4
Medio	(544)	5,2	5,2	5,0	5,1	4,8	5,6
Medio Bajo/Bajo	(199)	5,0	4,9	4,8	5,5	4,9	5,9
<u>Recuerdo de Voto:</u>							
PP	(305)	6,1	6,0	4,6	6,3	5,9	6,3
PSOE	(342)	5,1	5,1	5,3	4,5	4,6	5,5
IU	(49)	4,1	4,5	5,0	3,5	3,5	4,5
Nacion.derecha	(62)	5,0	4,8	4,5	4,8	4,9	5,5
Nacion.izquierda	(33)	4,0	4,4	4,6	4,2	4,3	4,8
Otros, en blanco	(36)	4,8	4,6	4,8	4,4	4,5	5,2
No votó	(231)	4,8	4,7	4,6	4,2	4,5	5,1
No sabe	(37)	5,5	5,4	5,2	5,4	5,3	5,5
No contesta	(118)	4,6	4,6	4,7	4,6	4,4	5,3
<u>Cientes de:</u>							
Bancos	(352)	5,2	5,2	4,9	4,8	5,1	5,6
Cajas	(869)	5,2	5,2	4,9	4,9	4,9	5,6

Cuadro 4.2.9.

Ranking de Notoriedad

JUNIO 2002 - JUNIO 2003

	%Opinan
1. Los Médicos	99
2. La Policía Nacional	99
3. La Cruz Roja	98
4. La ONCE	98
5. La Guardia Civil	98
6. La Sanidad Pública	98
7. Cáritas	97
8. Los Políticos	97
9. El Gobierno de la Nación	96
10. La Corona	96
11. La Constitución	96
12. Los Bancos	95
13. Su Ayuntamiento	95
14. Los Periodistas	95
15. Estados Unidos	94
16. La Administración Local	94
17. La Iglesia	94
18. Las Fuerzas Armadas	93
19. Los Tribunales de Justicia	93
20. La Unión Europea	93
21. La Universidad	93
22. Los Jueces	92
23. Marruecos	92
24. Los Partidos Políticos	92
25. La Administración Autonómica	91
26. La Administración Pública del Estado	90
27. Los Sindicatos	90
28. La ONU	88
29. El Congreso de los Diputados	88
30. La OTAN	88
31. El Senado	87
32. El Tribunal Supremo	86
33. El Defensor del Pueblo	86
34. Las Organizaciones Empresariales	86
35. El Tribunal Constitucional	84
36. UGT	82
37. El Consejo General del Poder Judicial	82
38. CCOO	78
39. La CEOE	63

Cuadro 4.2.10.

Ranking de Valoración

JUNIO 2002 – JUNIO 2003

	Valoración media (x)
1. La Cruz Roja	7,5
2. La ONCE	7,2
3. Cáritas	7,1
4. La Universidad	6,7
5. Los Médicos	6,5
6. La Corona	6,3
7. La Constitución	6,3
8. La Unión Europea	6,2
9. La Policía Nacional	6,1
10. La Guardia Civil	6,0
11. La Sanidad Pública	6,0
12. La ONU	5,6
13. Los Periodistas	5,4
14. El Defensor del Pueblo	5,4
15. Su Ayuntamiento	5,4
16. Las Fuerzas Armadas	5,2
17. La Administración Local	5,2
18. El Tribunal Constitucional	5,1
19. CCOO	5,0
20. La CEOE	5,0
21. El Senado	5,0
22. El Congreso de los Diputados	5,0
23. UGT	4,9
24. La Administración Autonómica	4,9
25. El Tribunal Supremo	4,8
26. Las Organizaciones Empresariales	4,8
27. El Consejo General del Poder Judicial	4,7
28. La OTAN	4,7
29. Los Sindicatos	4,7
30. Los Bancos	4,6
31. Los Jueces	4,6
32. La Iglesia	4,6
33. El Gobierno de la Nación	4,4
34. La administración Pública del Estado	4,4
35. Los Tribunales de Justicia	4,4
36. Estados Unidos	4,4
37. Los Partidos Políticos	4,1
38. Los Políticos	3,6
39. Marruecos	3,3

**Cuadro 4.2.11.
Ranking de Dispersión Opinática**

JUNIO 2002 - JUNIO 2003

	% Dispersión Opinática (s/x) 100
1. La Cruz Roja	28
2. La ONCE	30
3. La Universidad	30
4. Los Médicos	31
5. La Unión Europea	31
6. Cáritas	32
7. La Constitución	36
8. La Sanidad Pública	36
9. Los Periodistas	37
10. La Policía Nacional	39
11. La ONU	39
12. El Defensor del Pueblo	39
13. La CEOE	40
14. La Administración Autonómica	40
15. El Senado	40
16. El Congreso de los Diputados	41
17. El Tribunal Constitucional	41
18. La Guardia Civil	42
19. La Corona	44
20. CCOO	44
21. Los Bancos	44
22. Su Ayuntamiento	44
23. UGT	45
24. La Administración Local	45
25. Las Organizaciones Empresariales	45
26. Las Fuerzas Armadas	46
27. El Tribunal Supremo	47
28. La OTAN	48
29. Los Sindicatos	48
30. La Administración Pública del Estado	49
31. El Consejo General del Poder Judicial	49
32. Los Jueces	51
33. Los Partidos Políticos	51
34. Los Tribunales de Justicia	52
35. Estados Unidos	55
36. La Iglesia	58
37. Los Políticos	60
38. El Gobierno de la Nación	61
39. Marruecos	67

Cuadro 4.2.12.

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

	VI-02	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03
Total	(1.222)	(1.212)	(1.212)	(1.208)	(1.202)	(1.210)	(1.215)	(1.209)	(1.210)	(1.205)	(1.210)	(1.215)
	%											
Muy Satisfecho	3	3	4	4	5	2	3	4	3	2	3	3
Satisfecho	59	62	63	60	66	60	61	53	60	48	54	55
Indiferente	17	15	16	17	11	15	16	15	14	15	14	18
Insatisfecho	17	17	14	14	14	18	15	21	20	27	24	20
Muy Insatisfecho	2	2	2	2	2	3	3	6	3	4	4	2
NS/NC	2	2	1	2	1	2	1	2	1	3	1	1
ISD	143	147	151	147	156	141	146	130	140	119	128	136
% Opinan	98	98	99	98	99	98	99	98	99	97	99	99
Valoración Media	3,4	3,5	3,5	3,5	3,6	3,4	3,4	3,3	3,4	3,2	3,2	3,4
% Discrepancia	28	26	26	26	25	28	27	32	28	33	32	28

Cuadro 4.2.13.

**Indice de Satisfacción con el Funcionamiento de la
Democracia en España. por Características Socioeconómicas.**

	VI-02	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03
Total ISD	143	147	151	147	156	141	146	130	140	119	128	136
Edad												
18 a 29 años	138	138	145	138	146	137	138	115	129	107	115	131
30 a 49 años	139	149	149	150	158	144	142	126	140	115	129	135
50 a 64 años	151	151	155	147	158	139	152	140	152	121	131	139
65 y más años	147	154	156	156	162	144	153	142	138	138	136	140
Posición Social												
Baja	145	151	151	148	158	140	150	136	138	128	126	139
Media	142	143	149	146	152	142	139	123	139	114	130	134
Alta	139	154	154	152	161	139	153	139	143	117	124	133
Ideología												
Izquierda	119	128	134	139	143	127	134	112	123	99	104	115
Centro	161	161	170	162	171	160	164	142	159	131	143	145
Derecha	173	173	173	175	173	155	165	164	169	161	168	173
Status Socioeconómico												
Familiar												
Alto	154	151	158	153	163	146	151	129	147	117	132	143
Medio	138	148	150	144	152	141	144	129	133	122	128	134
Medio bajo	138	139	134	149	146	132	140	132	142	113	121	124
Bajo	132	136	166	132	166	126	151	145	145	150	74	128
Recuerdo de Voto												
PP	176	179	171	171	180	161	166	164	169	153	163	174
PSOE	131	138	148	148	158	141	144	124	137	117	115	127
IU	131	136	98	144	143	122	112	132	138	102	94	111
Nac. Derecha	84	127	136	140	146	130	128	110	116	82	103	108
Nac. Izquierda	81	93	71	66	101	66	92	53	41	60	78	82
Otro. en blanco	152	115	149	138	152	155	120	106	128	90	115	102
No votó	136	136	145	127	139	124	144	111	128	98	118	131
NS/NC	135	147	156	143	148	150	145	123	125	127	120	127
Clientes de												
Bancos	146	153	153	150	164	143	151	136	148	126	129	142
Cajas	142	149	152	146	155	140	148	129	138	117	125	134

Cuadro 4.2.14.

Indice de Satisfacción con la Labor del Gobierno (ISG)

	VI-02	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03
Total	(1.222)	(1.212)	(1.212)	(1.208)	(1.202)	(1.210)	(1.215)	(1.209)	(1.210)	(1.205)	(1.210)	(1.215)
	%											
Muy Satisfecho	4	3	4	4	2	3	4	3	3	3	5	4
Algo Satisfecho	38	36	34	37	40	30	33	32	29	23	31	33
Indiferente	19	20	22	18	16	18	17	14	15	13	13	16
Algo Insatisfecho	29	29	27	28	27	31	28	28	30	33	30	26
Muy Insatisfecho	10	11	11	12	13	17	16	21	22	25	20	19
NS/NC	1	1	1	2	1	1	2	1	2	2	1	1
ISG	103	99	100	101	102	86	93	85	81	68	87	93
% Opinan	99	99	99	98	100	99	98	99	98	98	99	99
Valoración Media	2,9	2,9	2,9	2,9	2,9	2,7	2,8	2,7	2,6	2,4	2,7	2,8
% Discrepancia	38	39	39	39	40	43	43	46	47	49	46	44

Cuadro 4.2.15.

**Índice de Satisfacción con la Labor del Gobierno (ISG).
por Características de los Entrevistados.**

	VI-02	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03
Total ISG	103	99	100	101	102	86	93	85	81	68	87	93
Edad:												
- 30 años	90	94	90	92	96	76	80	66	72	54	69	85
30-49 años	99	93	94	95	100	76	82	73	75	62	79	81
50-64 años	112	103	103	105	100	92	110	98	94	78	93	100
65 y más años	118	113	123	122	118	110	111	116	92	88	114	117
Posición Social												
Baja	112	105	106	109	107	95	100	103	90	74	93	102
Media	97	96	97	97	99	84	86	75	78	63	83	89
Alta	98	96	97	100	101	67	96	81	70	77	86	84
Ideología												
Izquierda	54	46	52	50	49	40	49	35	36	28	34	42
Centro	130	122	122	126	125	115	119	112	100	80	115	123
Derecha	174	174	175	177	173	152	164	163	167	153	166	167
Status Socioeconómico												
Familiar												
Alto	101	104	101	105	109	84	97	79	83	66	88	97
Medio alto	102	98	99	100	98	82	88	87	80	71	85	91
Medio Bajo	111	97	98	100	95	100	98	88	82	66	90	88
Bajo	63	82	134	95	143	72	112	155	96	72	69	119
Recuerdo de Voto												
PP	173	171	168	172	172	158	161	154	152	140	164	177
PSOE	52	57	63	56	62	43	50	47	40	35	38	47
IU	44	49	32	48	67	41	30	28	17	28	37	46
Nac. Derecha	58	70	83	57	74	51	70	56	58	34	57	66
Nac. Izquierda	62	30	16	7	4	51	47	5	19	18	11	42
Otros. en blanco	77	71	79	50	83	77	93	68	51	50	64	64
No votó	93	97	83	96	94	74	82	69	66	50	72	79
NS/NC	109	94	100	90	108	93	98	93	89	70	88	94
Cientes de												
Bancos	106	109	104	114	110	86	100	87	85	73	92	96
Cajas	102	99	101	100	97	83	92	86	78	67	81	94

4.3. IMAGEN DE PERSONAJES PUBLICOS

Se ha medido 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).

Los líderes de los dos principales partidos políticos son conocidos por una gran mayoría de los entrevistados. Más del 90% opinan este mes sobre José M^a Aznar, Felipe González y José Luis Rodríguez Zapatero y más del 70% valoran a Gaspar Llamazares. De los datos que se presentan en los Cuadros 4.3.2. a 4.3.4., en los cuales se incluyen todos los líderes por los que se ha preguntado durante el último año, 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. Entre los líderes fijos, más del 80% de los entrevistados suelen opinar sobre José M^a Aznar, Felipe González y José Luis Rodríguez Zapatero y alrededor del 60% califican a Gaspar Llamazares. El porcentaje de los que opinan sobre otros personajes públicos varía mucho de unos a otros.
- c. En cuanto a la imagen de personajes públicos, el ranking de valoración de este mes es el siguiente: Felipe González (5,2 puntos en una escala de 0 a 10 puntos), José Luis Rodríguez Zapatero (5,0 puntos), José M^a Aznar (4,1 puntos) y Gaspar Llamazares (3,9 puntos). Este mes Aznar mantiene su valoración respecto al mes pasado, y Rodríguez Zapatero aumenta la diferencia con él, superándole en 0,9 puntos, e incluso Felipe González se sitúa por encima de Aznar en 1,1 puntos también, repitiéndose la situación de los últimos meses.
- 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 más alta que la de las instituciones, y se observa que este mes ningún personaje público tiene una imagen realmente controvertida, excepto José M^a Aznar.

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. Parece existir una relación entre la edad y la valoración de personajes públicos en general. Es frecuente que la valoración sea más alta en los grupos de más edad.
- b. 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). No obstante, se suele observar una relación negativa entre las valoraciones y la posición social y el status socioeconómico familiar (aunque no es una pauta general).
- c. La ideología, sin embargo, es la variable que parece explicar mejor, y más coherentemente, las diferentes pautas de valoración. La valoración José M^a Aznar es más alta cuanto más a la derecha se posiciona el entrevistado, mientras que las de González, Rodríguez Zapatero y Gaspar Llamazares son más altas cuanto más a la izquierda se posiciona el entrevistado.

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 meses, y siguiendo el mismo procedimiento ya explicado para las instituciones.

Cuadro 4.3.1.

Porcentaje de Conocimiento de Personajes Públicos.

	VI-02	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03
Felipe González	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	99	100
José M ^a Aznar	100	99	100	99	100	100	100	100	100	100	99	100
José Luis Rodríguez Zapatero	97	97	98	98	98	99	98	99	99	98	98	99
Gaspar Llamazares	77	77	78	66	66	76	76	82	81	84	77	87
Príncipe Felipe	-	-	-	-	100	100	-	-	-	-	-	-
Jaime Mayor Oreja	94	95	94	-	-	-	-	96	-	-	-	-
Infanta Cristina	-	-	-	-	-	-	100	-	-	-	-	-
Rodrigo Rato	-	94	-	-	-	-	-	96	-	-	-	-
Javier Arenas	-	94	-	-	-	-	-	95	-	-	-	-
Infanta Elena	-	-	-	-	-	-	-	100	-	-	-	-
El Rey Juan Carlos	-	-	-	-	-	-	-	-	100	-	-	-
Esperanza Aguirre	-	-	-	-	-	-	-	-	-	86	-	-
Luisa Fernanda Rudi	-	76	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Mariano Rajoy	-	88	-	-	-	-	-	95	-	-	-	-
Juan José Ibarretxe	87	-	-	-	-	-	88	-	-	-	-	-
Reina Dña. Sofía	-	-	-	100	-	-	-	-	-	-	-	-
George W. Bush	-	-	-	94	-	-	-	-	99	99	-	-
Loyola de Palacio	-	90	90	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Ariel Sharon	-	-	-	-	-	-	-	-	-	80	-	-
Yasir Arafat	-	-	-	-	-	-	-	-	-	84	-	-
Francisco Álvarez Cascos	-	92	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Jacques Chirac	-	-	-	-	-	-	-	-	86	-	-	-
Patxi López	51	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Adolfo Suárez Illana	77	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Miguel Ángel Acebes	-	77	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Alberto Ruiz Gallardón	-	-	86	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Silvio Berlusconi	-	-	-	76	-	-	-	-	-	-	-	-
Tony Blair	-	-	-	85	-	-	-	-	-	-	-	-
Gerard Schröder	-	-	-	66	-	-	-	-	-	76	-	-
Jesús Caldera	-	-	-	-	47	-	-	-	-	-	54	-
Juan Fernando López Aguilar	-	-	-	-	33	-	-	-	-	-	-	-
Ana Botella	-	-	-	-	-	99	-	-	-	-	-	-
Trinidad Jiménez	-	-	-	-	-	52	-	-	-	-	56	-
Manuel Fraga	-	-	-	-	-	-	99	-	-	-	-	-
Romano Prodi	-	-	-	-	-	-	-	-	66	-	-	-
Kofi Annan	-	-	-	-	-	-	-	-	67	-	-	-
Vladimir Putin	-	-	-	-	-	-	-	-	-	82	-	-
José Blanco	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	44	-

Cuadro 4.3.2.

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

	VI-02	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03
- Felipe González	92	94	93	96	96	95	94	96	94	93	91	92
- José M ^a Aznar	92	93	94	96	96	96	96	97	96	94	93	95
- José Luis Rodríguez Zapatero	87	90	91	93	92	94	93	94	93	91	91	93
- Gaspar Llamazares	61	64	64	58	56	66	66	70	69	71	67	74
- Príncipe Felipe	-	-	-	-	96	96	-	-	-	-	-	-
- Jaime Mayor Oreja	82	84	81	-	-	-	-	87	-	-	-	-
- Infanta Cristina	-	-	-	-	-	-	93	-	-	-	-	-
- Rodrigo Rato	-	84	-	-	-	-	-	88	-	-	-	-
- Javier Arenas	-	84	-	-	-	-	-	86	-	-	-	-
- Infanta Elena	-	-	-	-	-	-	-	94	-	-	-	-
- El Rey Juan Carlos	-	-	-	-	-	-	-	-	97	-	-	-
- Esperanza Aguirre	-	-	-	-	-	-	-	-	-	72	-	-
- Luisa Fernanda Rudi	-	59	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Mariano Rajoy	-	74	-	-	-	-	-	86	-	-	-	-
- Juan José Ibarretxe	70	-	-	-	-	-	77	-	-	-	-	-
- Reina Dña. Sofía	-	-	-	97	-	-	-	-	-	-	-	-
- George W. Bush	-	-	-	84	-	-	-	-	92	91	-	-
- Ana de Palacio	-	-	77	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Loyola de Palacio	-	74	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Ariel Sharon	-	-	-	-	-	-	-	-	-	66	-	-
- Yasir Arafat	-	-	-	-	-	-	-	-	-	70	-	-
- Francisco Alvarez Cascos	-	82	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Jacques Chirac	-	-	-	-	-	-	-	-	74	-	-	-
- Patxi López	29	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Adolfo Suárez Illana	54	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Miguel Ángel Acebes	-	61	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Alberto Ruíz Gallardón	-	-	71	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Silvio Berlusconi	-	-	-	63	-	-	-	-	-	-	-	-
- Tony Blair	-	-	-	71	-	-	-	-	-	-	-	-
- Gerard Schröder	-	-	-	52	-	-	-	-	-	59	-	-
- Jesús Caldera	-	-	-	-	36	-	-	-	-	-	41	-
- Juan Fernando López Aguilar	-	-	-	-	22	-	-	-	-	-	-	-
- Ana Botella	-	-	-	-	-	91	-	-	-	-	-	-
- Trinidad Jiménez	-	-	-	-	-	42	-	-	-	-	44	-
- Manuel Fraga	-	-	-	-	-	-	93	-	-	-	-	-
- Romano Prodi	-	-	-	-	-	-	-	-	48	-	-	-
- Kofi Annan	-	-	-	-	-	-	-	-	52	-	-	-
- Vladirmir Putin	-	-	-	-	-	-	-	-	-	66	-	-
- José Blanco	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	32	-

Cuadro 4.3.3.

**Imagen de Personajes Públicos
(Valoración Media)**

	VI-02	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03
- Felipe González	4,7	5,0	4,9	5,1	5,4	5,0	5,2	5,1	5,1	4,9	5,0	5,2
- José M ^a Aznar	4,5	4,5	4,7	4,6	4,6	3,9	4,1	4,0	3,5	3,1	4,1	4,1
- José Luis Rodríguez Zapatero	4,8	5,1	5,2	5,1	5,6	5,1	5,0	5,1	4,8	4,7	4,9	5,0
- Gaspar Llamazares	3,8	4,0	4,1	3,9	4,3	3,9	3,6	3,8	3,6	3,5	3,8	3,9
- Príncipe Felipe	-	-	-	-	6,8	6,5	-	-	-	-	-	-
- Jaime Mayor Oreja	4,8	5,0	5,1	-	-	-	-	4,4	-	-	-	-
- Infanta Cristina	-	-	-	-	-	-	6,6	-	-	-	-	-
- Rodrigo Rato	-	4,5	-	-	-	-	-	4,1	-	-	-	-
- Javier Arenas	-	4,4	-	-	-	-	-	3,8	-	-	-	-
- Infanta Elena	-	-	-	-	-	-	-	6,3	-	-	-	-
- El Rey Juan Carlos	-	-	-	-	-	-	-	-	7,1	-	-	-
- Esperanza Aguirre	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3,6	-	-
- Luisa Fernanda Rudi	-	4,5	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Mariano Rajoy	-	4,5	-	-	-	-	-	4,1	-	-	-	-
- Juan José Ibarretxe	3,3	-	-	-	-	-	3,0	-	-	-	-	-
- Reina Dña. Sofía	-	-	-	7,1	-	-	-	-	-	-	-	-
- George W. Bush	-	-	-	2,9	-	-	-	-	1,7	1,7	-	-
- Ana de Palacio	-	-	4,4	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Loyola de Palacio	-	4,3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Ariel Sharon	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2,0	-	-
- Yasir Arafat	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2,4	-	-
- Francisco Alvarez Cascos	-	4,0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Jacques Chirac	-	-	-	-	-	-	-	-	4,3	-	-	-
- Patxi López	4,0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Adolfo Suárez Illana	4,4	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Miguel Ángel Acebes	-	4,3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Alberto Ruíz Gallardón	-	-	4,7	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Silvio Berlusconi	-	-	-	3,2	-	-	-	-	-	-	-	-
- Tony Blair	-	-	-	4,0	-	-	-	-	-	-	-	-
- Gerard Schröder	-	-	-	4,1	-	-	-	-	-	3,8	-	-
- Jesús Caldera	-	-	-	-	4,8	-	-	-	-	-	4,4	-
- Juan Fernando López Aguilar	-	-	-	-	4,8	-	-	-	-	-	-	-
- Ana Botella	-	-	-	-	-	3,6	-	-	-	-	-	-
- Trinidad Jiménez	-	-	-	-	-	4,3	-	-	-	-	4,5	-
- Manuel Fraga	-	-	-	-	-	-	3,2	-	-	-	-	-
- Romano Prodi	-	-	-	-	-	-	-	-	4,3	-	-	-
- Kofi Annan	-	-	-	-	-	-	-	-	5,2	-	-	-
- Vladimir Putin	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3,2	-	-
- José Blanco	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4,3	-

Cuadro 4.3.4.

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

	VI-02	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03
- Felipe González	52	49	51	50	46	52	52	52	52	55	52	52
- José María Aznar	59	60	59	60	56	72	71	74	85	96	73	73
- José Luis Rodríguez Zapatero	47	43	42	44	40	47	48	47	52	57	51	52
- Gaspar Llamazares	56	50	48	57	48	53	62	58	62	65	57	57
- Príncipe Felipe	-	-	-	-	37	40	-	-	-	-	-	-
- Jaime Mayor Oreja	51	48	48	-	-	-	-	57	-	-	-	-
- Infanta Cristina	-	-	-	-	-	-	40	-	-	-	-	-
- Rodrigo Rato	-	50	-	-	-	-	-	60	-	-	-	-
- Javier Arenas	-	51	-	-	-	-	-	69	-	-	-	-
- Infanta Elena	-	-	-	-	-	-	-	41	-	-	-	-
- El Rey Juan Carlos	-	-	-	-	-	-	-	-	36	-	-	-
- Esperanza Aguirre	-	-	-	-	-	-	-	-	-	68	-	-
- Luisa Fernanda Rudi	-	53	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Mariano Rajoy	-	51	-	-	-	-	-	66	-	-	-	-
- Juan José Ibarretxe	70	-	-	-	-	-	79	-	-	-	-	-
- Reina Dña. Sofía	-	-	-	35	-	-	-	-	-	-	-	-
- George W. Bush	-	-	-	88	-	-	-	-	131	137	-	-
- Ana de Palacio	-	-	53	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Loyola de Palacio	-	54	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Ariel Sharon	-	-	-	-	-	-	-	-	-	113	-	-
- Yasir Arafat	-	-	-	-	-	-	-	-	-	99	-	-
- Francisco Alvarez Cascos	-	58	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Jacques Chirac	-	-	-	-	-	-	-	-	56	-	-	-
- Patxi López	58	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Adolfo Suárez Illana	55	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Miguel Ángel Acebes	-	52	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Alberto Ruíz Gallardón	-	-	47	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Silvio Berlusconi	-	-	-	69	-	-	-	-	-	-	-	-
- Tony Blair	-	-	-	57	-	-	-	-	-	-	-	-
- Gerard Schröder	-	-	-	55	-	-	-	-	-	61	-	-
- Jesús Caldera	-	-	-	-	45	-	-	-	-	-	47	-
- Juan Fernando López Aguilar	-	-	-	-	45	-	-	-	-	-	-	-
- Ana Botella	-	-	-	-	-	70	-	-	-	-	-	-
- Trinidad Jiménez	-	-	-	-	-	54	-	-	-	-	49	-
- Manuel Fraga	-	-	-	-	-	-	81	-	-	-	-	-
- Romano Prodi	-	-	-	-	-	-	-	-	51	-	-	-
- Kofi Annan	-	-	-	-	-	-	-	-	48	-	-	-
- Vladimir Putin	-	-	-	-	-	-	-	-	-	71	-	-
- José Blanco	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	48	-

Cuadro 4.3.5.

Conocimiento y Valoración de Personajes Públicos

JUNIO 2002 – JUNIO 2003

CONOCIMIENTO	VALORACION		
	ALTA (+5,5)	MEDIA (4,0-5,5)	BAJA (-4,0)
Alto (+70%)	Reina D ^a Sofía El Rey Juan Carlos Príncipe Felipe Infanta Cristina Infanta Elena	Felipe González José M ^a Aznar Jaime Mayor Oreja Rodrigo Rato Javier Arenas José Luis Rodríguez Zapatero Mariano Rajoy Loyola de Palacio Francisco Alvarez Cascos Ana Palacio Alberto Ruíz Gallardón Tony Blair Jacques Chirac	Juan José Ibarretxe George W. Bush Manuel Fraga Esperanza Aguirre Ana Botella
Medio (50-70%)		Miguel Ángel Acebes Gerard Schröder Adolfo Suárez Illana Kofi Annan Luisa Fernanda Rudi	Ariel Sharon Yasir Arafat Gaspar Llamazares Silvio Berlusconi Vladimir Putin
Bajo (-50%)		Jesús Caldera Juan Fernando López Aguilar Patxi López Trinidad Jiménez Romano Prodi José Blanco	

Cuadro 4.3.6.

**Conocimiento e Imagen Controvertida de
Personajes Públicos**

JUNIO 2002 - JUNIO 2003

CONOCIMIENTO	IMAGEN CONTROVERTIDA		
	ALTA (+65%)	MEDIA (50-65%)	BAJA (-50%)
Alto (+70%)	Juan José Ibarretxe George W. Bush Mariano Rajoy Manuel Fraga Ana Botella	Felipe González Ana Palacio Rodrigo Rato Javier Arenas Loyola de Palacio Francisco Álvarez Cascos Esperanza Aguirre Jaime Mayor Oreja Tony Blair José M ^a Aznar Jacques Chirac	Reina D ^a Sofía El Rey Juan Carlos Príncipe Felipe Infanta Cristina Infanta Elena José Luis Rodríguez Zapatero Alberto Ruíz Gallardón
Medio (50-70%)	Silvio Berlusconi Ariel Sharon Vladimir Putin Yasir Arafat	Gaspar Llamazares Luisa Fernanda Rudi Gerard Schröder Adolfo Suárez Illana Miguel Ángel Acebes	Kofi Annan
Bajo (-50%)		Romano Prodi Patxi López Trinidad Jiménez	Jesús Caldera Juan Fernando López Aguilar José Blanco

Cuadro 4.3.7.

**Valoración e Imagen Controvertida de
Personajes Públicos**

JUNIO 2002 - JUNIO 2003

VALORACION	IMAGEN CONTROVERTIDA		
	ALTA (+65%)	MEDIA (50-65%)	BAJA (-50%)
Alta (+5,5)			Reina D ^a Sofía El Rey Juan Carlos Príncipe Felipe Infanta Cristina Infanta Elena
Media (4,0-5,5)	Mariano Rajoy	Luisa Fernanda Rudi Felipe González Jaime Mayor Oreja Ana Palacio Rodrigo Rato Javier Arenas Jacques Chirac Trinidad Jiménez Loyola de Palacio Francisco Alvarez Cascos Romano Prodi Patxi López Adolfo Suárez Illana Miguel Ángel Acebes Tony Blair Gerard Schröder José M ^a Aznar	Juan Fernando López Aguilar Jesús Caldera José Luis Rodríguez Zapatero Kofi Annan Alberto Ruíz Gallardón José Blanco
Baja (-4,0)	Juan José Ibarretxe George W. Bush Ariel Sharon Yasir Arafat Silvio Berlusconi Ana Botella Manuel Fraga Esperanza Aguirre Vladimir Putin	Gaspar Llamazares	

Cuadro 4.3.8.

**Valoración Media de Personajes Públicos,
por Características Socioeconómicas.**

JUNIO 2003	TOTAL	Felipe González	Gaspar LLamazares	J.L. Rodríguez Zapatero	José María Aznar
TOTAL	(1215)	5,2	3,9	5,0	4,1
Edad:					
18 a 29 años	(281)	5,0	4,1	4,9	3,7
30 a 49 años	(446)	5,0	3,9	4,9	3,7
50 a 64 años	(236)	5,3	3,9	5,0	4,3
65 y más años	(253)	5,6	3,8	5,4	5,0
Posición Social:					
Baja	(453)	5,6	4,1	5,4	4,4
Media	(585)	5,0	3,9	4,8	3,9
Alta	(177)	4,9	3,7	4,7	3,9
Ideología:					
Izquierda	(508)	6,3	4,7	6,1	2,4
Centro	(248)	4,7	3,6	4,4	5,0
Derecha	(236)	3,7	2,9	3,5	6,8
Status Socioeconómico Familiar:					
Alto, Medio alto	(472)	4,9	3,9	4,8	4,2
Medio	(544)	5,3	4,0	5,1	4,0
Medio Bajo/Bajo	(199)	5,5	3,9	5,3	4,1
Recuerdo de Voto:					
PP	(305)	3,7	3,0	3,6	6,9
PSOE	(342)	7,3	4,7	7,0	2,7
IU	(49)	4,5	6,0	4,9	2,5
Nacionalista derecha	(62)	4,4	4,2	4,3	2,9
Nacionalista izqda.	(33)	4,2	4,3	4,4	2,1
Otros, en blanco	(36)	4,4	3,4	4,5	3,5
No votó	(231)	4,6	3,6	4,4	3,5
No sabe	(37)	5,6	3,4	4,6	5,0
No contesta	(118)	4,7	3,6	4,7	3,8
Clientes de:					
Bancos	(352)	5,3	4,0	5,1	4,3
Cajas	(869)	5,1	3,9	5,0	4,1

Cuadro 4.3.9.

Ranking de Notoriedad de Personajes Públicos.

JUNIO 2002 – JUNIO 2003	% que Opinan
1. El Rey Juan Carlos	97
2. Reina Dña. Sofía	97
3. Príncipe Felipe	96
4. José M ^a Aznar	95
5. Infanta Elena	94
6. Felipe González	94
7. Infanta Cristina	93
8. Manuel Fraga	93
9. José Luis Rodríguez Zapatero	92
10. Ana Botella	91
11. George W. Bush	89
12. Rodrigo Rato	88
13. Xabier Arzallus	86
14. Javier Arenas	85
15. Jaime Mayor Oreja	84
16. Mariano Rajoy	80
17. Francisco Alvarez Cascos	80
18. Ana Palacio	77
19. Juan José Ibarretxe	74
20. Loyola de Palacio	74
21. Jacques Chirac	74
22. Esperanza Aguirre	72
23. Alberto Ruíz Gallardón	71
24. Tony Blair	71
25. Jasir Arafat	70
26. Ariel Sharon	66
27. Vladimir Putin	66
28. Gaspar Llamazares	66
29. Silvio Berlusconi	63
30. Miguel Ángel Acebes	61
31. Luisa Fernanda Rudi	59
32. Gerard Schröder	56
33. Adolfo Suárez Illana	54
34. Kofi Annan	52
35. Romano Prodi	48
36. Trinidad Jiménez	43
37. Jesús Caldera	38
38. José Blanco	32
39. Patxi López	29
40. Juan Fernando López Aguilar	22

Cuadro 4.3.10.

Ranking de Valoración de Personajes Públicos.

JUNIO 2002 – JUNIO 2003	Valoración Media (x)
1. El Rey Juan Carlos	7,1
2. Reina Dña. Sofía	7,1
3. Infanta Cristina	6,6
4. Príncipe Felipe	6,6
5. Infanta Elena	6,3
6. Kofi Annan	5,2
7. José Luis Rodríguez Zapatero	5,0
8. Felipe González	5,0
9. Jaime Mayor Oreja	4,8
10. Juan Fernando López Aguilar	4,8
11. Alberto Ruíz Gallardón	4,7
12. Jesús Caldera	4,6
13. Luisa Fernanda Rudi	4,5
14. Adolfo Suarez Illana	4,4
15. Ana Palacio	4,4
16. Trinidad Jiménez	4,4
17. Loyola de Palacio	4,3
18. Mariano Rajoy	4,3
19. Rodrigo Rato	4,3
20. Miguel Ángel Acebes	4,3
21. José Blanco	4,3
22. Romano Prodi	4,3
23. Jacques Chirac	4,3
24. José M ^a Aznar	4,1
25. Javier Arenas	4,1
26. Francisco Alvarez Cascos	4,1
27. Gerard Schröder	4,0
28. Tony Blair	4,0
29. Patxi López	4,0
30. Gaspar Llamazares	3,8
31. Esperanza Aguirre	3,6
32. Ana Botella	3,6
33. Juan José Ibarretxe	3,2
34. Silvio Berlusconi	3,2
35. Manuel Fraga	3,2
36. Vladimir Putin	3,2
37. Yasir Arafat	2,4
38. George W. Bush	2,1
39. Ariel Sharon	2,0
40. Xabier Arzallus	2,0

Cuadro 4.3.11.

Ranking de Dispersión Opinática de Personajes Públicos

JUNIO 2002 - JUNIO 2003	Dispersión Opinática (s/x)100
1. Reina D ^a Sofía	35
2. El Rey Juan Carlos	36
3. Príncipe Felipe	38
4. Infanta Cristina	40
5. Infanta Elena	41
6. Juan Fernando López Aguilar	45
7. Jesús Caldera	46
8. Alberto Ruíz Gallardón	47
9. José Luis Rodríguez Zapatero	48
10. Kofi Annan	48
11. José Blanco	48
12. Jaime Mayor Oreja	51
13. Felipe González	51
14. Romano Prodi	51
15. Miguel Ángel Acebes	52
16. Trinidad Jiménez	52
17. Luisa Fernanda Rudi	53
18. Ana Palacio	53
19. Loyola de Palacio	54
20. Rodrigo Rato	55
21. Adolfo Suárez Illana	55
22. Gaspar Llamazares	56
23. Francisco Alvarez Cascos	56
24. Jacques Chirac	56
25. Tony Blair	57
26. Gerard Schröder	58
27. Patxi López	58
28. Javier Arenas	60
29. José M ^a Aznar	64
30. Mariano Rajoy	66
31. Esperanza Aguirre	68
32. Silvio Berlusconi	69
33. Ana Botella	70
34. Vladimir Putin	71
35. Juan José Ibarretxe	74
36. Manuel Fraga	81
37. Yasir Arafat	99
38. Ariel Sharon	113
39. George W. Bush	119
40. Xabier Arzallus	120

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 de voto 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 ámbito de la muestra en la mayoría de las 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.

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 relativos a los 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 "susceptible de ser votado", sin ningún otro compromiso por parte del entrevistado.

Los datos parecen demostrar el alto potencial electoral del PP y del PSOE, que alcanzan el 31% y 36% respectivamente, porcentaje que nos muestra cierta estabilidad de la proporción de ambos partidos. En IU se observa también cierta estabilidad, ya que suele obtener un electorado potencial cercano al 10 por ciento. Los nacionalistas de centro y derecha fluctúan generalmente alrededor del 8%, mientras que los de izquierda suelen tener un electorado potencial del 2-4%.

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 (32%) y los partidos nacionalistas de izquierda (20%) son los más rechazados.

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 alrededor 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 elecciones generales del 12 de marzo de 2000. 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 marzo de 2000. 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 (17,1%) incluye previsiblemente a estos "ocultadores".

La intención de voto hacia PSOE, IU y partidos nacionalistas este mes superior a sus resultados reales en las últimas elecciones, mientras que para el PP y "otros" partidos, la intención de voto es inferior.

La proporción de quienes no manifiestan sus intenciones de voto alcanza a un 17% de los entrevistados, y la abstención declarada es muy baja (8,6% frente al 31,3% real de las elecciones del 12 de marzo de 2000), pero ello no implica necesariamente menor abstención. No obstante, si se considera que los NS/NC probablemente se abstendrán, la cifra resultante (25,7%) sería tres puntos porcentuales inferior a la obtenida en las últimas elecciones generales.

Por tales razones, y teniendo en cuenta 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".

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 del 12 de marzo de 2000, el recuerdo de voto y la intención de voto, que se facilitan en los Cuadros 4.4.2. y 4.4.3. El análisis de estos tres indicadores conduce a situaciones muy distintas en los diferentes partidos.

PSOE, IU y partidos nacionalistas de izquierda muestran este mes un recuerdo de voto superior a sus resultados reales, mientras que el PP, partidos nacionalistas de centro y derecha y "otros" partidos muestran un recuerdo de voto inferior. Por otra parte, la intención es este mes superior al recuerdo de voto para todos los partidos excepto. Otro dato a resaltar es que la intención de voto a "otros" partidos suele estar muy sobre-estimada. Todo esto nos lleva a pensar que el PSOE es un partido que crece, ya que es el partido que aspira a gobernar y que tiene un líder que está mejor valorado por la sociedad española que los líderes de otros partidos (y hay que tener en cuenta, que normalmente muchos se apuntan al carro del caballo ganador, y parece ser que el PSOE vuelve a serlo). Asimismo, podemos decir que IU es un partido que gana votantes, aunque la ganancia es muy pequeña y habrá que ver como evoluciona en los próximos meses.

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 que tienen más de 50 años, los de posición social baja, los de centro y derecha.
- b. El voto al PSOE es sobre todo importante entre los de izquierda.
- c. En cuanto al voto a IU, es considerablemente mayor entre los de 50 a 64 años y los de izquierda.
- d. Los votantes a partidos nacionalistas de centro y derecha, a su vez, están relativamente más representados entre los de centro.
- e. El voto a partidos nacionalistas de izquierda es muy pequeño en todos los segmentos, pero es mayor entre los de izquierda y los jóvenes.
- f. Los votantes, por último, a "otros" partidos, están relativamente más representados entre los entrevistados de posición social alta y los jóvenes.
- g. 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 marzo de 2000) 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 o "sobre-valoración" de dicho voto, 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 70% del electorado se comportaría en unas futuras elecciones del mismo modo que lo hicieron en marzo de 2000, lo que significa una alta proporción de voto estable. Los saldos demuestran que el PSOE es este mes el partido que tiene un saldo neto más positivo. Para aclarar más la interpretación del Cuadro 4.4.5. 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 de 2000.
- b) el voto estable es la proporción del electorado (sobre 100 electores) que manifiesta haber votado a un partido en las últimas elecciones 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 2000 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 últimas elecciones, dice que votará a otros partidos si las elecciones fuesen mañana.

Debe advertirse que, dado el tamaño de la muestra, se presentan los datos en cada Informe mensual ASEP sólo a título descriptivo e indicativo, pues cada tres meses se realiza un análisis más pormenorizado, mediante agregación de los datos de los tres meses (si es que no se observan cambios tan grandes que desaconsejen la agregación). En todo caso, y teniendo en cuenta los datos disponibles este mes, puede afirmarse que el voto estable del PP y el del PSOE son los de mayor magnitud.

El electorado estable de los demás partidos es necesariamente pequeño, puesto que pequeñas fueron también las proporciones del electorado total que les votaron en las últimas elecciones. El electorado no-estable, es decir, el que dice que tiene intención

de comportarse de una manera diferente a como lo hizo en las últimas elecciones generales, representaba pocos meses antes de las elecciones alrededor del 30% del electorado total (y es, lógicamente, la suma de todas las ganancias y de todas las pérdidas del electorado de los diferentes partidos), siendo además el complemento del electorado estable. Este mes el electorado no-estable es del 30%.

Puede comprobarse que los mayores incrementos de electorado corresponden este mes al PP y al PSOE, y las mayores pérdidas también al PSOE y al PP.

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 usadas 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 con 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 este sondeo:

- a) Intenciones directas de voto superiores al recuerdo de voto respecto a todos los partidos. Y recuerdo de voto sobre-estimado (por comparación con los resultados reales de 2000) para PSOE, IU y partidos nacionalistas de izquierda y recuerdo de voto sub-estimado para el PP, partidos nacionalistas de centro y derecha y "otros" partidos.
- b) Intención de voto superior a los resultados reales de marzo '00 para PSOE, IU y partidos nacionalistas.

Los datos que se ofrecen a continuación incluyen los resultados reales de las elecciones de 2000, el recuerdo de voto, las "intenciones" de voto declaradas, y la estimación elaborada.

Estimación de Resultados de las Próximas Elecciones Generales JUNIO 2003

	Resultados Reales en marzo 2000	Recuerdo de Voto %	Intenciones Directas de Voto	Estimación de Voto
PP	30,4	25,1	27,7	29,0
PSOE	23,3	28,2	30,0	27,0
IU	3,7	4,0	4,8	4,1
Nac. Centro y Dcha.	5,5	5,1	5,6	5,8
Nac. Izqda.	2,1	2,7	3,0	2,5
Otros	3,7	3,0	3,2	3,6
Abstención	31,3	19,1	8,6	28,0
NS/NC	-	12,8	17,1	-
Total Electores	100,0	100,0	100,0	100,0

* A partir de abril de 2000 los partidos nacionalistas se han agrupado en función de su representación parlamentaria tras las elecciones de marzo de 2000. Así, los Partidos Nacionalistas de Centro y Derecha son CiU, PNV, PA, EA, CC y PAR (el UPN en estas elecciones concurre conjuntamente con el PP). Los Partidos Nacionalistas de Izquierda son ERC, BNG, EH/HB, IC-V y CHA (estos dos últimos partidos se han incluido por haber obtenido en estas elecciones del 2000 representación parlamentaria).

Si esta estimación fuese correcta, los datos proporcionarían unos resultados poco diferentes a los registrados en 2000. Los cambios más importantes respecto a las pasadas elecciones generales serían:

- Estabilidad de voto para "otros" partidos,
- Ligero incremento para PSOE, IU y partidos nacionalistas de izquierda,
- Y ligera disminución para el PP, partidos nacionalistas de centro y derecha y la abstención estimada.

Cuadro 4.4.1.

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

	VI-02	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03
Total	(1.222)	(1.212)	(1.212)	(1.208)	(1.202)	(1.210)	(1.215)	(1.209)	(1.210)	(1.205)	(1.210)	(1.215)
	%											
Podría Votar:												
PP	32	33	31	33	28	27	29	30	27	22	32	31
PSOE	31	39	35	31	38	37	35	40	39	39	38	36
IU	8	9	8	8	7	8	8	9	8	7	10	8
Nacionalistas Derecha	6	7	7	6	6	7	6	7	7	6	6	8
Nacionalistas Izquierda	2	3	3	2	2	4	3	3	3	3	2	3
Otros	6	7	6	6	6	6	6	6	6	6	7	5
No Votará	12	10	10	11	10	12	11	9	10	9	8	8
NS	11	8	9	10	9	8	10	8	8	10	7	6
NC	6	5	6	7	7	6	7	7	7	9	9	8
No Podría Votar ni Rechazaría:												
PP	42	39	45	41	43	39	42	38	40	39	35	37
PSOE	60	52	56	59	54	52	58	52	52	50	54	54
IU	80	76	78	79	80	80	80	77	80	79	73	76
Nacionalistas Derecha	87	83	84	84	84	82	84	82	86	80	88	84
Nacionalistas Izquierda	72	64	64	66	66	74	75	68	74	90	74	77
Otros	92	90	92	92	91	92	92	91	92	91	91	93
Nunca Votaría:												
PP	26	28	24	26	29	34	29	32	33	39	33	32
PSOE	9	9	9	10	8	11	7	8	9	11	8	10
IU	12	15	14	13	13	12	12	14	12	14	17	16
Nacionalistas Derecha	7	10	9	10	10	11	10	11	7	7	6	8
Nacionalistas Izquierda	26	33	33	32	32	22	22	29	23	17	24	20
Otros	2	3	2	2	3	2	2	3	2	3	2	2
No Votará	7	6	6	6	7	7	7	5	6	7	5	6
NS	20	13	15	17	13	14	18	14	14	12	12	13
NC	6	7	7	7	8	6	9	9	9	10	11	11

(*) 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 III-00	VI-02	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03
Total Electores	(33.969.640)	(1.222)	(1.212)	(1.212)	(1.208)	(1.202)	(1.210)	(1.215)	(1.209)	(1.210)	(1.205)	(1.210)	(1.215)
PP	30,4	26,7	26,0	25,4	27,6	22,8	22,4	23,5	24,4	22,7	18,7	25,4	27,7
PSOE	23,3	24,2	29,8	27,6	24,8	31,8	30,8	28,2	32,4	32,5	34,5	30,9	30,0
IU	3,7	4,9	4,8	4,8	4,6	4,0	3,5	4,2	3,8	3,3	4,2	5,0	4,8
Nacionalistas Derecha	5,5	5,0	5,7	5,9	4,4	4,0	5,3	5,0	4,6	5,1	4,6	4,3	5,6
Nacionalistas Izquierda	2,1	2,0	2,3	2,2	2,0	2,5	3,5	2,6	2,3	2,2	2,4	1,6	3,0
Otros	3,7	5,1	4,6	4,4	5,7	5,4	5,0	4,6	4,5	5,6	5,7	4,8	3,2
No (Votó) Votará	31,3	13,2	10,5	11,5	11,4	10,9	12,1	11,4	9,7	10,2	9,0	8,4	8,6
NS/NC	-	18,9	16,3	18,2	19,5	18,6	17,4	20,5	18,3	18,4	20,9	19,6	17,1

* A partir de abril de 2000 los partidos nacionalistas se han agrupado en función de su representación parlamentaria tras las elecciones de marzo de 2000. Así, los Partidos Nacionalistas de Centro y Derecha son CiU, PNV, PA, EA, CC y PAR (el UPN en estas elecciones concurrió conjuntamente con el PP). Los Partidos Nacionalistas de Izquierda son ERC, BNG, EH/HB, IC-V y CHA (estos dos últimos partidos se han incluido por haber obtenido en estas elecciones del 2000 representación parlamentaria).

Diferencia entre la Intención de Voto y los Resultados Reales de 1996 y de 2000.

	VI-02	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03
Diferencia en Puntos Porcentuales:												
PP	-3,7	-4,4	-5,0	-2,8	-7,6	-8,0	-6,9	-6,0	-7,7	-11,7	-5,0	-2,7
PSOE	+0,9	+6,5	+4,3	+1,5	+8,5	+7,5	+4,9	+9,1	+9,2	+11,2	+7,6	+6,7
IU	+1,2	+1,1	+1,1	+0,9	+0,3	-0,2	+0,5	+0,1	-0,4	+0,5	+1,3	+1,1
Nacionalistas Derecha	-0,5	+0,2	+0,4	-1,1	-1,5	-0,2	-0,5	-0,9	-0,4	-0,9	-1,2	+0,1
Nacionalistas Izquierda	-0,1	+0,2	+0,1	-0,1	+0,4	+1,4	+0,5	+0,2	+0,1	+0,3	-0,5	+0,9
Otros	+1,4	+0,9	+0,7	+2,0	+1,7	+1,3	+0,9	+0,8	+1,9	+2,0	+1,1	-0,5
No Votará	-18,1	-20,8	-19,8	-19,9	-20,4	-19,2	-19,9	-21,6	-21,1	-22,3	-22,9	-22,7
NS/NC	+18,9	+16,3	+18,2	+19,5	+18,6	+17,4	+20,5	+18,3	+18,4	+20,9	+19,6	+17,1
Indice Discrepancia	22,4	25,2	24,8	23,9	29,5	27,6	27,3	28,5	29,6	34,9	29,6	25,9
Diferencia en porcentaje respecto a 1996 y 2000												
PP	-12	-14	-16	-9	-25	-26	-23	-20	-25	-38	-16	-9
PSOE	+4	+28	+18	+6	+36	+32	+21	+39	+40	+48	+33	+28
IU	+32	+30	+30	+24	+8	-5	+14	+3	-11	+14	+35	+30
Nacionalistas Derecha	-9	+4	+8	-20	-27	-4	-9	+16	-7	-16	-22	+2
Nacionalistas Izquierda	-5	+10	+5	-5	+19	+67	+24	+10	+5	+14	-24	+43
Otros	+38	+24	+19	+54	+46	+35	+24	+22	+51	+54	+30	-14
No Votará	-58	-66	-63	-64	-65	-61	-64	-69	-67	-71	-73	-72

Cuadro 4.4.3.

Diferencias entre Intención de Voto y Recuerdo de Voto

	VI-02	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03
Diferencia en Puntos												
Porcentuales:												
PP	-0,5	-0,1	-2,2	-0,3	-1,7	-1,2	-1,6	-2,2	-4,3	-5,9	-1,6	+2,6
PSOE	+1,6	+2,7	+2,8	+1,6	+5,3	+4,4	+3,9	+4,7	+4,6	+6,7	+3,3	+1,8
IU	+0,5	0	+0,7	+0,6	+1,2	0	+0,1	0	0	+0,7	+0,8	+0,8
Nacionalistas Derecha	+0,7	+0,2	+0,8	+0,1	-0,6	+0,8	+0,5	-0,4	+0,5	-0,6	+0,2	+0,5
Nacionalistas Izquierda	0	+0,5	+0,5	+1,0	+0,5	+1,4	+0,5	+0,7	+0,4	+0,1	+0,8	+0,3
Otros	+1,3	+1,6	+0,8	+2,7	+0,7	+0,1	+0,8	+0,1	+1,2	+2,1	+0,9	+0,2
No Votará	-8,6	-9,1	-9,6	-12,5	-10,5	-10,7	-10,8	-8,6	-7,8	-9,7	-10,9	-10,5
NS/NC	+5,0	+4,2	+6,2	+6,8	+5,1	+5,2	+6,6	+5,7	+5,4	+6,6	+6,5	+4,3
Indice Discrepancia	9,1	9,2	11,8	12,8	12,8	11,9	12,4	11,2	12,1	16,2	12,5	10,5
Diferencia en												
Porcentaje respecto a												
Recuerdo de Voto:												
PP	-2	0	-8	-1	-7	-5	-6	-8	-16	-24	-6	+10
PSOE	+7	+10	+11	+7	+20	+17	+16	+17	+16	+24	+12	+6
IU	+11	0	+17	+15	+43	0	+2	0	0	+20	+19	+20
Nacionalistas Derecha	+16	+4	+16	+2	-13	+18	+11	-8	+11	-12	+5	+10
Nacionalistas Izquierda	0	+28	+29	+100	+25	+67	+24	+44	+22	+4	+100	+11
Otros	+34	+53	+22	+90	+15	+2	+21	+2	+27	+58	+23	+7
No Votará	-39	-46	-46	-52	-49	-47	-49	-47	-43	-52	-56	-55
NS/NC	+36	+35	+52	+54	+38	+43	+48	+45	+42	+46	+50	+34

Cuadro 4.4.4.

Intención Directa de Voto, por Características Socioeconómicas

JUNIO 2003	Total	PP	PSOE	IU	Nacionalistas Derecha	Nacionalistas Izquierda	Otros, En blanco	No Votará	No Sabe	No Contesta
TOTAL	(1215)	28%	30	5	6	3	3	9	8	9
Edad:										
18 a 29 años	(281)	21%	28	5	3	5	6	13	10	9
30 a 49 años	(446)	23%	31	5	7	4	4	11	8	9
50 a 64 años	(236)	32%	30	8	5	1	*	6	8	9
65 y más años	(253)	39%	30	2	7	1	2	3	6	11
Posición Social:										
Baja	(453)	31%	32	3	6	2	2	7	6	12
Media	(585)	26%	30	6	5	4	3	9	8	8
Alta	(177)	24%	26	6	6	3	6	10	9	9
Ideología:										
Izquierda	(508)	4%	58	10	5	7	3	6	4	3
Centro	(248)	34%	14	2	9	*	4	14	10	11
Derecha	(236)	86%	3	1	2	-	2	2	1	3
Status Socioeconómico Familiar:										
Alto, Medio alto	(472)	30%	30	6	4	4	4	8	9	7
Medio	(544)	27%	29	5	6	3	3	10	7	10
Medio Bajo/Bajo	(199)	24%	33	3	8	1	2	8	7	14
Recuerdo de Voto:										
PP	(305)	87%	3	1	1	-	1	2	3	3
PSOE	(342)	4%	84	1	2	1	1	1	3	2
IU	(49)	4%	2	82	4	-	6	-	2	-
Nacionalistas derecha	(62)	7%	8	2	72	2	-	2	3	5
Nacionalistas izquierda	(33)	3%	3	3	-	73	9	3	-	6
Otros, en blanco	(36)	6%	11	-	3	-	39	11	14	17
No votó	(231)	15%	18	3	3	3	4	33	16	5
No sabe	(37)	19%	14	3	5	3	-	11	30	16
No contesta	(118)	4%	9	1	2	-	2	8	17	58
Cientes de:										
Bancos	(352)	30%	34	5	5	1	4	8	7	5
Cajas	(869)	29%	29	5	7	4	3	8	8	8

Cuadro 4.4.5.

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

Saldo Neto	VI-02	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03
PP	-0,5	-0,1	-2,2	-0,3	-1,7	-1,2	-1,6	-2,2	-4,3	-5,9	-1,6	+2,6
PSOE	+1,6	+2,7	+2,8	+1,6	+5,3	+4,4	+3,9	+4,7	+4,6	+6,7	+3,3	+1,8
IU	+0,5	0	+0,7	+0,6	+1,2	0	+0,1	0	0	+0,7	+0,8	+0,8
Nacionalistas Derecha	+0,7	+0,2	+0,8	+0,1	-0,6	+0,8	+0,5	-0,4	+0,5	-0,6	+0,2	+0,5
Nacionalistas Izquierda	0	+0,5	+0,5	+1,0	+0,5	+1,4	+0,5	+0,7	+0,4	+0,1	+0,8	+0,3
Otros, blanco	+1,3	+1,6	+0,8	+2,7	+0,7	+0,1	+0,8	+0,1	+1,2	+2,1	+0,9	+0,2
No Votará	-8,6	-9,1	-9,6	-12,5	-10,5	-10,7	-10,8	-8,6	-7,8	-9,7	-10,9	-10,5
NS/NC	+5,0	+4,2	+6,2	+6,8	+5,1	+5,2	+6,6	+5,7	+5,4	+6,6	+6,5	+4,3
Indice de Discrepancia	9,1	9,2	11,8	12,8	12,8	11,9	12,4	11,2	12,1	16,2	12,5	10,5
Voto Estable	VI-02	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03
PP	21,7	21,2	22,0	22,5	18,8	18,2	18,8	20,1	19,4	15,4	21,0	22,0
PSOE	18,3	22,7	21,2	18,5	23,4	22,6	21,3	23,7	24,1	24,2	23,1	23,6
IU	3,0	3,0	3,0	3,1	1,8	2,1	3,0	2,6	1,9	2,3	3,3	3,3
Nacionalistas Derecha	3,8	4,1	4,3	3,4	2,9	3,3	3,2	3,2	3,7	3,6	3,0	3,7
Nacionalistas Izquierda	1,5	1,5	1,4	0,6	1,4	1,6	1,6	1,3	1,5	1,6	0,4	1,9
Otros, blanco	1,6	1,5	1,6	1,2	2,1	2,5	1,8	2,4	2,0	2,0	1,5	1,2
No Votará	8,4	6,0	7,9	7,8	7,6	8,0	7,6	6,2	6,4	5,4	6,7	6,1
NS/NC	8,8	6,3	7,9	7,7	8,4	7,3	8,7	7,9	8,5	10,3	9,6	8,6
Total	67,1	66,3	69,3	64,8	66,4	65,6	66,0	67,4	67,5	64,8	68,6	70,4

Cuadro 4.4.5. (Continuación)

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

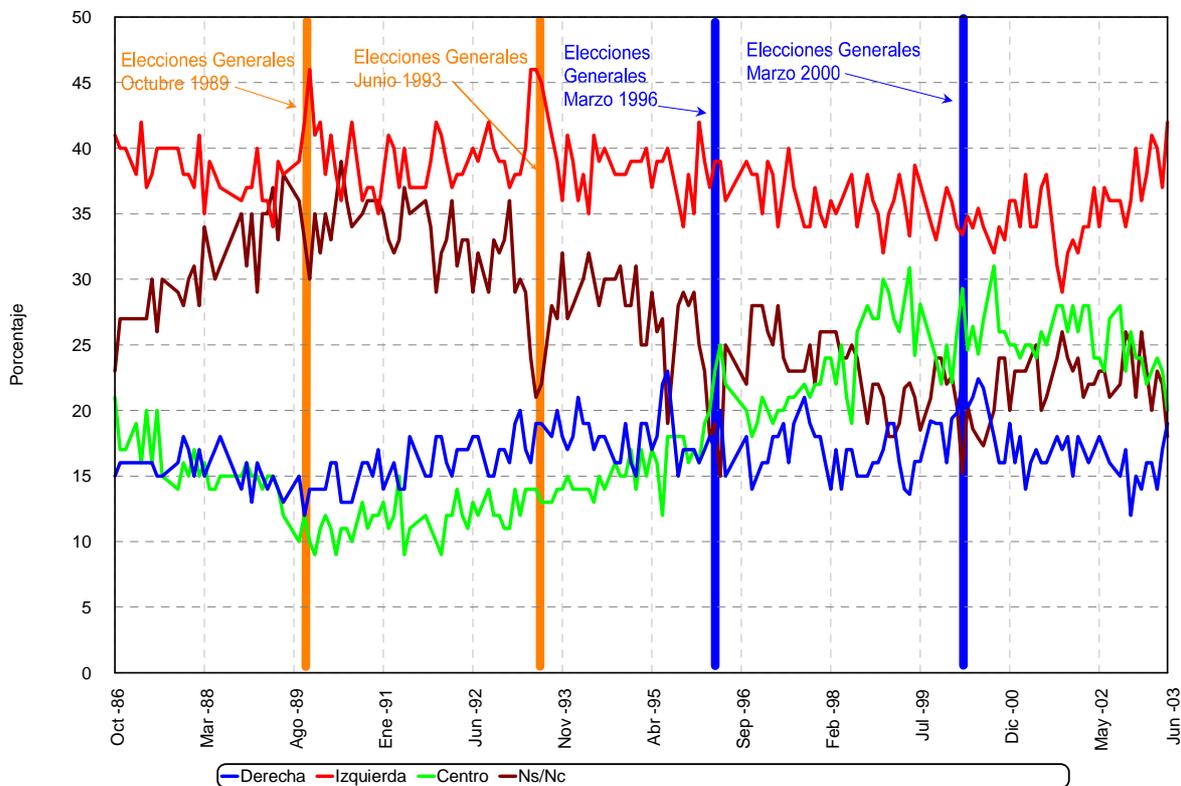
Incrementos procedentes de Otros Partidos:	VI-02	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03
PP	5,0	4,8	3,4	5,1	4,0	4,2	4,7	4,3	3,3	3,3	4,4	5,7
PSOE	5,9	7,1	6,4	6,3	8,4	8,2	6,9	8,7	8,4	10,3	7,8	6,4
IU	1,9	1,8	1,8	1,5	2,2	1,4	1,2	1,2	1,4	1,9	1,7	1,5
Nacionalistas Derecha	1,2	1,6	1,6	1,0	1,1	2,0	1,8	1,4	1,4	1,0	1,3	1,9
Nacionalistas Izquierda	0,5	0,8	0,8	1,4	1,1	1,9	1,0	1,0	0,7	0,8	1,2	1,1
Otros, blanco	3,5	3,1	2,8	4,5	3,3	2,5	2,8	2,1	3,6	3,7	3,3	2,0
No Votará	4,8	4,5	3,6	3,6	3,3	4,1	3,8	3,5	3,8	3,6	1,7	2,5
NS/NC	10,1	10,0	10,3	11,8	10,2	10,1	11,8	10,4	9,9	10,6	10,0	8,5
Total	32,9	33,7	30,7	35,2	33,6	34,4	34,0	32,6	32,5	35,2	31,4	29,6
Pérdidas hacia Otros Partidos:	VI-02	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03
PP	5,5	4,9	5,6	5,4	5,7	5,4	6,3	6,5	7,6	9,2	6,0	3,1
PSOE	4,3	4,4	3,6	4,7	3,1	3,8	3,0	4,0	3,8	3,6	4,5	4,6
IU	1,4	1,8	1,1	0,9	1,0	1,4	1,1	1,2	1,4	1,2	0,9	0,7
Nacionalistas Derecha	0,5	1,4	0,8	0,9	1,7	1,2	1,3	1,8	0,9	1,6	1,1	1,4
Nacionalistas Izquierda	0,5	0,3	0,3	0,4	0,6	0,5	0,5	0,3	0,3	0,7	0,4	0,8
Otros, blanco	2,2	1,5	2,0	1,8	2,6	2,4	2,0	2,0	2,4	1,6	2,4	1,8
No Votará	13,4	13,6	13,2	16,1	13,8	14,8	14,6	12,1	11,6	13,3	12,6	13,0
NS/NC	5,1	5,8	4,1	5,0	5,1	4,9	5,2	4,7	4,5	4,0	3,5	4,2
Total	32,9	33,7	30,7	35,2	33,6	34,4	34,0	32,6	32,5	35,2	31,4	29,6

Cuadro 4.4.6.

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

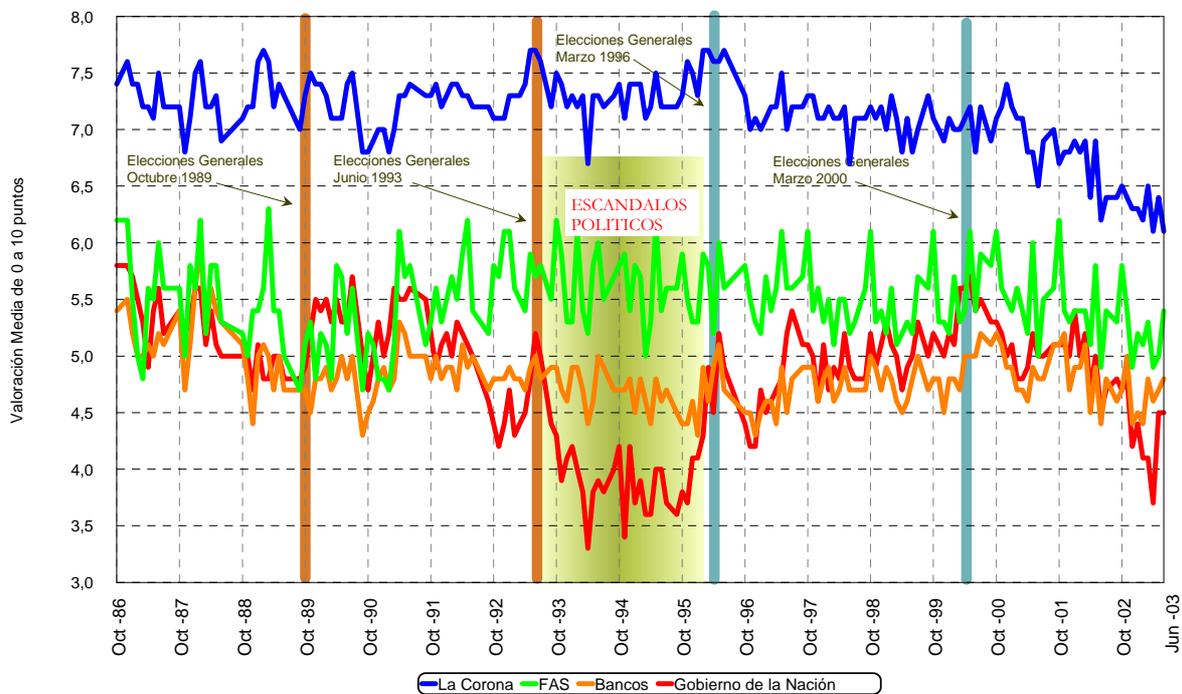
	Resultados Reales en III-00	VI-02	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03
Total Electores	(33.969.640)	(1.222)	(1.212)	(1.212)	(1.208)	(1.202)	(1.210)	(1.215)	(1.209)	(1.210)	(1.205)	(1.210)	(1.215)
PP	30,4	28,1	29,3	27,2	29,5	27,0	27,6	26,9	26,9	25,7	22,5	27,7	29,0
PSOE	23,3	25,2	26,0	26,9	25,0	27,1	29,3	28,6	31,0	30,2	32,3	28,4	27,0
IU	3,7	4,1	4,0	4,4	4,5	3,8	3,8	3,9	3,6	3,9	4,4	4,3	4,1
Nacional.Drcha	5,5	5,5	5,1	6,4	5,5	4,9	5,8	5,3	4,9	6,0	5,3	5,1	5,8
Nac. Izda.	2,1	2,2	2,3	2,5	2,8	2,1	2,7	2,8	2,4	2,5	2,4	2,3	2,5
Otros	3,7	3,6	3,9	3,9	3,9	3,1	3,5	4,6	3,4	4,2	3,7	3,7	3,6
Abstención	31,3	31,3	29,4	28,7	28,8	32,0	27,3	27,9	27,8	27,5	29,4	28,5	28,0

AUTOPOSICIONAMIENTO IDEOLÓGICO



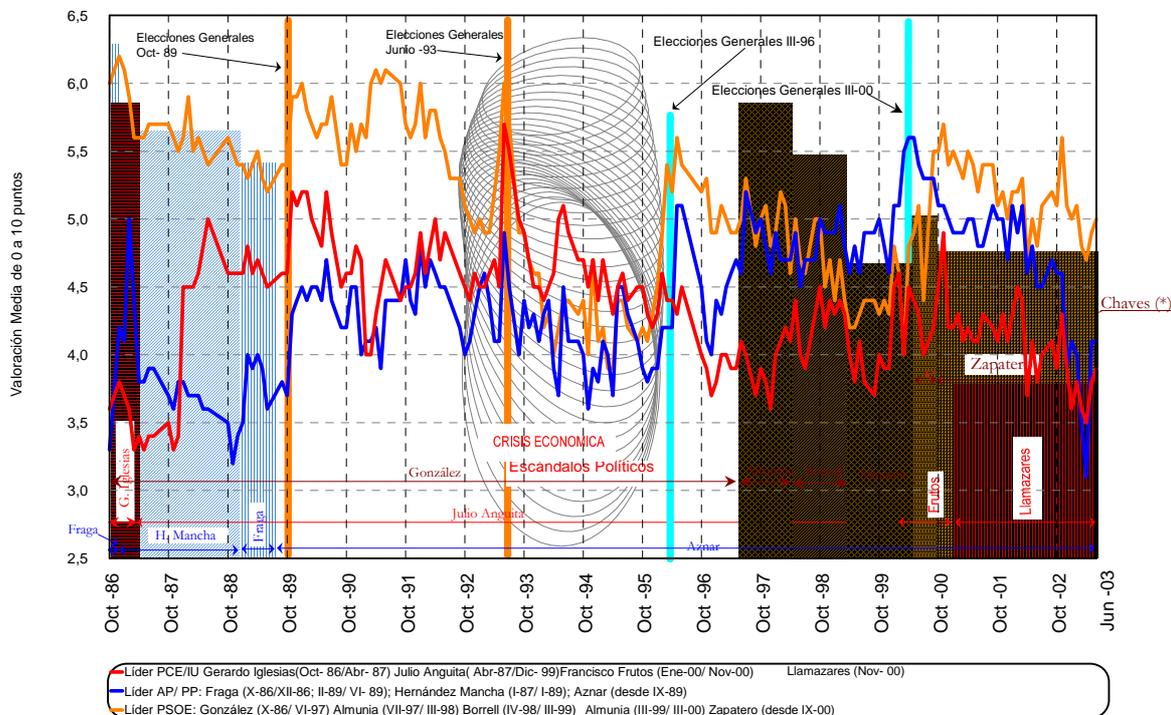
Fuente: Banco de Datos ASEP

VALORACION DE LAS PRINCIPALES INSTITUCIONES



Fuente: Banco de Datos ASEP

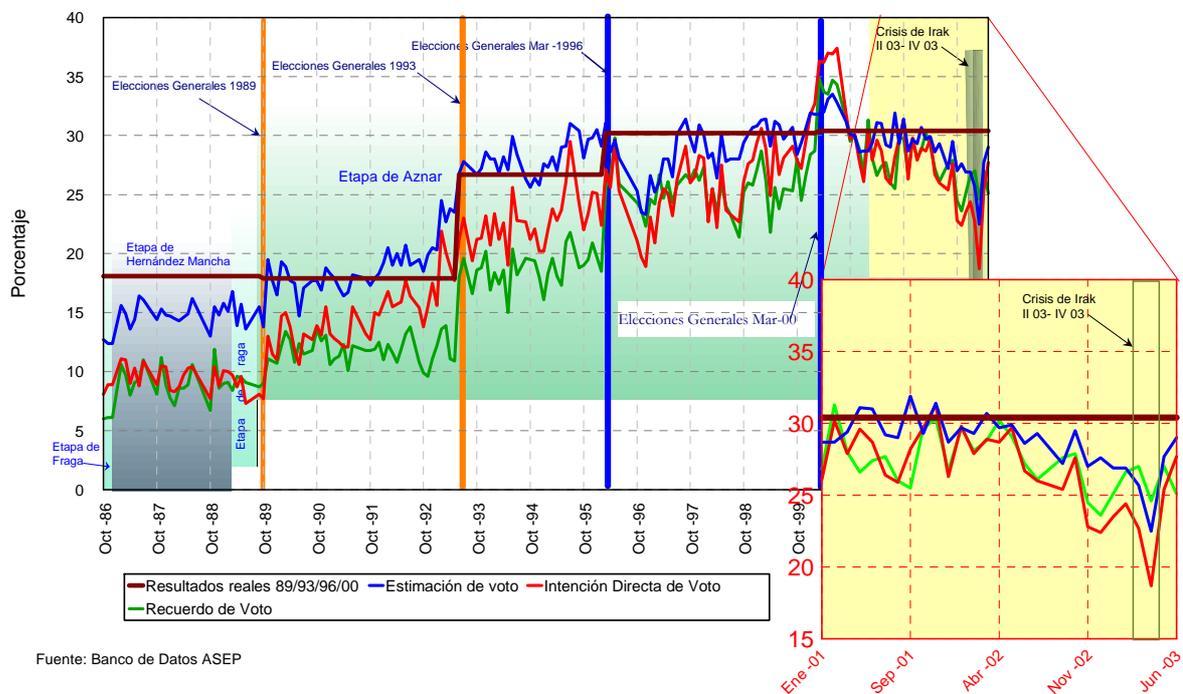
VALORACION DE LOS LÍDERES DE LAS PRINCIPALES FORMACIONES POLÍTICAS



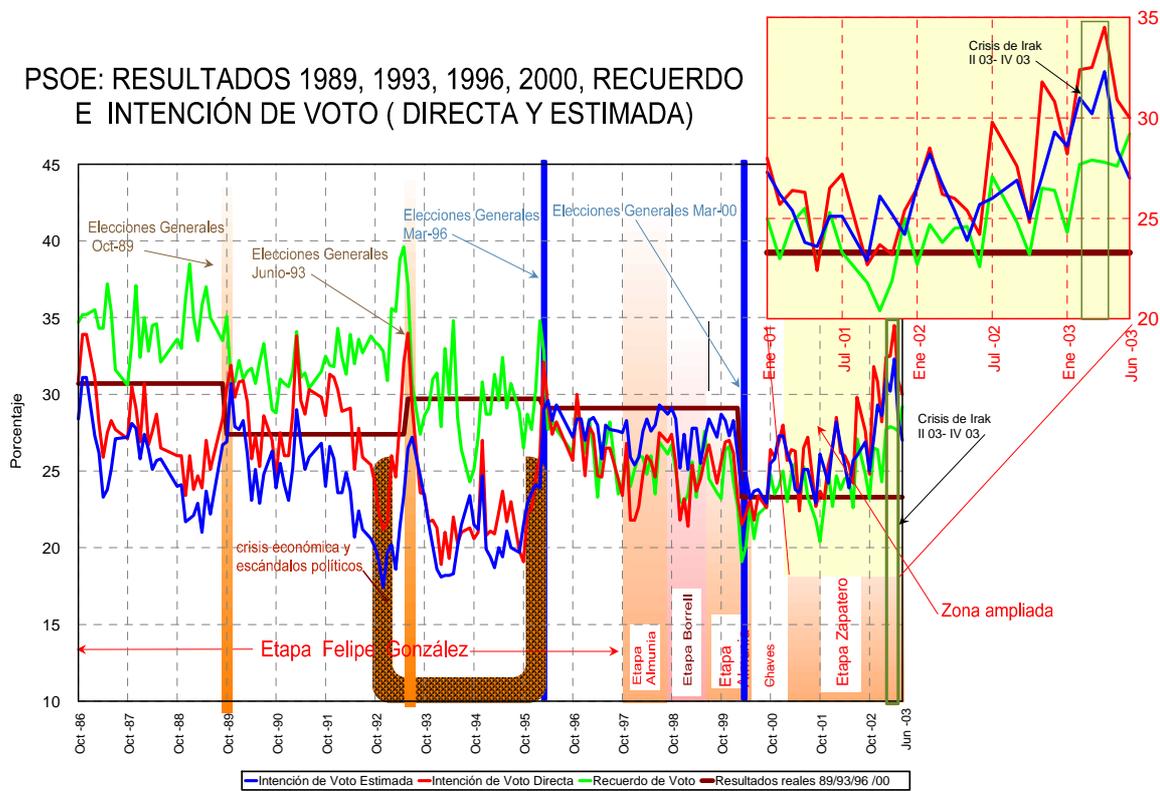
(*) En el mes de Junio, el valor del líder del PSOE corresponde a Felipe González en vez de a Chaves

Fuente: Banco de Datos ASEP

PP: RESULTADOS 1989, 1993, 1996, 2000, RECUERDO E INTENCIÓN DE VOTO DIRECTA Y ESTIMADA

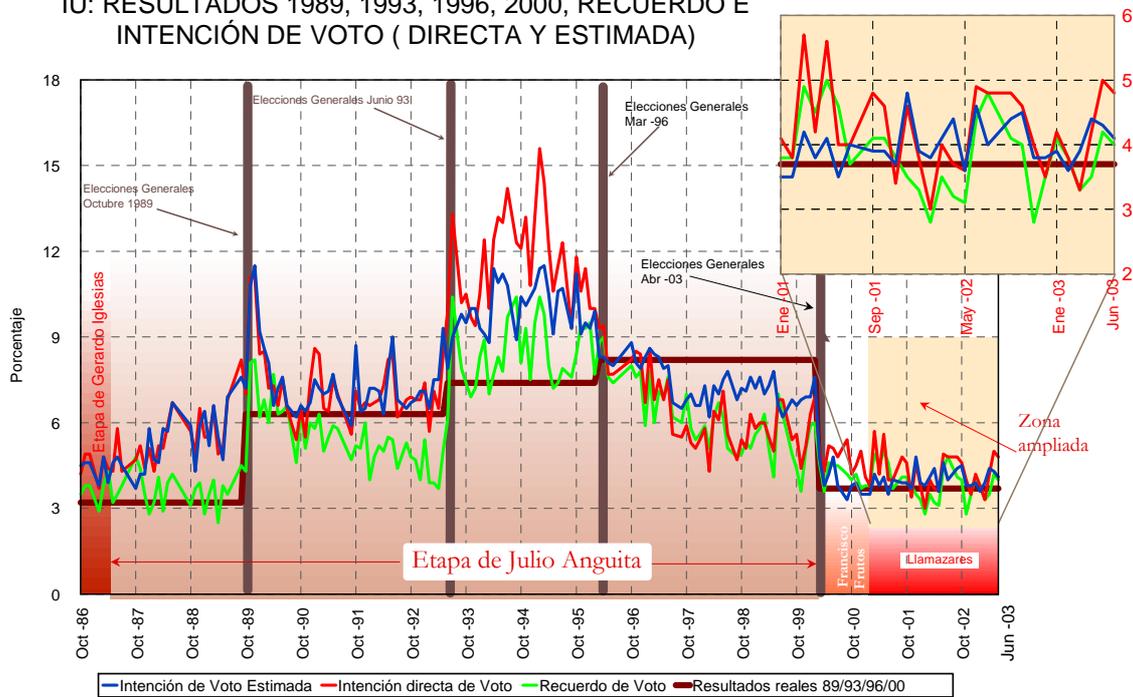


PSOE: RESULTADOS 1989, 1993, 1996, 2000, RECUERDO E INTENCIÓN DE VOTO (DIRECTA Y ESTIMADA)



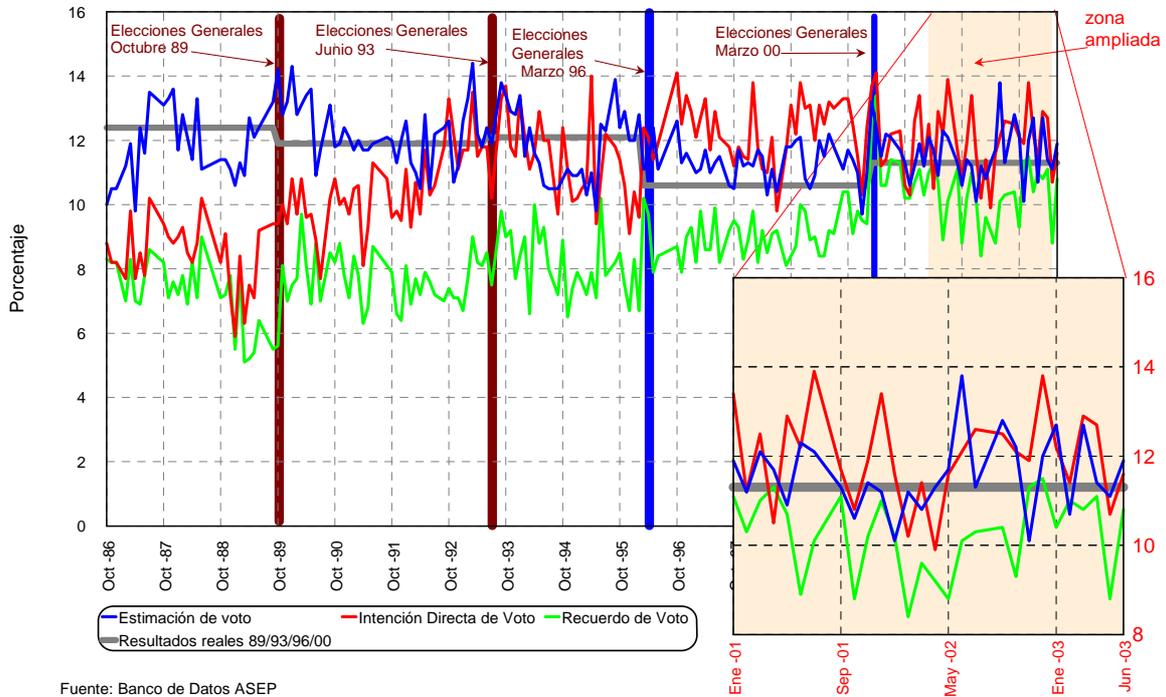
Fuente: Banco de Datos ASEP

IU: RESULTADOS 1989, 1993, 1996, 2000, RECUERDO E INTENCIÓN DE VOTO (DIRECTA Y ESTIMADA)

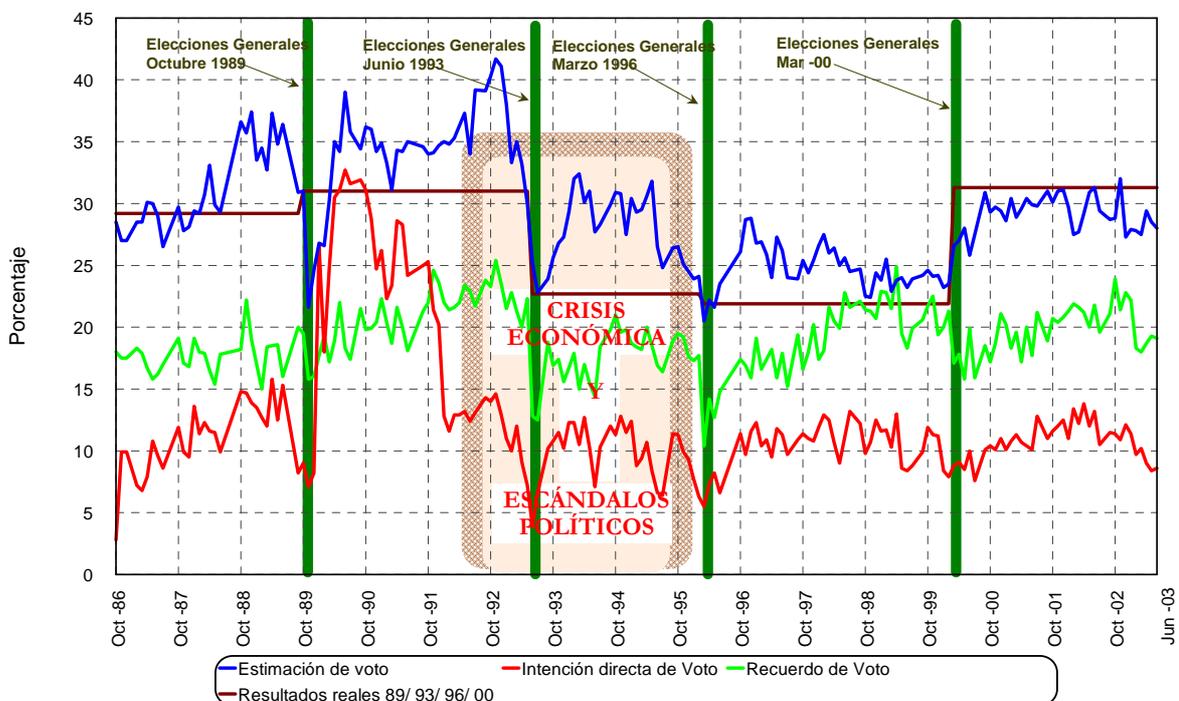


Fuente: Banco de Datos ASEP

OTROS PARTIDOS: RESULTADO 1989, 1993, 1996, 2000, RECUERDO E INTENCIÓN DE VOTO (DIRECTA Y ESTIMADA)



ABSTENCION: RESULTADOS 1989, 1993, 1996, 2000, RECUERDO E INTENCIÓN DE VOTO (DIRECTA Y ESTIMADA)



Fuente: Banco de Datos ASEP

5. UTILIZACION DE MEDIOS DE COMUNICACION

5. Utilización de Medios de Comunicación

Novedades más relevantes en el mes de Junio de 2003:

En el preciso instante en el que el liderazgo de La Primera de TVE quedaba en evidencia por primera vez el pasado mes de abril, provocando la igualdad de audiencia entre los informativos de TVE y Telecinco durante la tarde- noche, el Ente público ha recibido como agua bendita la visita del Papa, devolviendo temporalmente a La Primera la ventaja que, durante los meses de la guerra de Iraq, había ido perdiendo ininterrumpidamente en beneficio de Telecinco.

La visita del Papa ha sido sin duda el revulsivo que necesitaban los medios de comunicación afines al gobierno Popular, no solamente porque la vocación católica es más intensa en este segmento de la población,- aunque el catolicismo español está muy por encima de las ideologías políticas -, sino también porque es bien sabido que los grandes acontecimientos institucionales son presenciados tradicionalmente a través de los medios de comunicación públicos.

Un segundo motivo para explicar el nuevo incremento de audiencia de los medios de comunicación afines al gobierno obedecería también al final de la guerra si se acepta la tesis de que los españoles tendemos a conectar con los informativos cuyas ideas son más afines a las nuestras, optando igualmente por desconectar cuando lo que nos cuentan disgusta. El público que habitualmente se informa a través de La Primera de TVE, la COPE o el ABC abandonó temporalmente el consumo de información a través de estos medios durante la guerra con Iraq, pero una vez concluida, y con el aliciente adicional de la visita del Papa, vuelven a sintonizar con sus informativos.

La cuestión que habría que analizar es pues doble: Podría aventurarse que la “caza” de audiencia de la que fueron objeto los informativos de La Primera de TVE en abril fueron la consecuencia de una situación extraordinaria adversa para los medios afines al gobierno, mientras que la nueva ventaja del Ente público sobre Telecinco en mayo es igualmente el resultado de otro acontecimiento extraordinario, en este caso favorable a sus intereses mediáticos, como lo es la visita institucional del Papa.

Si se excluyen ambos acontecimientos, cabría suponer que la situación que mejor refleja la situación de los informativos de ambas cadenas es la que tenía lugar antes del hundimiento del Prestige, es decir un Ente público que pierde audiencia lentamente, aún conservando su liderazgo, y una cadena privada como Telecinco, cuyos contenidos, percibidos como mayoritariamente neutrales, le permiten recortar lentamente la distancia que le separan de La Primera de TVE, pero sin la intensidad suficiente como para desplazar a su contrincante, a menos que se sucedan acontecimientos extraordinarios como el hundimiento del Prestige y una guerra como la de Iraq.

En todo caso, sea por el motivo que fuere, lo cierto es que el índice de exposición a la información de los españoles ha alcanzado su nivel más alto en los doce últimos meses (IEI= 112, en contraste con el IEI= 95 de hace un año), un dato que parece más explicable por la mencionada visita del Papa que por la campaña electoral municipal y autonómica. Lo cierto también es que ABC se sitúa en su porcentaje de lectores más alto del último año (2,3%), viviendo El Mundo una situación parecida que le coloca en un 3% de seguidores, sin olvidar tampoco a la cadena de la Conferencia Episcopal COPE, cuyo 6% de audiencia matinal eleva el listón de su audiencia al punto más alto desde mayo de 2002, en un contexto donde se ha detectado que los individuos con ideología de derecha se han expuesto a la información en una proporción de 10 puntos porcentuales superior a la del mes pasado, superando claramente al consumo de información entre los españoles con ideología de izquierda.

5.1. INDICE DE EXPOSICION A LA INFORMACIÓN

Este capítulo recoge la evolución en el "consumo" de prensa diaria, televisión y radio, para lo cuál 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 ahora la lectura de diarios, la audiencia de programas de opinión en la radio 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 de 30 - 49 años.
- Con alta posición social y alto status socioeconómico familiar.
- Los residentes en áreas metropolitanas.
- Los posicionados ideológicamente a la derecha.

El índice de junio de 2003 se ha situado en el IEI = 102, 2 puntos por encima que hace un año pero diez menos que en mayo de este mismo año. Este resultado solamente puede significar que la sociedad española se ha tranquilizado tras la campaña electoral, una vez desaparecidos los problemas políticos que aquejaban a la moral del conjunto de la población (Prestige y guerra en Iraq), regresando al clima de "pasotismo informativo" que viene caracterizando a España durante los últimos años, especialmente a la población joven, totalmente desmotivada a la hora de consumir información, especialmente si se trata de prensa escrita.

La lectura de prensa ha caído cuatro puntos en un solo mes, siendo ABC y El Mundo los mayores perjudicados, lo que explicaría que El Mundo haya iniciado una nueva promoción de colección de cómics de la serie Marvel que, sin duda, verá su reflejo positivo en el índice del próximo sondeo, dado que la presencia se lee poco, en contraste con la buena receptividad de la sociedad hacia la lectura de cómics.

La radio también ha visto disminuir su índice de audiencia, al desaparecer los debates de interés sobre asuntos bélicos y electorales, cayendo 5 puntos en el último mes. En este caso, el "varapalo" ha sido igual en todas las franjas horarias, con retrocesos de

alrededor de cuatro puntos tanto por la mañana como por la tarde y la noche, así como de dos puntos en todas las cadenas, tanto en la SER como en COPE y Onda Cero y RNE.

Los informativos de televisión también han visto retroceder sus niveles de seguidores de informativos en todas las franjas horarias, con caídas que oscilan entre los 3 puntos a última hora de la tarde y los 6 puntos al mediodía, afectando por igual a TVE1, A3TV y Telecinco, cuyos porcentajes son entre 4 y 5 puntos inferiores a los de mayo, una vez que han concluido las oportunidades de desplegar reportajes de tono “bélico”. La Primera de TVE vuelve pues a distanciarse de Telecinco, pese a padecer los retrocesos de audiencia igual que las cadenas privadas.

Tanto los individuos de izquierda como de derecha se han desenganchado de la información (-13 y -20 puntos en el IEI respectivamente), así como los mayores (-27 puntos) y los residentes en zonas metropolitanas, es decir Madrid y Barcelona principalmente (- 15 puntos de retroceso en el IEI).

El retroceso de 20 puntos en el IEI de los entrevistados con ideología de derecha se refleja con claridad en las pérdidas de audiencia conocidas por ABC, El Mundo, La Primera de TVE y COPE.

Cuadro 5.1.1.

Índice de Exposición a la Información

	VI-02	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03
Total	(1.222)	(1.212)	(1.212)	(1.208)	(1.202)	(1.210)	(1.215)	(1.209)	(1.210)	(1.205)	(1.210)	(1.215)
	%											
Alta	12	14	13	15	15	14	14	15	14	13	19	13
Media	37	36	37	36	37	36	39	39	39	36	37	38
Baja	40	42	43	42	40	44	38	38	40	43	36	40
Ninguna	10	9	7	7	8	7	8	8	7	7	8	9
IEI	100	99	100	102	105	99	108	108	107	99	112	102

Cuadro 5.1.2.

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

	VI-02	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03
Total IEI	100	99	100	102	105	99	108	108	107	99	112	102
Edad:												
- 30 años	105	100	90	103	105	96	102	98	99	92	108	99
30-49 años	108	109	111	116	116	114	120	118	120	111	119	113
50-64 años	99	96	104	97	103	97	113	115	113	106	108	108
65 y más años	77	81	89	81	85	79	88	95	90	80	108	81
Posición Social:												
Baja	71	71	76	75	72	70	83	79	77	67	86	77
Media	108	108	108	109	119	112	116	120	113	108	117	109
Alta	151	139	129	151	140	133	151	139	165	142	159	145
Hábitat:												
Rural	92	93	98	98	93	86	94	95	97	96	101	100
Urbano	100	97	95	101	103	98	110	108	111	96	108	98
Metropolitano	107	108	111	109	118	115	117	120	111	107	128	113
Ideología:												
Izquierda	115	110	106	116	124	112	113	119	117	107	120	109
Centro	99	96	97	107	96	101	113	104	107	95	107	106
Derecha	100	113	115	96	102	90	127	116	114	122	133	113
Status Socioeconómico Familiar:												
Alto, Medio Alto	117	118	114	122	122	108	128	120	121	117	126	118
Medio	98	96	95	99	97	100	100	102	104	92	104	95
Medio Bajo	77	78	84	84	94	83	97	100	98	84	107	92
Bajo	31	37	83	31	62	46	98	100	55	58	73	48
Clientes:												
Bancos	110	121	123	112	117	117	125	129	127	115	128	103
Cajas	103	98	96	104	107	96	107	108	106	100	111	106

5.2. PRENSA DIARIA

Los porcentajes de lectura de diarios obtenidos en junio indicarían que el final de las elecciones municipales y autonómicas ha servido para borrar definitivamente todos los problemas que acaparaban la poca atención informativa de los españoles, conduciendo a la sociedad hacia una nueva etapa de apatía y desinterés por consumir diarios que perjudica sobre todo a los diarios afines a la derecha y, de un modo igualmente significativo, a la prensa deportiva, al producirse un “parón” en la Liga de fútbol justo cuando tenía lugar el trabajo de campo.

Como se ha señalado al inicio de este apartado, parece que los diarios se han quedado sin elementos informativos para atraer la escasa atención de que eran objeto, de modo que el índice de lectores general ya no pasa del 44%, en contraste con el 49% de hace un mes y solamente un punto por encima del porcentaje registrado hace un año en idéntico periodo.

El País sigue siendo el diario líder por excelencia y parece recuperar sus buenos resultados, alcanzando incluso el 5,3%, un dato 8 décimas superior al de hace un año.

El Mundo muestra una caída preocupante de 1,5 puntos en este último periodo, mientras que ABC ve disminuir en un punto su porcentaje, quedando ambos diarios a una décima de sus peores resultados en los doce últimos meses.

Se advierte una mayor estabilidad y progresión en la prensa de provincias, quizás porque la fidelidad es mayor y porque las cifras de difusión son muy limitadas, dificultando tanto los retrocesos espectaculares como los avances importantes en el número de lectores. Sin embargo, los mal llamados diarios de ámbito nacional están sujetos a una fidelidad más débil y, al contar con cifras de lectores mucho más altas, también experimentan incrementos y retrocesos porcentuales más notorios.

Permanecen los contrastes entre los distintos segmentos de la muestra, de tal manera que los de alta posición social (71%) con edades entre los 30 y los 49 años (52%) y con ideología de centro (50%) son quienes muestran un mayor consumo de este tipo de información impresa. Sin embargo, no deja de llamar la atención que los porcentajes de lectura de los individuos con una exposición mayor a la lectura de diarios coincidan casi con aquellos que caracterizaban hace cuatro años al promedio de la población, agrupando a quienes leen más con quienes leen menos.

El número de diarios que mantienen unos porcentajes de lectores de 18 y más años con un 0,5% es de 28 y sigue existiendo uno solo, El País, que alcance más de un 4% de seguidores, en concreto un 5,3% de seguidores, de la misma forma que 1 cabecera supera el 3% de lectores: El Periódico (3,2%).

La Razón no consigue confirmar su recuperación a tenor del 0,5% de lectores actual, 2 décimas menos que hace un mes.

% de Lectores el Día de Ayer

	Jun-2002	May-2003	Jun`2003	Diferencia 06-02 VS 06-03
El País	4,5	5,2	5,3	+0,9
Marca	2,6	2,6	1,1	-1,5
El Mundo	2,1	3,0	1,5	-0,6
ABC	1,7	2,3	1,3	-0,4
El Periódico	2,3	2,4	3,2	+0,9
Vanguardia	1,4	1,8	2,1	+0,7

Solamente El País y los diarios catalanes recuperan lectores de hace un año, lo que hace pensar que las elecciones vividas en Cataluña para elegir el nuevo presidente del F.C. Barcelona podrían haber influido en esta tendencia, habida cuenta que no existen otras cuestiones que expliquen esta evolución positiva, más aún si se tiene en cuenta que Cataluña no ha celebrado Elecciones Autonómicas..

A lo largo del mes, las promociones que contribuían a mantener los índices de lectura parecen perder su efecto inicial, regresando a los niveles de lectura preocupantes que han caracterizado el conjunto del año.. En junio de 2003, El Mundo ha hincado una nueva colección de cómics de la serie Marvel que podría facilitar un incremento en sus niveles de lectura de cara al mes de julio.

Así se explicaría que el porcentaje de lectores de prensa caiga desde el 49% de mayo hasta el 44% actual, a sólo dos puntos del dato más bajo en los doce últimos meses.

Cuadro 5.2.1.

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

	VI-02	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03
Total Lectores Periódicos	43	42	43	44	47	45	47	45	45	40	49	44
Edad:												
-30 años	46	46	43	47	51	44	48	45	47	39	52	46
30-49 años	48	49	52	52	54	55	54	51	54	49	56	52
50-64 años	42	38	41	37	43	41	44	47	46	37	44	43
65 y más años	29	28	30	31	30	30	33	34	29	28	38	27
Posición Social:												
Baja	26	26	26	27	27	26	31	28	25	23	31	26
Media	47	47	48	48	55	51	52	51	51	43	53	48
Alta	74	64	66	72	70	69	73	68	78	69	77	71
Ideología:												
Izquierda	52	50	46	51	52	52	49	49	50	46	52	47
Centro	40	37	41	45	45	45	48	42	46	40	47	50
Derecha	43	48	50	40	48	36	55	50	49	45	55	42
Status Socioeconómico Familiar:												
Alto, Medio Alto	54	51	52	55	59	52	60	54	56	52	57	55
Medio	40	41	41	41	42	45	42	41	42	34	45	38
Medio bajo	33	29	30	33	38	31	38	39	36	31	43	33
Bajo	15	15	5	16	23	8	27	22	22	25	16	5
Cientes de:												
Bancos	50	52	54	50	55	52	55	56	53	47	56	46
Cajas	44	41	41	43	47	44	45	45	45	40	48	44

Cuadro 5.2.2.

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

	VI-02	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03
El País	4,5	4,8	4,8	5,3	6,5	6,9	5,7	5,5	5,5	4,2	5,2	5,3
ABC	1,7	1,0	1,5	1,2	1,7	1,7	1,5	1,8	1,3	1,1	2,3	1,3
El Mundo	2,1	1,7	2,2	1,9	2,4	2,3	2,3	3,5	1,4	1,6	3,0	1,5
El Periódico de Cataluña	2,3	2,6	3,3	2,0	2,5	2,4	2,8	2,4	2,7	2,7	2,4	3,2
La Vanguardia	1,4	1,8	2,0	1,3	2,3	2,1	2,0	1,6	1,8	2,0	1,8	2,1
El Cor. Esp.-El Pueblo V.	2,2	2,0	1,6	1,6	1,5	1,7	1,2	1,4	0,9	1,0	1,6	2,5
Las Provincias	-	0,9	0,8	0,5	-	-	0,9	0,5	-	-	0,6	-
El Faro de Vigo	1,1	1,5	1,0	0,8	1,1	0,8	1,1	0,5	0,7	1,0	-	-
La Voz de Galicia	1,5	1,5	1,2	1,4	1,5	0,6	2,2	1,2	2,2	1,5	1,8	1,6
As	0,6	-	0,7	-	0,5	-	-	-	-	-	0,9	0,6
Heraldo de Aragón	1,6	0,9	0,9	1,4	1,1	1,2	1,4	1,2	0,8	1,2	1,3	1,1
Levante	0,5	0,7	0,8	0,7	1,5	0,7	0,8	0,7	0,8	0,6	1,2	1,0
Diario Vasco	0,8	0,9	1,2	1,1	1,2	0,8	0,9	2,2	0,9	0,9	1,6	0,9
El Día	-	-	0,9	-	0,9	0,5	0,7	0,7	0,7	-	0,9	-
La Verdad	1,2	0,7	0,5	0,8	0,8	0,6	0,8	0,5	0,5	0,9	1,4	0,9
Marca	2,6	2,6	1,8	2,0	2,1	2,4	2,4	2,3	2,1	1,8	2,6	1,1
La Nueva España	1,2	1,1	1,2	1,4	1,6	1,2	1,2	0,9	1,3	1,7	0,7	1,1
Diario Montañés	-	-	0,6	0,9	0,5	0,5	0,8	-	-	0,7	1,0	0,6
Diario de Navarra	0,5	-	0,5	0,6	-	0,7	0,8	-	0,5	0,5	0,8	0,7
Información	0,7	0,5	1,1	0,6	-	0,6	-	-	1,2	1,2	1,3	-
Norte de Castilla	-	1,1	0,5	0,9	0,5	1,0	0,5	0,9	1,1	1,3	0,6	0,8
Sur	1,2	1,0	0,8	1,1	1,1	1,3	1,3	1,1	1,3	0,9	0,9	0,8
Diario de Mallorca	-	-	-	-	-	-	-	0,6	-	-	-	0,5
Diario de León	-	0,8	0,6	0,5	0,5	0,9	0,5	-	-	-	1,0	-
Ultima Hora	0,6	0,6	0,7	0,8	0,5	0,9	0,8	-	0,5	0,7	0,8	0,8
El Ideal	0,6	-	0,9	0,6	-	0,8	0,7	0,5	0,6	-	0,6	0,8
Hoy	0,8	0,7	0,5	1,5	0,8	-	0,9	0,7	0,8	0,8	0,6	-
Diario de Cádiz	0,7	-	-	-	-	0,8	-	0,5	0,7	-	-	-
Progreso	-	-	-	-	0,5	-	-	-	0,5	-	0,5	0,7
Canarias-7	0,6	0,8	0,7	0,5	-	-	-	-	-	-	-	-
El Segre	0,7	-	-	1,0	-	-	0,5	0,6	-	-	-	-
Sport	0,6	0,5	-	-	-	0,6	-	-	0,5	-	0,6	-
La Región	-	0,8	0,6	-	-	-	-	-	-	-	0,5	0,5
Deia	-	-	-	-	-	0,6	-	-	0,7	-	-	-
La Provincia	0,6	0,7	0,6	-	0,7	0,5	0,8	0,7	0,5	0,6	-	0,5
La Opinión	-	0,5	0,6	-	-	-	-	0,7	-	0,6	0,8	-
La Razón	-	-	0,5	0,7	0,5	-	0,7	0,7	0,9	1,0	0,7	0,5
Mediterráneo	-	-	-	0,5	-	-	-	-	0,6	-	-	-
Correo Andaluz	-	-	-	-	-	-	-	-	0,6	-	-	-
Egin/ Gara	0,5	-	-	-	0,5	-	-	-	-	-	-	-
Crónica de León	-	-	-	-	-	-	-	-	0,5	-	-	-
Mundo Deportivo	-	-	-	-	-	-	-	0,7	-	-	-	0,6
Córdoba	0,7	-	-	-	-	-	-	0,5	-	-	-	-
Diario de Tarragona	-	0,9	0,6	-	0,5	-	-	-	-	-	-	-
Punt Diari	-	-	-	0,5	-	0,5	-	-	0,6	-	-	-
Diario Jerez	-	-	-	-	0,5	-	-	-	-	-	-	-
La Voz de Almería	-	-	-	-	0,5	-	-	-	-	-	-	-
Metro	-	-	-	-	-	-	0,5	0,8	0,7	0,8	0,7	0,7
20 Minutos	-	-	-	-	-	-	0,5	-	0,6	0,8	1,5	1,4

(*) 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. RADIO

El análisis del medio radiofónico se centra en la medición de la audiencia de los espacios informativos radiofónicos que tienen lugar en SER, COPE, RNE y Onda Cero en tres franjas horarias:

- Entre 6 y 10 de la mañana
- Entre 5 y 8 de la tarde
- Entre 8 y 12 de la noche

Más concretamente, se consulta sobre los programas informativos que tienen lugar en dichas franjas horarias, cuyo nombre y conductor son facilitados a cada entrevistado (ver Cuadro 5.3.2.).

Al igual que con los medios de comunicación restantes, la radio no es ajena a las condiciones ni a las actitudes sociales que determinan que la radio sea aceptada más o menos como un vehículo de información atractivo en la actualidad. En este sentido, está claro que las estructuras de los boletines radiofónicos son exactamente iguales que a principios de los años 90, hasta el punto de que los cambios presentados por las distintas cadenas estudiadas no pasan del cambio de conductor, en casos como el de Radio Nacional por las mañanas, o de algunos de sus contertulios, tal como se observa en los restantes.

Cuando concluyó el año 2002, se habló de “descalabro” de audiencias generalizadas al conjunto de cadenas, con menos intensidad en la Cadena Ser, que mantuvo su liderazgo en todas las franjas horarias. En junio de 2003 se ha percibido un serio retroceso en la audiencia de informativos radiofónicos que ha perjudicado tanto a todas las cadenas como al conjunto de franjas horarias, al desaparecer todo atisbo de debate político. Tras el fracaso socialista en Madrid y su avance menor al esperado en el conjunto de España, cadenas como la SER estarían pagando las expectativas desatadas sobre su audiencia, afín a la ideología de izquierda, generando una posible frustración que, a la postre, se habría saldado con la renuncia temporal a sintonizar esta cadena.

Por otra parte, sigue siendo preocupante el uno por ciento que caracteriza a la audiencia de las tertulias nocturnas de Radio Nacional, COPE y de Onda Cero en dicha franja.

Estos resultados indicarían el rechazo frontal de la audiencia a la persistencia de las cadenas de radio por contratar a contertulios que, día tras día, comparten una misma línea ideológica y afín a la cadena que les contrató, pretendiendo dar una imagen de debate de ideas, cuando la audiencia sabe perfectamente que los contenidos terminan siendo diariamente los mismos, es decir defensas sistemáticas de la política del gobierno en Onda Cero, COPE y Radio Nacional o ataques frontales contra su gestión en la Cadena Ser, sea cual sea el asunto debatido.

La caída en las audiencias padecida en junio es el resultado del desencanto de la audiencia, no solamente por el escaso efecto de las denuncias vertidas sobre la política del gobierno, sino por la falta de resultados en la supuesta alternativa socialista, incapaz de rentabilizar casos como el Prestige y la guerra en Iraq.

En junio de 2003, la audiencia total de informativos radiofónicos entre los españoles de 18 y más años ha caído desde el 29% hasta el 24%, un dato poco esperanzador si se compara con el 23% de hace un año, más aún si se tiene en cuenta que, al igual que sucede con la prensa, es el segundo porcentaje más bajo registrado durante los doce últimos meses.

Ni siquiera el programa “La Tarde” de Gemma Nierga se ha librado del castigo de la audiencia, tanto en relación con la situación de hace un mes como de hace un año. Apenas uno de cada cinco españoles conecta con los informativos matinales (20%), descendiendo hasta un ridículo 8% por las tardes y cayendo hasta un 6% por las noches.

La audiencia de las mañanas abandona nuevamente el seguimiento de informativos, quizás por el fin de la campaña electoral, confirmando así que el incremento de hace un mes fue estrictamente coyuntural.

El programa “Hoy por Hoy” de Iñaki Gabilondo en la Ser pierde dos puntos porcentuales, igual que sus competidores en Onda Cero y COPE, situándose en un 9%. por delante de su compañera de cadena Gemma Nierga (4%) y de los informativos matinales de Onda Cero (5%).

Si se analiza el conjunto de la audiencia, se observa que los españoles con edades entre los de 50-64 años y 65 y más años escuchan los informativos matinales en proporciones algo superiores con respecto al promedio de la audiencia, mientras que las tertulias de la

tarde tienen un grupo de seguidores especialmente amplio en las poblaciones rurales y entre los individuos con media y baja posición social. En otras palabras, los individuos con edades comprendidas entre los 18-29 años y los 30-49 años no muestran una atracción especial por este medio, mientras que los de mayor edad son los que mantienen la fidelidad a los esquemas actuales, que son los que imperaban hace doce años, cuando estaban en la parte alta del abanico de los 30-49 años.

En síntesis, los informativos de la radio no se renuevan y, en consecuencia, las personas con actitudes más conservadoras, con independencia de la ideología pero con dependencia del inmovilismo propio de los mayores, mantienen su fidelidad a los informativos, en contraste con los nuevos públicos, reacios a un formato de informativo que quizás no se ajusta a su demanda.

No debe extrañar por lo tanto que la Cadena SER conserve el liderazgo en todas las franjas horarias, manteniendo su ventaja sobre las cadenas restantes gracias a la reciente y progresiva captación de un público más joven, lo que le permite distanciarse en cuatro puntos por las mañanas en relación con Onda Cero, y en cinco con respecto a Radio Nacional y COPE.

El índice general sigue siendo por lo tanto muy bajo y confirma la progresiva desintegración de la audiencia en las cuatro cadenas más importantes de España, convirtiendo el espectro radiofónico en un mercado excesivamente atomizado donde la cadena SER acoge la audiencia más afín a la ideología de izquierda y donde RNE y COPE pugnan por la audiencia situada ideológicamente en el centro y la derecha.

Como ya se ha indicado, si estos espacios informativos basan su estructura en el debate y la reflexión enfrentada entre opiniones opuestas, el interés que despiertan es menor porque no reflejan una realidad cuyo punto más sobresaliente es la ausencia de dicho debate político.

No se producen sin embargo variaciones en la proporción de oyentes que sintonizan con las cuatro principales cadenas de radio en las tres franjas horarias, por lo que sigue siendo válido afirmar que, aunque es frecuente que en todos los programas de radio estudiados existan segmentos socioeconómicos cuya proporción es mayor a la media para el conjunto de dicho segmento, se siguen manteniendo ciertos sobrepesos muy

pronunciados en todos ellos. Así, comenzando por los informativos de la mañana, se puede decir que "La Mañana" de COPE cuenta con una proporción especialmente importante de radioyentes entre 30 y 49 años, con ideología de derecha y con un nivel de educación medio.

Sin embargo, el programa de Onda Cero "Protagonistas" presenta sobrepesos con respecto a la media entre los de posición social alta y status socioeconómico alto. "Hoy por Hoy" de la Cadena SER, confirma una vez más que la proporción de radioyentes con ideología de izquierda es superior a la que tiene lugar en los otros dos programas citados.

En síntesis, puede afirmarse sin ningún tipo de dudas que, con independencia de los sobrepesos señalados, los programas informativos de radio se nutren básicamente de radioyentes jóvenes de posición social media, con ideología de izquierda y con un índice de exposición a la información más bien bajo.

Cuadro 5.3.1.
Perfil de Radioyentes de Programas Informativos y Magazines según el Bloque Horario.

JUNIO 2003	Total Muestra	Total Oyentes	Mañana 6-10 h.	Tarde 5-8 h.	Noche 8-12 h.
TOTAL	(1215)	(283)	(244)	(99)	(56)
	%				
Edad:					
18 a 29 años	23	14	12	12	13
30 a 49 años	37	39	40	40	28
50 a 64 años	19	25	23	29	39
65 y más años	21	22	25	19	20
Posición Social:					
Baja	37	35	36	26	27
Media	48	43	44	45	48
Alta	15	22	20	29	25
Ideología:					
Izquierda	42	43	42	43	52
Centro	20	17	17	13	11
Derecha	19	27	28	28	20
Hábitat de Residencia:					
Rural	23	20	21	18	13
Urbano	50	55	56	52	55
Metropolitano	27	25	23	29	32
Educación del entrevistado:					
Baja	35	35	36	27	40
Media	53	52	51	59	42
Alta	12	13	12	13	18
Status Socioeconómico Familiar:					
Alto, Medio alto	39	42	40	43	48
Medio	45	42	44	39	36
Medio Bajo/Bajo	16	16	15	18	16
Clientes de:					
Bancos	29	31	31	31	30
Cajas	71	75	76	72	72
Exposición a la Información:					
Alta	13	56	56	59	63
Media	38	43	43	38	37
Baja	39	2	2	2	-

Cuadro 5.3.2.
Audiencia de Programas de Radio: Informativos y Magazines
(En Porcentajes)

	VI-02	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03
	(1.221)	(1.212)	(1.212)	(1.208)	(1.202)	(1.210)	(1.215)	(1.209)	(1.210)	(1.205)	(1.210)	(1.215)
TOTAL												
Entre 6 y 10 h. Mañana												
- "La Mañana" de Luis Herrero (COPE)	4	4	5	4	4	3	4	5	5	5	6	4
- "Protagonistas" de Luis del Olmo (ONDA CERO)	6	6	6	7	6	5	6	7	6	5	6	5
- "Hoy por Hoy" de Iñaki Gabilondo (SER)	7	8	7	8	9	9	9	8	10	11	11	9
- "Buenos días" con Antonio Jiménez (RNE) (*)	3	3	5	4	5	3	5	5	3	4	5	4
% Radioyentes de Mañana	19	19	21	21	22	19	22	23	22	21	24	20
Entre 5 y las 8 h. Tarde												
- "La Ventana", de Gemma Nierga (SER)	4	4	3	4	4	5	3	4	4	4	6	4
- "Al tran tran", de José Antonio Abellán (COPE)	2	2	2	1	2	1	1	2	2	2	2	1
- "Herrera y Punto" con Carlos Herrera (Onda Cero)	2	2	2	3	3	2	2	3	2	2	2	2
- "Lo que es la vida", de Nieves Herrero (RNE)	2	2	2	2	3	2	2	2	1	2	2	1
% Radioyentes de Tarde	9	9	8	9	10	9	8	11	9	9	12	8
Entre las 8 y las 12 h. Noche												
- "La Brújula", de Carmen Martínez Castro (ONDA CERO)	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1
- "Hora 25", de Carlos Llamas (SER)	2	5	4	3	4	4	3	4	3	3	4	4
- "La linterna", de Federico Jiménez Losantos (COPE)	1	2	1	2	2	1	2	1	1	2	2	1
- "El Ojo crítico", de Paz Ramos (RNE)	*	1	1	1	1	*	1	1	*	1	1	*
- "24 horas", de Manuel Antonio Rico (RNE)	*	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
% de Radioyentes de Noche	5	9	7	7	7	7	7	7	6	7	9	6
% Total de Oyentes de Informativos	23	24	25	25	27	23	25	28	26	26	29	24

(*) Hasta Septiembre 2002 estaba Julio Cesar Iglesias

Cuadro 5.3.3.

Perfil de Radioyentes de los Sigüientes Programas de Radio.

JUNIO 2003	Total	Mañana				Tarde				Noche				
		La Mañana	Prota-Gonistas	Hoy por hoy	Buenos días	La Ventana	La Tarde	A toda radio	Lo que es la Vida	La Brújula	Hora 25	La Linterna	El ojo Crítico	24 Horas
TOTAL	(1215)	(48)	(60)	(107)	(44)	(52)	(16)	(21)	(16)	(9)	(43)	(6)	(3)	(15)
		%												
Edad:														
18 a 29 años	23	12	13	16	2	16	12	9	-	10	13	32	-	6
30 a 49 años	37	44	32	33	56	36	39	44	56	23	29	18	33	27
50 a 64 años	19	25	32	22	16	32	31	33	6	55	34	50	33	20
65 y más años	21	19	24	29	26	16	19	14	38	12	24	-	34	47
Posición Social:														
Baja	37	34	30	42	35	23	37	14	43	-	30	33	34	46
Media	48	58	48	40	32	47	44	53	32	78	42	49	-	26
Alta	15	8	22	17	33	30	19	33	25	22	28	18	66	27
Ideología:														
Izquierda	42	21	39	59	33	52	32	48	25	22	60	50	33	7
Centro	20	14	20	16	17	10	18	14	13	-	14	-	-	13
Derecha	19	54	31	11	37	23	32	28	38	45	14	17	67	68
Hábitat de Residencia:														
Rural	23	30	18	18	21	15	19	24	18	12	14	-	-	13
Urbano	50	48	61	57	65	54	56	57	50	55	56	67	67	66
Metropolitano	27	22	20	26	14	31	25	19	31	33	30	33	33	21
Educación del entrevistado:														
Baja	35	29	37	40	39	31	18	24	31	45	40	17	-	47
Media	53	63	48	48	51	56	82	57	56	11	46	67	67	46
Alta	12	8	15	11	9	13	-	19	13	44	14	16	33	7
Status Socioeconómico Familiar:														
Alto, Medio alto	39	50	41	31	49	46	31	58	13	79	48	16	33	27
Medio	45	34	42	52	37	36	50	28	55	11	35	68	33	47
Medio Bajo/Bajo	16	17	17	17	14	17	19	14	32	10	16	17	34	26
Cientes de:														
Bancos	29	29	37	29	28	27	32	39	25	44	32	-	-	27
Cajas	71	82	69	76	79	75	69	62	81	56	74	83	100	86
Exposición a la Información:														
Alta	13	58	58	53	56	56	63	76	50	78	63	50	67	60
Media	38	40	42	46	39	42	31	24	50	22	37	50	33	33
Baja	39	2	-	1	4	2	7	-	-	-	-	-	-	7

5.4 TELEVISION

El pasado mes de abril de 2003 se comentaba que, por primera vez en la historia, los informativos de Telecinco habían igualado en audiencia a los de La Primera de TVE, al menos en la franja horaria de la tarde noche. En aquellas fechas, La 1 de TVE alcanzaba un 31% de seguidores al mediodía y un 27% por la tarde noche.

Desde entonces, han transcurrido dos meses. Apenas se habla ya del Prestige y menos aún de la guerra de Iraq, mientras que las elecciones municipales han concluido sin pena ni gloria, generando una frustración evidente en los individuos de centro izquierda e izquierda y entre los más jóvenes, que son los que en abril decidían engancharse al seguimiento de los informativos de Telecinco y más particularmente de Angels Barceló.

Ahora en junio, La Primera de TVE repite el 31% de audiencia del mediodía y el 27% de la tarde noche, mientras que la audiencia de las cadenas privadas, en comparación con ese mismo periodo, se “desinfla”, de tal modo que Urdaci aventaja a Angels Barceló en 3 puntos porcentuales y en 12 a A3TV, mientras que Ana Blanco supera en 7 puntos a Hilario Pino y en 14 puntos al espacio conducido por Matías Prats en A3TV. En otras palabras, La Primera mantiene unos niveles pobres de audiencia que le aseguran el liderazgo y la fidelidad de su audiencia, mientras que, dependiendo de la franja horaria, Telecinco pierde entre 3 y 4 puntos de audiencia, a la vez que A3TV pierde entre 2 y 5 puntos.

En otras palabras, A3TV confirma su crisis, consolidándose en el tercer puesto del ranking, mientras que Telecinco verifica que la única manera de alcanzar los niveles de audiencia pasa por proporcionar un clima de debate constante pues, tan pronto como el calor político disminuye, su audiencia también se desvanece. En otras palabras, la audiencia de Telecinco puede ser fiel, pero no es constante, a diferencia de lo que sucede con La Primera de TVE, mucho más regular y formada por personas mayores.

Los informativos de televisión, con un 87% de seguidores, son en todo caso los espacios donde mejor se detecta el creciente rechazo de la audiencia hacia los contenidos, claramente supeditados, por una parte, al fútbol y, en segundo lugar, a las cámaras. La Primera de TVE y A3TV están sufriendo la mayor crisis de audiencia en sus informativos desde que las tres cadenas coexisten de una forma estable. Si se analizan

los datos de audiencia de los distintos medios de comunicación, uno de los que sin duda llama más la atención es el total de seguidores de espacios televisivos en junio de 2003. Un 87% afirma seguir alguno de los informativos televisivos, dos puntos inferior al dato de hace un año.

No todos los informativos se han visto perjudicados de la misma manera pues. Los altibajos experimentados por los informativos de las distintas cadenas de televisión ponen de manifiesto que TVE ya no compite consigo misma sino con Telecinco, pues el público que se informa a través de las cadenas privadas ha roto el tope histórico del 25%.

A3TV tiene una audiencia del 17% al mediodía y de un 15% por la tarde, siete y nueve puntos por debajo de Telecinco. En resumen, si no todos los informativos pierden audiencia en este caso se debe a que han desaparecido todos los temas que podían generar algún interés especial.

En junio de 2003, la audiencia de los informativos del mediodía es del 74%, el pero dato en los últimos doce meses. Por la tarde noche sucede lo propio, si bien en este caso el porcentaje es positivo si se compara con el 68% de junio de 2002, algo explicable por la progresión de Angels Barceló y Urdaci en relación con su situación de hace un año.

Hace un año, La Primera de TVE distanciaba en 10 puntos a su inmediato seguidor al mediodía, mientras que, por la tarde noche lo hacía en 17 puntos. Ahora en junio de 2003, La Primera aventaja a las privadas en sólo 7 puntos al mediodía y en 3 durante la tarde, lo que confirma que, de no producirse variaciones, la supremacía de los informativos podría estar viviendo sus últimos meses.

% Audiencia en 06/2003	Mediodía	Tarde Noche
La Primera de TVE	31%	27%
Telecinco	24%	24%
Antena 3 TV	17%	15%

El seguimiento de espacios informativos es del 74% al mediodía y del 87% por la tarde, es decir que el porcentaje ha caído en 6 y 3 puntos respectivamente con respecto a la situación de mayo de 2003.

La 2 se recupera lentamente y vuelve al 8%, con un promedio de recuperación de un punto porcentual al mes, aunque lejos del 12% que le caracterizaba hace tres años. La audiencia total de informativos de televisión es ahora de un 87%, es decir un punto más que hace un año.

En cualquier caso, la estructura de la audiencia de boletines informativos de televisión es muy estable, es decir que, entre un mes y otro, aunque aumente o disminuya el número de televidentes y sus preferencias en cuanto a la programación, ello no afecta apenas al nivel de audiencia de informativos ni a su tipología a nivel global, por lo que los grupos que habitualmente conectan en mayor proporción son los de 30 a 49 años (37%), de posición social media (49%), con ideología de izquierda (42%) y de status socioeconómico medio (45%). De hecho, los porcentajes que se registran para cada uno de estos grupos difieren de forma poco significativa con respecto a los registrados en meses anteriores.

Tal como se muestra en el siguiente cuadro, la progresiva pérdida de televidentes que se apuntaba en meses pasados persiste:

	VI-02	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03
Boletín Informativo del Mediodía:												
TVE1	32	31	35	35	36	32	32	35	35	31	35	31
Antena 3 TV	22	21	24	24	20	18	21	22	21	21	22	17
Tele 5	20	21	20	20	21	24	22	24	25	28	28	24
Boletín Informativo de la Noche												
TVE1	25	27	32	32	30	30	28	30	29	27	31	27
Antena 3 TV	18	15	19	19	15	22	17	19	17	17	17	15
Tele 5	17	18	20	20	19	14	23	24	23	27	25	24

Otra de las observaciones que merece una atención especial es el grado de seguimiento que tienen los boletines informativos de cada canal autonómico dentro de su Comunidad Autónoma. En este sentido, se ha podido constatar que el porcentaje de personas que sigue estos espacios al mediodía resulta especialmente significativo entre los que afirman ver el informativo de TV3 (42%) y el 45% de vascos que ven ETB.

Por la noche, la proporción de seguidores del informativo de TV3 (39%) no supera en este caso a la de los vascos que ven ETB (50%). En ambos casos, los porcentajes indican que las autonómicas no son ajenas a este proceso de pérdida de seguidores de informativos.

Al comparar el perfil socioeconómico de la audiencia de cada informativo, es interesante constatar cómo las diferencias entre las tres principales cadenas de televisión tienden a disminuir progresivamente.

Así, por ejemplo, sigue siendo cierto que la población de la Tercera Edad, con un menor nivel económico y educativo, residente en las zonas rurales y con ideología de izquierda tiene una importancia algo mayor entre la audiencia de los informativos de La Primera de TVE, mientras que en A3TV adquiere un peso más alto la población más joven, con una mayor posición social y residente en zonas metropolitanas.

Sin embargo, estos sobrepesos son mucho menos pronunciados que hace dos años, por lo que puede afirmarse que el perfil de la audiencia de los tres canales mencionados se asemeja más entre sí, sobre todo en lo concerniente a la ideología.

Durante la madrugada, no se producen diferencias en el perfil de los televidentes en función de la cadena. Sin embargo, sí se aprecia claramente cómo los más jóvenes, de posición social media y alta y residentes en zonas metropolitanas son los que siguen estos espacios, mientras que la población con un nivel educativo bajo, de mayor edad y los residentes en zonas rurales dejan de ver la televisión.

Finalmente, ha de subrayarse el nuevo retroceso de los informativos de la madrugada, quizás porque los españoles no están dispuestos a trasnochar para ver un espacio informativo.

Cuadro 5.4.1.

Perfil de Televidentes de Boletines informativos en el día de ayer según el Bloque Horario.

JUNIO 2003	Total Muestra	Total audiencia	Audiencia		
			Mediodía	Noche	Madrugada
TOTAL	(1215)	(1062)	(898)	(895)	(112)
Edad:			%		
18 a 29 años	23	23	22	22	25
30 a 49 años	37	37	35	38	39
50 a 64 años	19	20	20	19	17
65 y más años	21	21	22	21	19
Posición Social:					
Baja	37	36	38	36	29
Media	48	49	48	50	55
Alta	15	15	14	15	16
Ideología:					
Izquierda	42	42	41	43	40
Centro	20	21	22	20	18
Derecha	19	21	21	21	21
Hábitat de Residencia:					
Rural	23	24	24	24	15
Urbano	50	49	50	50	57
Metropolitano	27	27	26	26	27
Educación del entrevistado:					
Baja	35	33	34	34	35
Media	53	54	55	54	53
Alta	12	12	10	12	12
Status Socioeconómico Familiar:					
Alto, Medio alto	39	40	39	39	50
Medio	45	45	45	45	39
Medio Bajo/Bajo	16	15	16	16	11
Cientes de:					
Bancos	29	28	29	28	38
Cajas	71	73	72	74	62
Exposición a la Información:					
Alta	13	15	15	15	11
Media	38	42	42	43	39
Baja	39	43	43	42	50

Cuadro 5.4.2.

**Audiencia de Programas Informativos de Televisión según el espacio horario y el Canal de Televisión.
(En Porcentajes)**

Total	VI-02		VII-02		IX-02		X-02		XI-02		XII-02	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
MEDIODÍA												
- TVE-1, Ana Blanco y Jesús Alvarez	(1.222)	32	(1.212)	31	(1.212)	35	(1.208)	35	(1.202)	36	(1.210)	32
- Antena 3 con M. Prats y Susana Griso	(1.222)	22	(1.212)	21	(1.212)	24	(1.208)	22	(1.202)	20	(1.210)	18
- Tele 5, con Hilario Pino	(1.222)	20	(1.212)	21	(1.212)	20	(1.208)	21	(1.202)	21	(1.210)	24
Canales Autonómicos:												
-Andalucía: Canal Sur	(212)	17	(210)	22	(208)	25	(209)	25	(212)	28	(212)	29
- Cataluña: TV3	(194)	42	(194)	40	(193)	50	(183)	39	(197)	38	(189)	42
- Com. Valenciana: C9	(123)	26	(125)	30	(124)	30	(124)	27	(124)	25	(123)	22
- Galicia: TV G	(87)	3	(87)	5	(87)	9	(85)	5	(84)	30	(86)	11
- Madrid: Telemadrid	(154)	10	(153)	11	(154)	12	(162)	12	(148)	17	(156)	13
- País Vasco: ETB 2	(67)	39	(67)	18	(63)	22	(67)	45	(66)	20	(64)	45
% Televidentes de Mediodía	(1.222)	77	(1.212)	75	(1.212)	78	(1.208)	78	(1.202)	77	(1.210)	76
NOCHE:												
- TVE 1, Alfredo Urdaci y M. Escario	(1.222)	25	(1.212)	27	(1.212)	32	(1.208)	29	(1.202)	30	(1.210)	30
- La 2, con Lorenzo Milá.	(1.222)	8	(1.212)	8	(1.212)	8	(1.208)	8	(1.202)	8	(1.210)	7
- Antena 3, E. Sáenz de Buruaga y Olga Viza	(1.222)	18	(1.212)	15	(1.212)	19	(1.208)	19	(1.202)	15	(1.210)	14
- Tele 5, Ángeles Barceló	(1.222)	17	(1.212)	18	(1.212)	20	(1.208)	20	(1.202)	19	(1.210)	22
- Canal Plus, con Marta Reyero	(1.222)	1	(1.212)	1	(1.212)	1	(1.208)	1	(1.202)	2	(1.210)	1
Canales Autonómicos:												
- Andalucía: Canal Sur	(212)	18	(210)	13	(208)	20	(209)	16	(212)	17	(212)	19
- Cataluña: TV3	(194)	40	(194)	37	(193)	44	(183)	41	(197)	36	(189)	39
- Comunidad Valenciana:C9	(123)	18	(125)	26	(124)	21	(124)	14	(124)	13	(123)	15
- Galicia: TVG	(87)	-	(87)	6	(87)	9	(85)	2	(84)	22	(86)	6
- Madrid: Telemadrid	(154)	8	(153)	8	(154)	7	(162)	8	(148)	8	(156)	8
- País Vasco: ETB 2	(67)	39	(67)	24	(63)	24	(67)	46	(66)	16	(64)	50
% Televidentes de Noche	(1.222)	68	(1.212)	71	(1.212)	78	(1.208)	75	(1.202)	71	(1.210)	75
MADRUGADA:												
- TVE-1, con Carmen Tomás (*)	(1.222)	3	(1.212)	4	(1.212)	4	(1.208)	3	(1.202)	4	(1.210)	3
- Antena-3, Rosa Mª Mateo	(1.222)	1	(1.212)	2	(1.212)	4	(1.208)	2	(1.202)	1	(1.210)	1
- Tele 5, Máximo Huertas	(1.222)	2	(1.212)	1	(1.212)	4	(1.208)	1	(1.202)	2	(1.210)	3
Canales Autonómicos:												
- Andalucía: Canal Sur	(212)	5	(210)	2	(208)	4	(209)	4	(212)	5	(212)	2
- Cataluña: TV3	(194)	-	(194)	1	(193)	4	(183)	2	(197)	-	(189)	1
- Galicia: TVG	(87)	-	(87)	-	(87)	-	(85)	-	(84)	-	(86)	-
- País Vasco: ETB 2	(67)	6	(67)	2	(63)	2	(67)	1	(66)	2	(64)	-
% Televid.de Madrugada	(1.222)	7	(1.212)	8	(1.212)	11	(1.208)	6	(1.202)	7	(1.210)	7
% Total de Televidentes	(1.222)	86	(1.212)	86	(1.212)	88	(1.208)	91	(1.202)	87	(1.210)	88

Cuadro 5.4.2. (Continuación)

**Audiencia de Programas Informativos de Televisión según el espacio horario y el Canal de Televisión.
(En Porcentajes)**

	I-03		II-03		III-03		IV-03		V-03		VI-03	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Total												
MEDIODÍA												
- TVE-1: Ana Blanco y Jesús Alvarez	(1.215)	32	(1.209)	35	(1.210)	35	(1.205)	31	(1.210)	35	(1.215)	31
- Antena 3 M. Prats y Susana Griso	(1.215)	21	(1.209)	22	(1.210)	21	(1.205)	21	(1.210)	22	(1.215)	17
- Tele 5, con Hilario Pino	(1.215)	22	(1.209)	24	(1.210)	25	(1.205)	28	(1.210)	28	(1.215)	24
Canales Autonómicos:												
- Andalucía: Canal Sur	(213)	22	(211)	20	(211)	26	(212)	21	(213)	20	(211)	21
- Cataluña: TV3	(192)	47	(191)	31	(191)	46	(193)	48	(194)	31	(194)	46
- Com. Valenciana: C9	(125)	26	(123)	28	(124)	28	(113)	25	(124)	12	(123)	12
- Galicia: TV G	(87)	9	(87)	27	(87)	16	(87)	22	(87)	6	(87)	10
- Madrid: Telemadrid	(156)	16	(154)	12	(154)	10	(154)	8	(160)	8	(156)	6
- País Vasco: ETB 2	(68)	27	(65)	35	(64)	44	(64)	45	(68)	31	(68)	37
% Televidentes de Mediodía	(1.215)	79	(1.209)	79	(1.210)	81	(1.205)	77	(1.210)	80	(1.215)	74
NOCHE:												
- TVE 1, Alfredo Urdaci y Mario Escario	(1.215)	28	(1.209)	30	(1.210)	29	(1.205)	27	(1.210)	31	(1.215)	27
- La 2, con Lorenzo Milá	(1.215)	8	(1.209)	7	(1.210)	7	(1.205)	6	(1.210)	7	(1.215)	8
- Antena 3, E. Sáenz de Buruaga y Olga Viza	(1.215)	17	(1.209)	19	(1.210)	17	(1.205)	17	(1.210)	17	(1.215)	15
- Tele 5, con Ángeles Barceló	(1.215)	23	(1.209)	24	(1.210)	23	(1.205)	27	(1.210)	25	(1.215)	24
- Canal Plus, con Marta Reyero	(1.215)	1	(1.209)	2	(1.210)	2	(1.205)	2	(1.210)	1	(1.215)	1
Canales Autonómicos:												
- Andalucía: Canal Sur	(213)	14	(211)	16	(211)	20	(212)	13	(213)	17	(211)	18
- Cataluña: TV3	(192)	42	(191)	35	(191)	48	(193)	46	(194)	35	(194)	43
- Comunidad Valenciana: C9	(125)	24	(123)	27	(124)	29	(113)	11	(124)	13	(123)	8
- Galicia: TVG	(87)	6	(87)	22	(87)	8	(87)	10	(87)	3	(87)	7
-Madrid: Telemadrid	(156)	11	(154)	9	(154)	8	(154)	2	(160)	8	(156)	6
- País Vasco: ETB 2	(68)	22	(65)	40	(64)	34	(64)	47	(68)	31	(68)	46
% Televidentes de Noche	(1.215)	76	(1.209)	77	(1.210)	76	(1.205)	72	(1.210)	77	(1.215)	74
MADRUGADA:												
- TVE-1, con Carmen Tomás (*)	(1.215)	4	(1.209)	3	(1.210)	4	(1.205)	2	(1.210)	4	(1.215)	4
- Antena-3, Rosa Mª Mateo	(1.215)	2	(1.209)	2	(1.210)	2	(1.205)	1	(1.210)	3	(1.215)	2
- Tele 5, Juan Pedro Valentín	(1.215)	2	(1.209)	3	(1.210)	2	(1.205)	3	(1.210)	3	(1.215)	3
Canales Autonómicos:												
- Andalucía: Canal Sur	(213)	2	(211)	2	(211)	4	(212)	2	(213)	3	(211)	2
- Cataluña: TV3	(192)	1	(191)	1	(191)	2	(193)	1	(194)	1	(194)	1
- Galicia: TVG	(87)	-	(87)	1	(87)	-	(87)	-	(87)	-	(87)	1
- País Vasco: ETB 2	(68)	4	(65)	5	(64)	-	(64)	3	(68)	3	(68)	3
% Televidentes de Madrugada	(1.215)	9	(1.209)	9	(1.210)	10	(1.205)	6	(1.210)	10	(1.215)	9
% Total de Televidentes	(1.215)	89	(1.209)	88	(1.210)	90	(1.205)	89	(1.210)	88	(1.215)	87

Cuadro 5.4.3.

Audiencia de los distintos Boletines informativos de Televisión según el Bloque Horario.

JUNIO 2003	Total	MEDIODÍA			NOCHE					MADRUGADA		
		TVE1	Antena 3	Tele 5	TVE1	La 2	Antena 3	Tele 5	Canal Plus	TVE1	Antena 3	Tele 5
TOTAL	(1215)	(378)	(208)	(286)	(332)	(93)	(183)	(287)	(9)	(45)	(23)	(35)
%												
Edad:												
18 a 29 años	23	17	28	30	15	29	25	27	11	10	42	35
30 a 49 años	37	31	38	35	31	52	38	42	34	38	36	42
50 a 64 años	19	22	18	20	22	7	19	20	44	20	18	17
65 y más años	21	31	17	15	31	12	18	11	11	32	4	6
Posición Social:												
Baja	37	42	32	32	42	20	32	31	11	38	13	20
Media	48	45	54	52	48	52	54	52	67	53	65	57
Alta	15	13	15	15	11	28	14	18	23	9	22	24
Ideología:												
Izquierda	42	29	36	57	27	57	35	57	67	26	40	52
Centro	20	20	26	19	21	17	20	17	33	22	21	13
Derecha	19	36	22	10	35	11	25	12	-	36	22	6
Hábitat de Residencia:												
Rural	23	25	19	18	25	17	21	22	21	22	13	8
Urbano	50	48	52	57	49	52	56	52	34	49	52	66
Metropolitano	27	27	29	25	26	31	23	26	45	29	34	26
Educación del entrevistado:												
Baja	35	43	28	29	45	13	31	26	11	45	22	29
Media	53	48	60	58	46	66	61	60	55	53	57	52
Alta	12	8	12	13	9	20	8	13	34	2	22	19
Status Socioeconómico Familiar:												
Alto, Medio alto	39	36	46	43	33	48	46	44	77	46	61	54
Medio	45	44	42	45	46	39	40	45	23	38	35	40
Medio Bajo/Bajo	16	20	12	11	20	13	14	11	-	16	4	6
Cientes de:												
Bancos	29	30	33	27	29	28	29	27	33	43	39	34
Cajas	71	72	67	74	73	76	70	75	55	62	52	72
Exposición a la Información:												
Alta	13	13	21	15	15	16	17	18	54	13	-	18
Media	38	39	37	40	33	49	40	42	24	46	26	39
Baja	39	48	42	45	52	34	43	40	22	40	74	43

5.5. NIVEL DE OBJETIVIDAD INFORMATIVA DE LOS MEDIOS EN RELACION AL PP Y AL PSOE

Este capítulo incluye una pregunta para conocer la opinión de los entrevistados sobre posibles favoritismos hacia el PSOE o el PP en el tratamiento que estos dos partidos reciben en los principales canales de televisión, cadenas de radio y periódicos.

En relación con el tema de los favoritismos ideológicos hacia el PP o el PSOE, junio de 2003 no ha sido un mes distinto a los anteriores por cuanto presenta nuevamente un cuadro bastante radical en la percepción de los españoles. Con las elecciones municipales y autonómicas se han confirmado las posiciones entre defensores y detractores de la política del gobierno. La Cadena SER y Onda Cero tienden a ser vistos menos neutrales, mientras que se agudizan las sensaciones de favoritismo de medios como ABC, El Mundo y El País, de tal manera que El País, la Cadena SER son claramente vistos como mayoritariamente favorables al PSOE, mientras que todos los medios restantes son vistos como favorables al PP, excepto Telecinco, el único medio que aún es visto como mayoritariamente neutral.

El porcentaje de españoles que piensa que La Primera de TVE favorece al PSOE es prácticamente nulo, sucediendo lo mismo con RNE y el diario ABC.

En el polo opuesto, también han observado los españoles que El País se está decantando con mayor claridad por su partido más afín históricamente, de tal manera que el porcentaje de individuos que lo señala como favorable al PSOE ya se dispara hasta un 25%, mientras que en la Cadena SER se sitúa en un 17%.

El Mundo (22%) y A3TV (32%) han confirmado, con su línea editorial, su ya no oculta tendencia a favorecer al PP, mientras que la COPE (20%) regresa a sus orígenes.

☞ En resumen, La Primera de TVE (53%), A3TV (32%), RNE (33%), ABC (38%), Onda Cero (16%) y El Mundo (22%) son vistos como mayoritariamente pro- PP, mientras que El País (22%) y la Cadena SER (15%) son percibidos mayoritariamente como pro- PSOE.

Aunque estos resultados son expuestos con más detalle en los cuadros 5.5.1., 5.5.2. y 5.5.3., debe concluirse que la opinión pública observa con cierta neutralidad la información facilitada a través de las principales cadenas de televisión, radio y prensa, pero siendo mayor la proporción de personas que advierte un cierto favoritismo hacia el PP que hacia el PSOE, siendo El País y la cadena SER las únicas excepciones claras en beneficio del PSOE y ABC y COPE en favor del PP, tal como viene poniéndose de relieve de forma inequívoca todos los meses.

Cuadro 5.5.1.

Calificación del tratamiento informativo que ofrecen los siguientes medios al PSOE y al PP, según la opinión de los entrevistados.

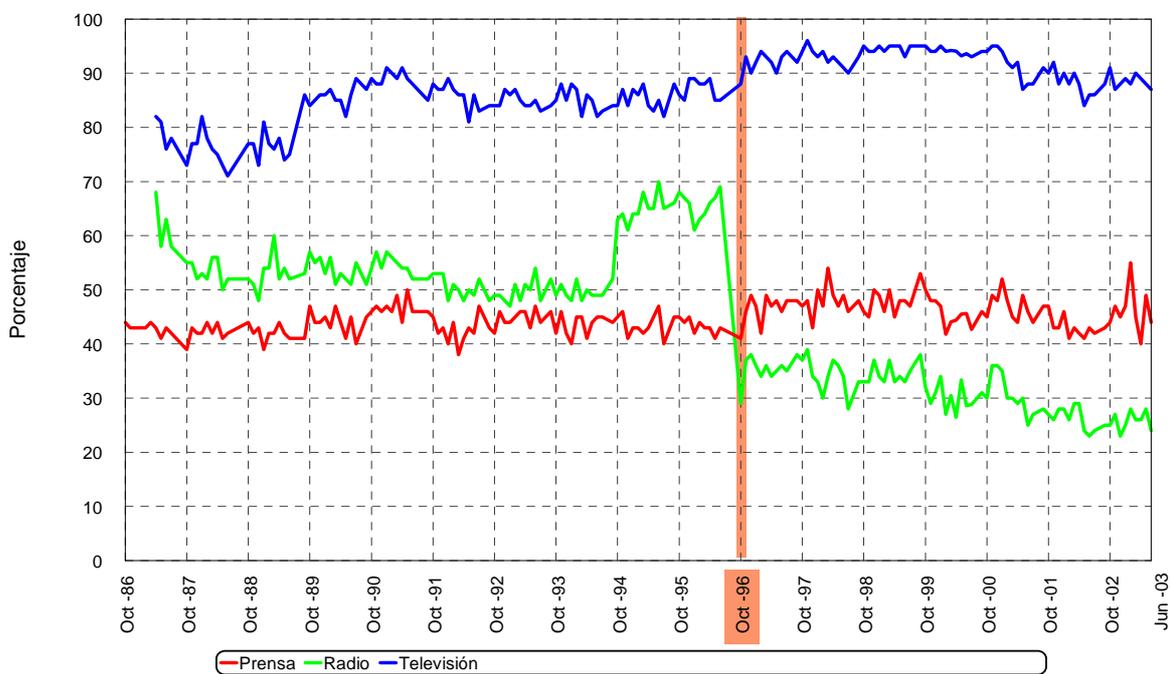
JUNIO 2003	Más favorable al PSOE	Más bien neutro	Más favorable al PP	Más favorable a otros partidos	NS/NC
Canales de TV					
TVE 1	1%	14	53	*	32
Antena 3	3%	25	32	1	39
Tele 5	15%	38	6	1	40
Canal Plus	8%	31	4	3	54
Canal Autonómico	9%	21	14	13	43
Cadenas de Radio					
RNE	*%	10	33	*	57
La SER	15%	18	4	1	61
COPE	2%	14	20	1	63
Onda Cero	2%	14	16	2	68
Periódicos					
ABC	*%	6	38	*	55
El País	22%	15	3	3	57
El Mundo	2%	13	22	3	59

Cuadro 5.5.3

Índice del tratamiento informativo que los Medios de Comunicación ofrecen respecto a los dos principales partidos.

JUNIO 2003	Total	CADENAS DE TV					CADENAS DE RADIO				PERIODICOS		
		TVE1	A3	Tele 5	Canal Plus	Canales Autonomicos	RNE	SER	COPE	Onda Cero	ABC	El País	El Mundo
TOTAL	(1215)	48	71	109	104	95	67	111	82	86	62	119	80
Edad:													
18 a 29 años	(281)	44	67	113	107	93	64	110	80	85	59	119	75
30 a 49 años	(446)	38	66	109	104	95	61	112	78	82	54	124	76
50 a 64 años	(236)	51	73	106	105	96	69	112	85	88	62	119	81
65 y más años	(253)	65	83	109	102	96	79	107	89	93	79	110	91
Posición Social:													
Baja	(453)	64	82	107	103	97	77	108	88	91	76	111	89
Media	(585)	41	66	109	104	94	64	109	82	85	59	120	77
Alta	(177)	30	61	115	110	93	51	123	66	75	39	138	66
Ideología:													
Izquierda	(508)	29	58	110	103	92	56	113	74	78	52	121	72
Centro	(248)	54	77	110	106	93	66	114	86	87	58	123	80
Derecha	(236)	63	84	115	108	100	76	113	86	95	70	123	84
Hábitat de Residencia:													
Rural	(281)	52	75	107	106	95	69	112	80	86	63	117	80
Urbano	(611)	49	72	109	103	98	66	112	84	85	64	118	80
Metropolitano	(323)	43	66	112	105	90	67	106	80	87	58	124	78
Educación del entrevistado:													
Baja	(422)	64	82	104	101	97	80	107	90	94	79	110	87
Media	(646)	41	67	110	106	95	61	111	81	83	55	120	77
Alta	(142)	31	59	119	109	94	56	122	65	77	43	142	70
Status Socioeconómico Familiar:													
Alto, Medio alto	(472)	40	67	115	108	94	58	116	74	83	51	129	72
Medio	(544)	51	72	106	102	94	72	108	86	87	69	115	83
Medio Bajo/Bajo	(199)	58	77	104	102	100	75	106	92	90	71	109	90
Clientes de:													
Bancos	(352)	44	71	110	105	99	63	112	82	87	60	120	76
Cajas	(869)	48	70	110	105	95	66	111	81	84	61	121	79
Exposición a la Información:													
Alta	(161)	45	65	122	112	97	58	126	66	77	49	130	74
Media	(461)	39	61	110	104	92	60	109	78	81	52	125	74
Baja	(479)	53	78	106	104	95	72	109	88	91	72	114	84

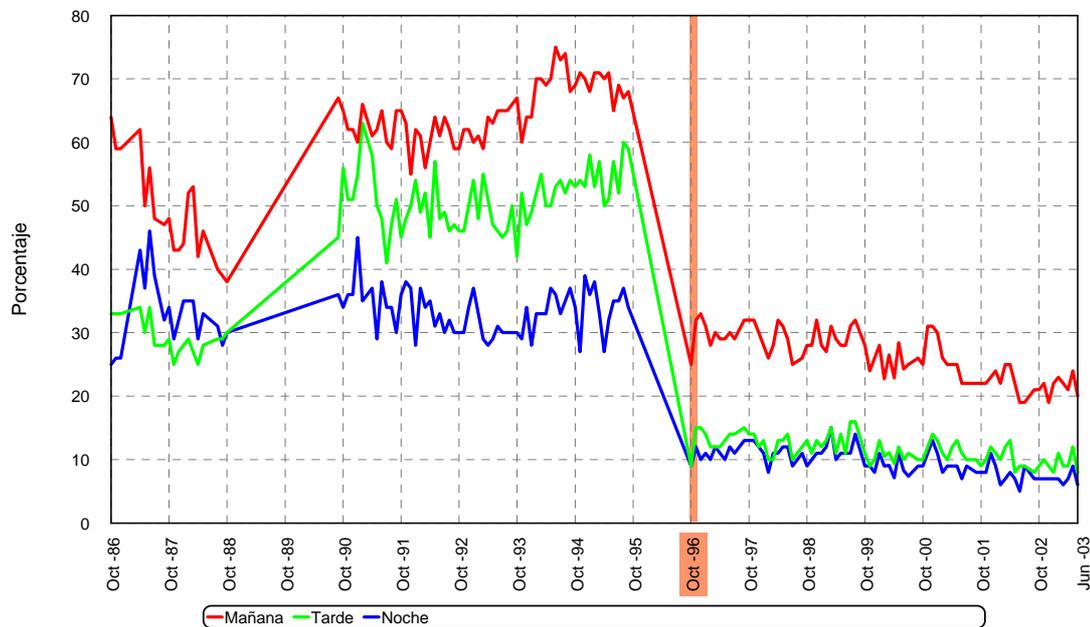
AUDIENCIA DE MEDIOS INFORMATIVOS



En X- 96 se ha modificado la pregunta para especificar audiencia el día anterior a la entrevista

Fuente: Banco de Datos ASEP

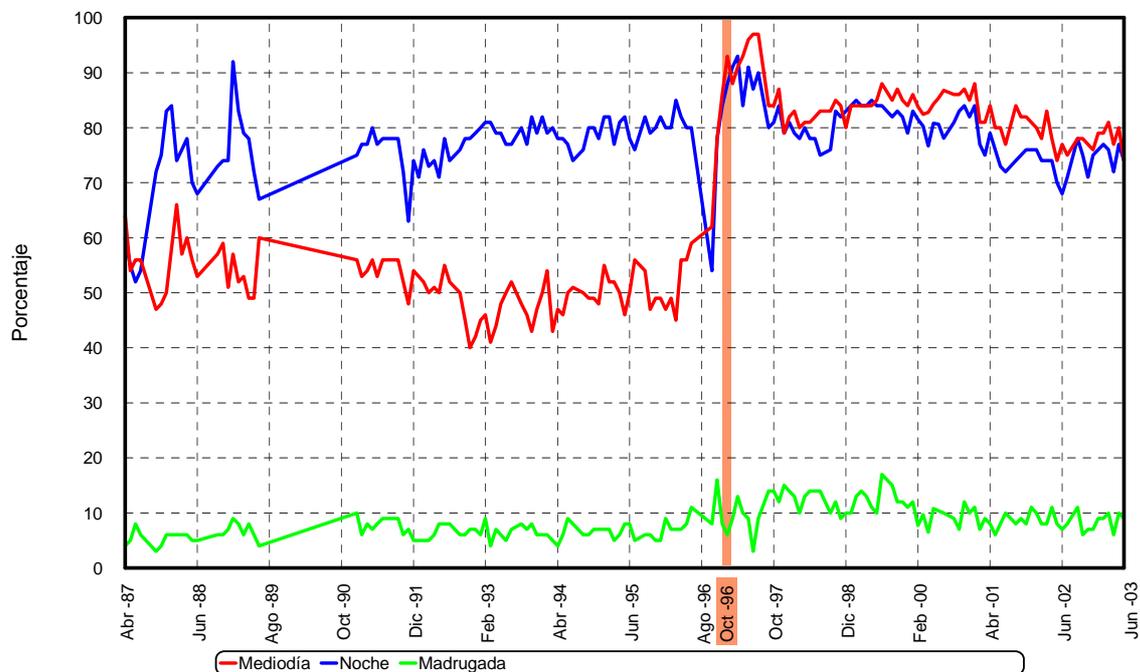
AUDIENCIA DE PROGRAMAS DE RADIO: INFORMATIVOS Y MAGAZINES



En X- 96 se ha modificado la pregunta para especificar audiencia el día anterior a la entrevista

Fuente: Banco de Datos ASEP

AUDIENCIA DE PROGRAMAS INFORMATIVOS DE TELEVISIÓN



En X- 96 se ha modificado la pregunta para especificar audiencia el día anterior a la entrevista

Fuente: Banco de Datos ASEP

6. LA ACTUALIDAD

6. La Actualidad

Las preguntas de este mes de junio se han centrado principalmente en las elecciones municipales y autonómicas, que habían tenido lugar solo unos días antes de que se iniciase el trabajo de campo, pero se ha preguntado también por algunas otras cuestiones relativas a actuaciones recientes del Gobierno de la Nación.

6.1. ELECCIONES MUNICIPALES Y AUTONÓMICAS

Ya se han comentado antes los resultados de las elecciones municipales y autonómicas, y se han comparado con los pronósticos elaborados por ASEP en sus “Flashes” de mayo. De igual manera que los pronósticos han sido totalmente confirmados por los resultados, los datos post-electorales se ajustan en gran medida a los resultados.

En efecto, al preguntar a los entrevistados por el partido votado en las elecciones municipales, un 28% afirman haber votado al PSOE y un 22% al PP. Evidentemente, aunque es cierto que el PSOE ha obtenido en el conjunto de España más votos que el PP, la diferencia no ha sido de seis puntos porcentuales, sino solo de tres décimas porcentuales. Resulta curioso comprobar que el recuerdo de voto al PP en las elecciones municipales, según esta investigación, es del 22%, cuando el resultado real fue del 23%. Sin embargo, el recuerdo de voto hacia el PSOE es cinco puntos superior (28%) al voto realmente obtenido (23% del total de electores). Por otra parte, el voto recordado para IU (4%) coincide plenamente con el resultado y con la previsión de ASEP en el sondeo de mayo. Finalmente, si a la proporción que afirma no haber votado en las elecciones municipales (20%) se le suma la proporción de los que no contestan lo que votaron (12%), la proporción resultante (32%) es prácticamente idéntica a la abstención real en las elecciones municipales (33%).

Como es lógico esperar las variables que más discriminan el voto al PP son la ideología y el recuerdo de voto en las últimas Elecciones Generales de 2000.

Por otra parte, algo menos de dos tercios de los entrevistados afirman votar siempre, y un 12% adicional afirma haber tomado la decisión de votar antes de que se convocasen las elecciones. Solo un 5% de los entrevistados tomaron la decisión de votar durante las dos semanas anteriores al 25 de mayo: un 2% durante la campaña oficial, otro 1% el día de reflexión, y otro 2% el mismo día de las elecciones. Y un 20% dice que no vota nunca. Todos estos datos son muy similares a los obtenidos después de las elecciones generales de 1993, de las generales de 1996 y de las europeas de 1999.

Los mayores de 65 años, los de posición social baja, los de izquierda, los residentes en hábitat rural y los que votan a IU, PSOE y PP son los que dicen en mayor medida que siempre votan. Además los que no votaron en las Elecciones Generales de 2000 son los que tampoco votaron en las pasadas elecciones del 25 de mayo.

En cuanto a las razones ofrecidas por los que dicen no haber votado para no haberlo hecho, algo más de uno de cada cuatro alegan que estaban enfermos o estaban de viaje, y algo menos de uno de cada cuatro indican que no les interesa la política, además de un 16% que dicen que no les gustaba ninguno de los que se presentaban. Ninguna otra razón es mencionada por más de un 10% de los entrevistados.

Coherentemente con los datos antes mencionados respecto al partido votado en las elecciones municipales, un 23% de los entrevistados afirma que de las dos campañas electorales, la del PP les ha parecido mejor preparada y ejecutada, frente a un 28% que opina lo mismo sobre la campaña del PSOE.

Los entrevistados de derecha, los votantes del PP y los satisfechos con el Gobierno y con la Democracia son los que opinan que la campaña electoral mejor preparada y ejecutada es la del PP, mientras que los entrevistados de izquierda, los votantes del PSOE y los insatisfechos con el Gobierno son los que piensan que la campaña mejor preparada y ejecutada es la del PSOE: Los votantes de IU y de partidos nacionalistas de izquierda creen que ninguna de las dos campañas ha sido buena.

Los resultados electorales han justificado algunas otras cuestiones que se han planteado a los entrevistados para que indicaran en qué medida estaban o no de acuerdo con ellas. Así, se ha observado un alto grado de acuerdo con la afirmación de que "los resultados electorales demuestran que el PP y el PSOE están muy igualados" (el 62% están de acuerdo con esa afirmación), y con la afirmación de que "Rodríguez Zapatero se ha consolidado como líder del PSOE para las elecciones del 2004" (58% están de acuerdo).

Se observa un alto grado de controversia en relación con la afirmación de que "el PSOE no es un partido integrado, pues en cada Comunidad Autónoma dice cosas diferentes", de manera que un 31% de los entrevistados están de acuerdo y un 39% en desacuerdo, de manera que predominan solo muy levemente estos últimos.

Sin embargo, la mayoría de los entrevistados se muestran en desacuerdo con las restantes afirmaciones, que ordenadas desde la que suscita menor desacuerdo hasta la que suscita mayor desacuerdo son las siguientes: "el resultado de las elecciones justifica a Aznar para nombrar sucesor, en lugar de que lo nombre el partido" (40% en desacuerdo), "teniendo en cuenta el resultado de las elecciones, Aznar debería

presentarse como candidato del PP en las elecciones del 2004” (50% en desacuerdo), y “los resultados de las elecciones demuestran que la mayoría de los españoles están de acuerdo en que el Gobierno haya respaldado la guerra en Irak” (57% en desacuerdo).

La unanimidad es total en todos los segmentos sociales en cuanto a la opinión de que Rodríguez Zapatero se ha consolidado como líder del PSOE para las elecciones del 2004 y los resultados electorales demuestran que el PP y el PSOE están muy igualados. Respecto a que Aznar debería presentarse como candidato en las elecciones del 2004, sólo los entrevistados de derecha, los satisfechos con el Gobierno y los votantes del PP están de acuerdo, lo mismo sucede con la opinión respecto a que el resultado de las elecciones justifica a Aznar para nombrar sucesor. Los de derecha y los votantes del PP están de acuerdo con la frase que dice que la mayoría de los españoles están de acuerdo con que el Gobierno haya respaldado la guerra en Irak. Por otra parte, los entrevistados de derecha y los votantes del PP son los únicos grupos sociales que están de acuerdo con todas las frases.

Cuadro 6.1.1.

Partido al que votó en las elecciones municipales del 25 de mayo,
por Características Socioeconómicas.

JUNIO 2003	Total	PP	PSOE	IU	Partidos nacionalistas de derecha	Partidos nacionalistas de izquierda	Otro	No votó	Ns/Nc
Total	(1215)	22%	28	4	6	3	4	20	12
<u>Edad:</u>									
18 a 29 años	(281)	14%	25	4	4	4	6	31	10
30 a 49 años	(446)	17%	29	5	7	4	5	21	13
50 a 64 años	(236)	27%	30	7	6	1	2	14	13
65 y más años	(253)	36%	29	2	8	*	1	11	14
<u>Posición Social</u>									
Baja	(453)	27%	31	3	7	2	2	17	13
Media	(585)	20%	27	5	6	3	4	21	12
Alta	(177)	17%	25	4	6	5	8	23	12
<u>Ideología</u>									
Izquierda	(508)	2%	52	9	5	6	5	14	7
Centro	(248)	23%	16	1	12	*	4	27	16
Derecha	(236)	74%	3	1	6	-	3	8	4
<u>Status Socioeconómico Familiar</u>									
Alto, Medio alto	(472)	24%	27	5	5	5	5	20	10
Medio	(544)	22%	28	4	7	2	3	19	14
Medio Bajo/Bajo	(199)	19%	31	3	8	1	2	20	16
<u>Cientes de</u>									
Bancos	(352)	25%	31	4	6	1	4	19	9
Cajas	(869)	23%	28	4	7	4	4	19	11
<u>Hábitat:</u>									
Rural	(281)	24%	28	5	8	4	2	14	14
Urbano	(611)	21%	28	4	7	3	4	20	12
Metropolitano	(323)	23%	28	4	3	2	4	24	11
<u>Exposición a la Información:</u>									
Alta	(161)	26%	30	6	6	3	3	16	10
Media	(461)	23%	25	5	8	5	6	15	13
Baja	(479)	22%	29	4	5	2	2	23	12
Ninguna	(114)	14%	32	2	4	-	2	31	16
<u>Nacionalismo</u>									
Más nacionalista	(209)	12%	18	2	19	9	8	17	16
Tan nac. como esp	(694)	23%	33	4	4	2	3	20	10
Más español	(281)	29%	26	5	3	-	3	18	16
<u>Satisfacción con el Gobierno</u>									
Satisfechos	(457)	48%	15	2	5	-	2	15	11
Indiferentes	(201)	18%	14	2	7	6	4	32	16
Insatisfechos	(542)	3%	45	7	7	4	5	19	11
<u>Satisfacción con la Democracia</u>									
Satisfechos	(709)	31%	27	4	5	1	3	17	11
Indiferentes	(220)	14%	22	3	8	4	2	28	20
Insatisfechos	(272)	7%	36	7	8	6	7	20	9
<u>Recuerdo de Voto Elecciones Generales 2000</u>									
PP	(305)	77%	5	1	3	-	2	7	4
PSOE	(342)	3%	81	1	2	1	1	9	2
IU	(49)	2%	10	71	2	4	2	4	4
Nacion.derecha	(62)	5%	3	-	69	5	2	8	8
Nacion.izquierda	(33)	3%	3	-	-	63	19	6	6
Otros, en blanco	(36)	-%	8	-	8	3	37	19	25
No votó	(231)	7%	13	3	4	2	5	62	5
No sabe	(37)	11%	6	5	8	3	8	27	32
No contesta	(118)	1%	4	1	2	1	-	15	76

Cuadro 6.1.2.

Partido al que votó en las elecciones autonómicas del 25 de mayo,
por Características Socioeconómicas.

JUNIO 2003	Base: Hay elecciones	PP	PSOE	IU	Partidos nacionalistas de derecha	Partidos nacionalistas de izquierda	Otro	No votó	Ns/Nc
Total	(655)	28%	30	3	3	*	3	19	14
<u>Edad:</u>									
18 a 29 años	(151)	21%	27	3	3	1	6	30	10
30 a 49 años	(237)	20%	32	4	3	-	4	20	17
50 a 64 años	(126)	32%	34	6	2	-	2	12	13
65 y más años	(140)	44%	28	-	2	-	1	11	14
<u>Posición Social</u>									
Baja	(234)	35%	30	1	3	*	2	15	13
Media	(316)	26%	31	4	2	-	2	20	16
Alta	(105)	18%	30	5	4	-	7	26	10
<u>Ideología</u>									
Izquierda	(238)	3%	60	8	2	*	3	15	8
Centro	(155)	31%	17	-	2	-	4	26	20
Derecha	(146)	77%	5	1	3	-	3	7	5
<u>Status Socioeconómico Familiar</u>									
Alto, Medio alto	(275)	28%	33	4	3	*	3	18	10
Medio	(279)	27%	29	3	2	-	3	19	17
Medio Bajo/Bajo	(101)	31%	25	2	4	-	2	20	16
<u>Clientes de</u>									
Bancos	(202)	27%	34	4	3	-	3	18	10
Cajas	(446)	30%	31	3	2	*	3	19	12
<u>Hábitat:</u>									
Rural	(142)	32%	34	2	3	-	1	9	19
Urbano	(317)	27%	29	3	3	*	3	20	16
Metropolitano	(195)	27%	30	5	2	-	5	25	7
<u>Exposición a la Información:</u>									
Alta	(91)	31%	35	3	2	-	2	16	10
Media	(234)	30%	28	4	3	*	4	14	16
Baja	(268)	27%	32	3	2	-	2	22	12
Ninguna	(63)	21%	21	-	5	-	3	30	21
<u>Nacionalismo</u>									
Más nacionalista	(88)	22%	23	1	14	1	9	17	13
Tan nac. como esp	(335)	29%	36	3	1	-	2	18	11
Más español	(215)	30%	26	4	1	-	2	17	19
<u>Satisfacción con el Gobierno</u>									
Satisfechos	(304)	52%	15	2	3	-	1	12	15
Indiferentes	(99)	19%	21	2	3	-	3	37	15
Insatisfechos	(242)	2%	54	5	2	*	6	19	11
<u>Satisfacción con la Democracia</u>									
Satisfechos	(455)	35%	29	3	2	*	2	16	13
Indiferentes	(92)	16%	21	4	2	-	3	30	23
Insatisfechos	(98)	11%	43	3	4	-	10	19	10
<u>Recuerdo de Voto Elecciones Generales 2000</u>									
PP	(195)	80%	6	*	2	-	1	6	6
PSOE	(184)	1%	86	1	1	-	1	8	2
IU	(23)	-%	9	73	-	-	5	4	9
Nacion.derecha	(9)	11%	10	-	78	-	-	-	-
Nacion.izquierda	(2)	-%	-	-	-	51	-	49	-
Otros, en blanco	(21)	-%	5	-	14	-	43	19	19
No votó	(136)	14%	14	1	-	-	3	62	6
No sabe	(18)	22%	11	-	6	-	6	28	28
No contesta	(65)	1%	6	-	2	-	-	3	88

Cuadro 6.1.3.

Momento en que decidió votar en las elecciones del 25 de mayo.

	VI-93 (1.219) %	III-96 (1.212) %	IV-96 (1.220) %	VII-99 (1.198) %	VI-03 (1.215) %
Total					
- Siempre voto	67	71	65	59	61
- Antes de convocarse las elecciones	10	10	10	13	12
- Después de convocarse las elecciones y antes de iniciarse la campaña oficial	5	2	2	2	1
- Durante la campaña electoral oficial	1	3	2	4	2
- El día antes de las elecciones (día de reflexión)	1	1	1	1	1
- El mismo día de las elecciones	3	4	3	4	2
- No votó/No vota nunca	12	9	15	16	20
- Ns/Nc	2	1	1	1	2

Cuadro 6.1.4.

Momento en que decidió votar en las elecciones del 25 de mayo,
por Características Socioeconómicas.

JUNIO 2003	Total	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	No votó/No vota	
								nunca	Ns/Nc
Total	(1215)	61%	12	1	2	1	2	20	2
<u>Edad:</u>									
18 a 29 años	(281)	40%	16	2	4	1	2	32	3
30 a 49 años	(446)	62%	11	*	2	1	1	21	2
50 a 64 años	(236)	68%	12	2	2	*	1	13	2
65 y más años	(253)	75%	10	*	1	*	1	11	2
<u>Posición Social</u>									
Baja	(453)	70%	10	*	1	*	1	17	2
Media	(585)	54%	15	1	3	1	2	21	3
Alta	(177)	59%	8	1	4	1	3	23	1
<u>Ideología</u>									
Izquierda	(508)	67%	15	*	2	*	1	14	1
Centro	(248)	45%	17	2	3	2	3	28	1
Derecha	(236)	75%	9	3	3	1	1	8	1
<u>Status Socioeconómico Familiar</u>									
Alto, Medio alto	(472)	55%	15	2	3	1	3	21	1
Medio	(544)	63%	11	1	2	1	*	19	3
Medio Bajo/Bajo	(199)	67%	9	1	2	1	1	19	2
<u>Clientes de</u>									
Bancos	(352)	61%	10	2	4	*	3	19	2
Cajas	(869)	62%	13	1	2	*	1	19	2
<u>Hábitat:</u>									
Rural	(281)	70%	11	*	2	*	1	14	1
Urbano	(611)	59%	13	1	2	1	2	20	3
Metropolitano	(323)	55%	11	2	3	1	1	25	2
<u>Exposición a la Información:</u>									
Alta	(161)	57%	16	1	3	1	2	17	4
Media	(461)	63%	14	1	3	*	1	14	2
Baja	(479)	60%	11	1	1	1	1	24	1
Ninguna	(114)	60%	4	-	1	-	2	30	3
<u>Nacionalismo</u>									
Más nacionalista	(209)	63%	12	2	1	*	2	16	3
Tan nac. como esp	(694)	60%	13	1	2	1	1	20	2
Más español	(281)	62%	11	2	3	1	1	18	2
<u>Satisfacción con el Gobierno</u>									
Satisfechos	(457)	67%	9	1	2	1	2	16	2
Indiferentes	(201)	48%	10	1	3	-	3	32	3
Insatisfechos	(542)	61%	15	1	2	1	1	18	2
<u>Satisfacción con la Democracia</u>									
Satisfechos	(709)	66%	10	1	2	1	2	17	2
Indiferentes	(220)	53%	10	*	2	-	1	27	5
Insatisfechos	(272)	54%	20	1	3	-	1	20	1
<u>Recuerdo de Voto Elecciones Generales 2000</u>									
PP	(305)	76%	9	2	3	1	1	8	*
PSOE	(342)	75%	12	1	2	-	1	9	1
IU	(49)	88%	8	-	-	-	-	4	-
Nacion.derecha	(62)	56%	28	-	2	2	2	8	3
Nacion.izquierda	(33)	70%	24	-	-	-	-	6	-
Otros, en blanco	(36)	64%	11	-	3	3	-	16	3
No votó	(231)	14%	15	1	3	1	2	63	1
No sabe	(37)	59%	6	3	3	-	-	27	3
No contesta	(118)	62%	5	1	1	-	3	14	13

- 1) Siempre voto
- 2) Antes de convocarse las elecciones
- 3) Después de convocarse las elecciones y antes de iniciarse la campaña oficial
- 4) Durante la campaña electoral oficial
- 5) El día antes de las elecciones (día de reflexión)
- 6) El mismo día de las elecciones

Cuadro 6.1.5.

Motivo por el que no votó en las elecciones del 25 de mayo.

	III-96	VII-99	VI-03
Base: No votó en las pasadas elecciones	(122)	(198)	(215)
	%	%	%
- No creo en las elecciones	4	10	9
- No me gustaba ninguno de los que se presentaban	7	15	16
- Mi voto no sirve para nada	7	5	4
- No pude ir a votar (viaje, enfermedad, etc.)	27	23	28
- No me interesa la política	22	21	22
- No pude votar por no estar en el censo	6	3	4
- Me han decepcionado los partidos	15	15	9
- No me llegó el voto por correo	-	-	2
- Ns	7	2	2
- Nc	6	5	4

Cuadro 6.1.6.

Motivo por el que no votó en las elecciones del 25 de mayo,
por Características Socioeconómicas.

JUNIO 2003	Base: No										
	votaron	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	NS	NC
Total	(215)	9%	16	4	28	22	4	9	2	2	4
<u>Edad:</u>											
18 a 29 años	(81)	7%	16	2	26	28	6	4	4	2	5
30 a 49 años	(84)	10%	18	7	26	19	5	11	-	1	4
50 a 64 años	(29)	17%	17	-	21	14	-	17	3	3	7
65 y más años	(21)	5%	5	-	57	19	5	10	-	-	-
<u>Posición Social</u>											
Baja	(65)	12%	8	3	29	26	6	9	2	1	4
Media	(113)	10%	16	5	28	25	4	5	3	1	3
Alta	(38)	3%	32	-	27	5	3	20	-	6	5
<u>Ideología</u>											
Izquierda	(66)	6%	13	7	39	18	3	8	2	-	4
Centro	(64)	6%	14	1	27	24	6	13	3	1	5
Derecha	(16)	7%	12	-	56	13	6	-	-	6	-
<u>Status Socioeconómico Familiar</u>											
Alto, Medio alto	(89)	7%	18	3	31	23	4	3	3	2	4
Medio	(93)	12%	18	5	24	22	3	13	1	-	2
Medio Bajo/Bajo	(34)	8%	6	-	33	18	9	12	-	6	9
<u>Clientes de</u>											
Bancos	(62)	5%	18	5	29	17	3	8	3	5	8
Cajas	(153)	10%	14	4	29	24	4	9	1	1	2
<u>Hábitat:</u>											
Rural	(31)	9%	13	3	19	38	6	3	-	-	9
Urbano	(112)	11%	13	3	29	22	3	11	2	3	3
Metropolitano	(72)	7%	22	4	30	15	7	9	3	1	3
<u>Exposición a la Información:</u>											
Alta	(23)	12%	14	4	36	9	8	13	-	-	4
Media	(60)	8%	18	3	23	24	8	7	3	2	3
Baja	(99)	9%	18	3	30	19	2	10	2	3	4
Ninguna	(33)	9%	8	6	26	35	3	6	-	-	6
<u>Nacionalismo</u>											
Más nacionalista	(30)	16%	16	6	26	10	3	7	3	7	7
Tan nac. como esp	(127)	8%	16	4	28	28	4	9	1	1	2
Más español	(43)	11%	13	2	28	16	5	12	4	2	7
<u>Satisfacción con el Gobierno</u>											
Satisfechos	(61)	3%	13	-	44	19	5	5	2	3	6
Indiferentes	(62)	11%	18	3	30	25	5	3	-	2	3
Insatisfechos	(88)	12%	18	6	17	22	3	15	3	1	2
<u>Satisfacción con la Democracia</u>											
Satisfechos	(112)	4%	18	4	38	18	4	7	3	2	3
Indiferentes	(53)	13%	11	4	21	28	9	6	-	2	7
Insatisfechos	(47)	17%	13	4	17	23	-	17	2	2	4
<u>Recuerdo de Voto Elecciones Generales</u>											
<u>2000</u>											
PP	(19)	5%	16	-	53	21	-	-	-	-	5
PSOE	(26)	-%	16	7	42	23	-	4	4	4	-
IU	(2)	-%	51	-	49	-	-	-	-	-	-
Nacion.derecha	(4)	-%	24	-	51	24	-	-	-	-	-
Nacion.izquierda	(2)	-%	-	-	52	-	-	-	-	-	48
Otros, en blanco	(6)	16%	33	-	18	-	-	17	17	-	-
No votó	(133)	11%	16	3	21	26	7	10	1	1	4
No sabe	(9)	22%	11	-	35	-	11	-	-	10	11
No contesta	(14)	7%	8	14	22	13	-	29	-	-	7

- 1) No creo en las elecciones
- 2) No me gustaba ninguno de los que se presentaban
- 3) Mi voto no sirve para nada
- 4) No pude ir a votar (viaje, enfermedad, etc.)
- 5) No me interesa la política
- 6) No pude votar por no estar en el censo
- 7) Me han decepcionado los partidos
- 8) No me llegó el voto por correo

Cuadro 6.1.7.

Campaña electoral mejor preparada y ejecutada,
por Características Socioeconómicas.

JUNIO 2003	Total	La del PP	La del PSOE	Ninguna de las dos	Ns/Nc
Total	(1215)	23%	28	26	22
<u>Edad:</u>					
18 a 29 años	(281)	18%	31	32	19
30 a 49 años	(446)	21%	28	30	22
50 a 64 años	(236)	26%	30	22	22
65 y más años	(253)	28%	25	18	28
<u>Posición Social</u>					
Baja	(453)	23%	27	23	28
Media	(585)	23%	29	27	21
Alta	(177)	21%	31	33	15
<u>Ideología</u>					
Izquierda	(508)	7%	49	26	19
Centro	(248)	31%	19	27	23
Derecha	(236)	59%	6	18	18
<u>Status Socioeconómico Familiar</u>					
Alto, Medio alto	(472)	25%	31	25	18
Medio	(544)	22%	25	29	24
Medio Bajo/Bajo	(199)	19%	29	24	27
<u>Clientes de</u>					
Bancos	(352)	22%	33	22	23
Cajas	(869)	24%	28	27	21
<u>Hábitat:</u>					
Rural	(281)	22%	25	28	25
Urbano	(611)	23%	32	25	21
Metropolitano	(323)	23%	24	29	24
<u>Exposición a la Información:</u>					
Alta	(161)	27%	30	23	21
Media	(461)	24%	27	32	18
Baja	(479)	21%	29	23	26
Ninguna	(114)	17%	29	25	29
<u>Nacionalismo</u>					
Más nacionalista	(209)	18%	25	35	23
Tan nac. como esp	(694)	22%	33	24	21
Más español	(281)	30%	20	25	25
<u>Satisfacción con el Gobierno</u>					
Satisfechos	(457)	46%	13	15	26
Indiferentes	(201)	12%	19	41	27
Insatisfechos	(542)	7%	44	31	18
<u>Satisfacción con la Democracia</u>					
Satisfechos	(709)	29%	26	22	23
Indiferentes	(220)	12%	29	35	24
Insatisfechos	(272)	14%	35	33	18
<u>Recuerdo de Voto Elecciones Generales 2000</u>					
PP	(305)	60%	4	15	21
PSOE	(342)	6%	63	11	19
IU	(49)	8%	21	53	18
Nacion.derecha	(62)	13%	28	41	18
Nacion.izquierda	(33)	15%	12	64	9
Otros, en blanco	(36)	11%	11	50	28
No votó	(231)	16%	25	38	21
No sabe	(37)	8%	16	27	49
No contesta	(118)	8%	15	41	36

Cuadro 6.1.8.

Grado de acuerdo con las siguientes afirmaciones.

JUNIO 2003	Muy de acuerdo	De acuerdo	No se, no tengo información	En desacuerdo	Muy en desacuerdo	NS/ NC	INDICE
Teniendo en cuenta el resultado de las elecciones, Aznar debería presentarse como candidato del PP en las elecciones del 2004	6%	21	15	32	18	9	77
El PSOE no es un partido integrado, pues en cada Comunidad Autónoma dice cosas diferentes	3%	28	20	28	11	9	93
Los resultados de las elecciones demuestran que la mayoría de los españoles están de acuerdo con que el Gobierno haya respaldado la guerra en Irak	2%	18	16	35	22	7	64
Rodríguez Zapatero se ha consolidado como líder del PSOE para las elecciones del 2004	12%	46	16	18	1	8	139
El resultado de las elecciones justifica a Aznar para nombrar sucesor, en lugar de que lo nombre el partido	2%	23	24	30	10	10	85
Los resultados electorales demuestran que el PP y el PSOE están muy igualados	9%	53	13	17	1	6	144

Cuadro 6.1.9.
Grado de acuerdo con las siguientes afirmaciones,
por Características Socioeconómicas.

JUNIO 2003	Total	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
Total	(1215)	77	93	64	139	85	144
<u>Edad:</u>							
18 a 29 años	(281)	78	88	64	142	81	146
30 a 49 años	(446)	65	91	52	139	72	143
50 a 64 años	(236)	73	97	70	131	99	140
65 y más años	(253)	100	98	78	143	100	149
<u>Posición Social</u>							
Baja	(453)	88	93	74	139	92	143
Media	(585)	72	91	60	141	86	144
Alta	(177)	64	98	48	131	66	151
<u>Ideología</u>							
Izquierda	(508)	33	54	34	162	60	155
Centro	(248)	99	113	70	129	109	155
Derecha	(236)	138	142	117	115	112	120
<u>Status Socioeconómico Familiar</u>							
Alto, Medio alto	(472)	72	92	62	142	82	144
Medio	(544)	79	94	65	138	85	145
Medio Bajo/Bajo	(199)	83	92	63	136	94	143
<u>Clientes de</u>							
Bancos	(352)	72	88	63	141	81	146
Cajas	(869)	77	95	66	137	86	144
<u>Hábitat:</u>							
Rural	(281)	72	97	68	129	82	135
Urbano	(611)	82	89	69	141	86	144
Metropolitano	(323)	71	96	50	145	86	153
<u>Exposición a la Información:</u>							
Alta	(161)	74	98	69	145	80	142
Media	(461)	74	94	55	136	83	142
Baja	(479)	81	92	70	139	90	150
Ninguna	(114)	77	85	65	143	83	132
<u>Nacionalismo</u>							
Más nacionalista	(209)	71	99	52	141	75	134
Tan nac. como esp	(694)	75	86	70	139	83	145
Más español	(281)	88	104	60	137	99	150
<u>Satisfacción con el Gobierno</u>							
Satisfechos	(457)	125	128	94	129	119	134
Indiferentes	(201)	86	93	66	124	80	135
Insatisfechos	(542)	33	63	36	154	58	158
<u>Satisfacción con la Democracia</u>							
Satisfechos	(709)	91	101	74	139	98	147
Indiferentes	(220)	73	95	62	135	76	132
Insatisfechos	(272)	44	69	38	142	60	149
<u>Recuerdo de Voto Elecciones Generales 2000</u>							
PP	(305)	138	137	107	121	126	129
PSOE	(342)	35	45	40	174	68	157
IU	(49)	40	70	33	157	61	170
Nacion.derecha	(62)	69	112	54	131	72	141
Nacion.izquierda	(33)	18	96	26	112	24	134
Otros, en blanco	(36)	89	105	41	114	67	130
No votó	(231)	73	93	65	126	80	151
No sabe	(37)	87	110	59	128	87	147
No contesta	(118)	80	106	56	125	79	130

- 1) Teniendo en cuenta el resultado de las elecciones, Aznar debería presentarse como candidato del PP en las elecciones del 2004
- 2) El PSOE no es un partido integrado, pues en cada Comunidad Autónoma dice cosas diferentes
- 3) Los resultados de las elecciones demuestran que la mayoría de los españoles están de acuerdo con que el Gobierno haya respaldado la guerra en Irak
- 4) Rodríguez Zapatero se ha consolidado como líder del PSOE para las elecciones del 2004
- 5) El resultado de las elecciones justifica a Aznar para nombrar sucesor, en lugar de que lo nombre el partido
- 6) Los resultados electorales demuestran que el PP y el PSOE están muy igualados

6.2. ACTUACIONES DEL GOBIERNO

Se ha vuelto a preguntar este mes por algunas actuaciones recientes del Gobierno de la Nación, como en mayo y abril, pero eliminando algunas cuestiones que ya no parecen recibir mucha atención en los medios de comunicación y en la opinión pública, y añadiendo algunas otras que han surgido más recientemente.

Así, comenzando por las cuestiones ya incluidas en sondeos anteriores, se puede comprobar un claro e intenso grado de acuerdo (de más a menos) en relación con la ilegalización de Batasuna, la lucha antiterrorista, la defensa de la unidad de España y la lucha contra la corrupción. El grado de acuerdo con estas cuatro actuaciones del Gobierno ha sido alto en estos tres meses, pero además ha aumentado continuamente desde abril a junio también en los cuatro casos. De manera similar, el desacuerdo con la posición del Gobierno en relación con la guerra de Irak es muy alto(74%) y se ha mantenido prácticamente igual en los tres meses, sin que se haya observado una disminución en el desacuerdo ni siquiera ahora en junio, después de conocidos los resultados de las elecciones municipales y autonómicas, y a pesar de que muchos otros indicadores relativos a la evaluación del Gobierno y de sus políticas mejoraron significativamente ya antes de las elecciones y han vuelto a mejorar algo ahora en junio, después de las elecciones. Ello parece sugerir, como ya se ha indicado en otras ocasiones, que el electorado mantiene su rechazo a la posición que adoptó el Gobierno en relación con la guerra de Irak, pero su rechazo a esa política no impide a los mismos electores respaldar con creciente intensidad las políticas del Gobierno para luchar contra el terrorismo nacional.

En cuanto a las actuaciones nuevas incluidas este mes, se observa un fuerte apoyo a la posición de España en la Unión Europea, pero una opinión muy controvertida (con proporciones similares que se muestran de acuerdo y en desacuerdo) respecto a la modificación de la Ley de Inmigración y respecto al envío de tropas españolas a misiones internacionales. Es posible que la opinión respecto a esta última cuestión se haya visto afectada por el trágico accidente de transporte aéreo que costó la vida a 62 militares españoles que regresaban de Afganistán.

La mayoría de los segmentos sociales están de acuerdo con estas cuestiones excepto con la guerra de Irak. Entre los que están en desacuerdo con la mayoría de estas afirmaciones están los de izquierda, los insatisfechos con el Gobierno y con la Democracia y los votantes sobre todos a partidos nacionalistas. Sólo los votantes del PP y los entrevistados de derecha están de acuerdo con todas las actuaciones del Gobierno.

Cuadro 6.2.1.

Acuerdo con la actuación del Gobierno de la Nación en los siguientes acontecimientos.

JUNIO 2003	Muy de acuerdo	De acuerdo	No se, no tengo información	En desacuerdo	Muy en desacuerdo	NS/NC	INDICE		
							IV-03	V-03	VI-03
La posición de España en la Unión Europea	6%	47	19	19	5	4	-	-	129
La política antiterrorista	11%	49	12	20	4	3	117	123	136
La lucha contra la corrupción	8%	39	19	23	6	4	105	110	119
La ilegalización de Batasuna	19%	50	12	12	5	3	141	143	153
La guerra de Irak	2%	14	8	38	36	3	38	44	43
La defensa de la unidad de España	7%	40	24	19	6	4	105	118	122
La modificación de la Ley de Inmigración	5%	26	34	22	8	5	-	-	102
El envío de tropas españolas a misiones internacionales	7%	36	17	28	10	3	-	-	105

Cuadro 6.2.2.

Acuerdo con la actuación del Gobierno de la Nación en los siguientes acontecimientos,
por Características Socioeconómicas.

JUNIO 2003	Total	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
Total	(1215)	129	136	119	153	43	122	102	105
<u>Edad:</u>									
18 a 29 años	(281)	130	131	115	146	38	118	96	103
30 a 49 años	(446)	119	130	110	152	34	108	89	98
50 a 64 años	(236)	133	141	124	158	50	134	111	108
65 y más años	(253)	140	147	132	156	56	140	121	116
<u>Posición Social</u>									
Baja	(453)	132	143	129	158	47	133	114	105
Media	(585)	129	135	117	150	41	119	97	104
Alta	(177)	117	121	97	147	40	103	84	110
<u>Ideología</u>									
Izquierda	(508)	99	110	90	135	10	91	71	72
Centro	(248)	142	148	128	163	56	136	110	124
Derecha	(236)	180	178	173	185	102	178	156	160
<u>Status Socioeconómico Familiar</u>									
Alto, Medio alto	(472)	126	129	109	151	45	118	98	108
Medio	(544)	131	142	124	154	42	123	102	104
Medio Bajo/Bajo	(199)	127	138	125	154	41	127	107	101
<u>Cientes de</u>									
Bancos	(352)	134	142	124	162	43	124	103	113
Cajas	(869)	129	133	118	150	45	120	102	104
<u>Hábitat:</u>									
Rural	(281)	136	140	123	149	48	129	108	97
Urbano	(611)	125	135	118	154	43	120	102	107
Metropolitano	(323)	129	134	116	154	37	119	95	108
<u>Exposición a la Información:</u>									
Alta	(161)	139	150	121	160	44	121	100	129
Media	(461)	132	134	115	145	42	115	102	102
Baja	(479)	122	132	119	156	42	125	99	100
Ninguna	(114)	125	140	127	159	46	136	111	102
<u>Nacionalismo</u>									
Más nacionalista	(209)	122	103	106	122	26	91	85	95
Tan nac. como esp	(694)	123	137	116	156	44	122	103	104
Más español	(281)	150	157	137	170	51	146	112	113
<u>Satisfacción con el Gobierno</u>									
Satisfechos	(457)	170	174	160	179	83	164	143	150
Indiferentes	(201)	129	139	121	145	39	121	101	101
Insatisfechos	(542)	93	103	82	133	10	87	67	69
<u>Satisfacción con la Democracia</u>									
Satisfechos	(709)	143	156	137	171	55	144	120	120
Indiferentes	(220)	119	130	116	137	33	110	95	94
Insatisfechos	(272)	100	90	72	119	17	75	60	75
<u>Recuerdo de Voto Elecciones Generales 2000</u>									
PP	(305)	178	182	170	187	102	178	155	163
PSOE	(342)	102	124	96	152	13	105	79	75
IU	(49)	85	104	90	131	8	87	54	59
Nacion.derecha	(62)	128	104	104	95	22	77	80	87
Nacion.izquierda	(33)	77	45	51	63	-	30	39	36
Otros, en blanco	(36)	127	108	91	143	25	107	94	114
No votó	(231)	114	127	111	147	38	111	92	96
No sabe	(37)	143	157	117	152	46	120	111	122
No contesta	(118)	136	128	115	142	26	116	97	97

- 1) La posición de España en la Unión Europea
- 2) La política antiterrorista
- 3) La lucha contra la corrupción
- 4) La ilegalización de Batasuna
- 5) La guerra de Irak
- 6) La defensa de la unidad de España
- 7) La modificación de la Ley de Inmigración
- 8) El envío de tropas españolas a misiones internacionales

6.3. SEGURIDAD O LIBERTAD

Las medidas que se están adoptando en numerosos países para luchar contra el terrorismo internacional, después de los atentados del 11 de septiembre del 2001, singularmente en los Estados Unidos, están planteando la cuestión de si la reacción pudiera ser excesiva, en el sentido de que para garantizar mayores grados de seguridad se están sacrificando demasiados derechos y libertades individuales.

Para comprobar hasta qué punto el electorado es sensible a esta cuestión, se pidió a los entrevistados que indicaran con cuál de dos afirmaciones se mostraban más de acuerdo, si para luchar contra el terrorismo internacional se debe garantizar el máximo de seguridad aún a costa de renunciar a ciertos derechos y libertades individuales, o si por el contrario la garantía de los derechos y libertades individuales no deben reducirse aunque ello signifique no poder adoptar ciertas medidas contra el terrorismo. La opinión pública española parece dividida por completo en relación con esta cuestión, de manera que un 43% de los entrevistados están dispuestos a renunciar a ciertos derechos y libertades a favor de una mayor seguridad frente al terrorismo internacional, mientras que un 41% opina que no se deben reducir los derechos y libertades individuales aunque ello implique no poder adoptar ciertas medidas antiterroristas.

La distribución por grupos sociales es muy similar a la distribución de la muestra, aunque los que no tienen ninguna exposición a la información prefieren, en mayor medida, adoptar las medidas necesarias para luchar contra el terrorismo aunque signifique renunciar a ciertos derechos y libertades individuales, mientras que los votantes a partidos nacionalistas de izquierda prefieren garantizar los derechos y libertades individuales.

Cuadro 6.3.1.

Frase que se acerca más a su opinión,
por Características Socioeconómicas.

JUNIO 2003	Total	(1)	(2)	Ninguna de las dos	Otra	Ns/Nc
Total	(1215)	43%	41	7	*	9
<u>Edad:</u>						
18 a 29 años	(281)	42%	42	7	*	9
30 a 49 años	(446)	42%	45	7	-	6
50 a 64 años	(236)	43%	42	7	*	8
65 y más años	(253)	45%	33	6	1	15
<u>Posición Social</u>						
Baja	(453)	45%	35	7	*	12
Media	(585)	43%	42	6	*	8
Alta	(177)	36%	54	7	-	3
<u>Ideología</u>						
Izquierda	(508)	40%	46	6	-	8
Centro	(248)	45%	41	5	*	8
Derecha	(236)	53%	31	7	*	8
<u>Status Socioeconómico Familiar</u>						
Alto, Medio alto	(472)	44%	43	7	*	5
Medio	(544)	40%	42	7	*	11
Medio Bajo/Bajo	(199)	48%	35	5	1	12
<u>Clientes de</u>						
Bancos	(352)	49%	40	5	1	5
Cajas	(869)	40%	41	8	*	11
<u>Hábitat:</u>						
Rural	(281)	38%	38	13	-	12
Urbano	(611)	50%	38	4	*	8
Metropolitano	(323)	33%	51	7	*	8
<u>Exposición a la Información:</u>						
Alta	(161)	42%	49	6	1	2
Media	(461)	37%	48	8	*	8
Baja	(479)	43%	38	7	*	12
Ninguna	(114)	65%	21	4	1	9
<u>Nacionalismo</u>						
Más nacionalista	(209)	38%	51	4	-	7
Tan nac. como esp	(694)	48%	35	8	*	9
Más español	(281)	35%	49	5	*	10
<u>Satisfacción con el Gobierno</u>						
Satisfechos	(457)	54%	32	6	1	8
Indiferentes	(201)	33%	42	14	*	10
Insatisfechos	(542)	36%	50	5	-	9
<u>Satisfacción con la Democracia</u>						
Satisfechos	(709)	50%	36	6	-	8
Indiferentes	(220)	35%	44	10	1	10
Insatisfechos	(272)	30%	55	6	-	8
<u>Recuerdo de Voto Elecciones Generales 2000</u>						
PP	(305)	52%	31	7	1	8
PSOE	(342)	46%	42	3	-	9
IU	(49)	33%	49	12	-	6
Nacion.derecha	(62)	33%	54	6	-	7
Nacion.izquierda	(33)	9%	63	19	-	9
Otros, en blanco	(36)	44%	42	9	-	6
No votó	(231)	39%	41	10	*	9
No sabe	(37)	46%	38	-	-	16
No contesta	(118)	33%	50	6	1	10

- 1) Se deben adoptar todas las medidas necesarias para luchar contra el terrorismo, nacional y/o internacional, aunque ello signifique renunciar a ciertos derechos y libertades individuales,
- 2) La garantía de los derechos y libertades individuales no deben reducirse como consecuencia de la lucha contra el terrorismo, aunque ello signifique no poder adoptar ciertas medidas contra el terrorismo

