

**BOLETIN A.S.E.P.**  
**sobre**  
**LA OPINION PUBLICA DE LOS ESPAÑOLES**  
**FEBRERO - 1989**

## "FLASHES"

La acelerada dinámica en que parece estar inserta la sociedad española conduce a que, incluso en el escaso periodo de tiempo que media entre un sondeo mensual y otro se producen tantos acontecimientos que, a pesar de la rapidez con que se elabora el análisis e interpretación de los datos, cuando éste se termina, los sucesos recientes de los que se ocupa han sido ya parcialmente superados por otros.

Así, si las entrevistas del sondeo de enero concluyeron el día antes de comenzar el Congreso de Alianza Popular (ahora ya Partido Popular), las entrevistas de este sondeo de febrero (realizadas entre el 6 y el 12 de este mes) concluyeron unos días antes del Debate sobre el Estado de la Nación, y entre esa fecha y el final de éste Informe (24 de febrero), han ocurrido acontecimientos como el affaire Alberto Cortina-Marta Chávarri, el anuncio sobre el incremento de la inflación en enero en 1%, el anuncio sobre el derecho de los cónyuges a declarar su renta por separado, el retraso de la declaración de la renta desde junio hasta finales de año, etc... Cada noticia de gran impacto se ve casi inmediatamente superada por otra de mayor impacto que acapara la atención de la opinión pública.

De cualquier manera, si un acontecimiento ha tenido realmente impacto sobre la opinión, debe ser susceptible de medición en sus efectos a lo largo de al menos varias semanas. En caso contrario es que no ha existido realmente tal impacto. Como ejemplo puede servir el del famoso anuncio televisivo "Aprenda a ver televisión", más conocido por "el del perro", que sigue siendo el más recordado como el que más ha gustado durante los últimos cuatro sondeos mensuales, a pesar que hace ya muchas semanas que dejó de emitirse.

Entre el sondeo de enero y el de febrero, algunos temas importantes han seguido acaparando la atención de la opinión pública, como por ejemplo: el conflicto entre el Gobierno y los Sindicatos, la nueva andadura del Partido Popular, las negociaciones entre el Gobierno y ETA, la política económica, el cambio del mapa electoral, etc...

#### 1) El Conflicto Gobierno-Sindicatos

La opinión pública parece estar mas de acuerdo con la postura de los Sindicatos que con la del Gobierno, según se pone de manifiesto en varios datos.

- La valoración de los Sindicatos (6,1) es muy superior a la del Gobierno de la Nación (4,8).

- La valoración de Nicolás Redondo (5,8) es superior a la de Felipe González (5,3), y la de éste es solo un poco superior a la de Antonio Gutiérrez (a pesar del menor apoyo electoral de los comunistas frente a los socialistas entre los entrevistados).
- La positiva evaluación de la independencia entre Sindicatos y Partidos Políticos para el mejor funcionamiento de la democracia.
- Además se observa que hay opiniones contrapuestas al calificar como "excesivamente intransigente" la postura de los Sindicatos en su negociación con el Gobierno, pero parece muy clara la evaluación negativa del Gobierno por su postura en dichas negociaciones.

## 2) La Política Económica

De igual manera, el descontento, el desencanto, y la poca confianza en la política económica del Gobierno, se deduce de varias cuestiones incluidas en el sondeo:

- Se evalúa muy negativamente la política económica del Gobierno en general.
- Se teme un aumento de la inflación y el paro en 1.989.
- Se estima que las medidas para frenar la inflación harán más difícil la creación de empleo.

- Se consideran excesivas las medidas (mayores intereses en los créditos) adoptadas por el Banco de España para frenar la inflación.

3) El Supuesto Crecimiento Electoral del Partido Popular

No se percibe ningún dato que permita afirmar que tal crecimiento se esté produciendo:

- La intención directa de voto para el PP en febrero (10,0%) es prácticamente igual que en enero (10,1%), solo ligeramente superior a la de diciembre (8,8%) y más baja que la de noviembre (10,4%).
- El voto estimado en febrero (15,1%) es semejante al de enero (15,8%), y solo algo superior al de diciembre (14,8%), pero inferior al de noviembre (15,5%).
- La valoración de Fraga en febrero (4,0) es solo superior a la que tuvo en marzo de 1.988. En realidad, su valoración ha variado entre 4,0 y 4,4, entre abril de 1.988 y febrero de 1.989, y desde luego no se detecta mejora (sino mas bien al revés), después de la refundación.
- La valoración de Marcelino Oreja es siempre algo superior a la de Fraga, pero sin sobrepasar 4,5 puntos.

- Ambos líderes, por tanto, están sistemáticamente por debajo de las valoraciones medias de Felipe González, Adolfo Suárez, e incluso Julio Anguita. Aunque se sabe que no hay una correlación perfecta entre valoración de líderes e intención de voto, si el PP estuviera creciendo, parecería razonable descubrirlo a través de la valoración de sus líderes, ya que no en la intención de voto.
  
- Por otra parte, la opinión pública, mayoritariamente, afirma no creer en las posibilidades de que el PP pueda ganar las elecciones generales.
  
- Finalmente, existe fuerte disparidad de opiniones respecto a la deseabilidad de un pacto entre el CDS y el PP.

#### 4) Otros Temas de Actualidad

En este sondeo de febrero resaltan además estos otros datos sobre cuestiones de actualidad:

- Opiniones contrapuestas respecto a la conveniencia de convocar elecciones anticipadas.
  
- Persiste el pesimismo sobre el futuro de la economía nacional y personal.

- Opiniones muy contrapuestas respecto a la reanudación de negociaciones con ETA y respecto a la reducción de fuerzas de la Policía Nacional en el País Vasco.
  
- Continúa el aumento de la abstención previsible y la pérdida de electorado del PSOE, de forma que la suma de los votos estimados para el PP y el CDS vuelve a ser este mes considerablemente mayor que el voto estimado para el PSOE.

## Sistema de Indicadores Sociales ASEP

### Aumenta ligeramente el ahorro

- Algunos indicadores económicos y de consumo se mantienen en los bajos niveles ya alcanzados en diciembre: sentimiento del consumidor por debajo del nivel de equilibrio (el segundo valor más bajo de los últimos doce meses), ligera propensión al ahorro (que ha mejorado algo por comparación con enero), y previsión de más compra que venta de acciones en Bolsa (por vez primera desde octubre).

### Continúa el pesimismo en lo social

- Sin embargo, persiste el pesimismo respecto al futuro personal (que disminuye algo por comparación con los últimos cuatro meses), y el pesimismo respecto a la evolución de la situación económica nacional (prácticamente en el mismo nivel que en los últimos dos meses). A pesar de todo, y como es habitual, los españoles parecen mayoritariamente satisfechos con la vida que llevan, en un nivel semejante a los últimos meses.

### Disminuye la Insatisfacción con el Gobierno

- Aunque existe como siempre una razonable satisfacción con el funcionamiento de la democracia, (igual que en enero), se mantiene la insatisfacción con el Gobierno, (aunque disminuye algo por comparación con los dos últimos meses). Sigue siendo alta la alienación política, (superior al 40%). Pero

los españoles se siguen situando ideológicamente entre el centro izquierda y el centro, se consideran mayoritariamente tan españoles como nacionalistas, y afirman tener una práctica religiosa media, lo que es lógico, ya que las actitudes básicas no varían de un mes a otro.

- Ligero aumento de la exposición a medios y de la valoración de los informativos de TVE - La exposición a medios sigue siendo baja (pero ha aumentado respecto a Enero), y ha aumentado algo la baja valoración de los informativos de TVE (6,9), aunque sigue sin superar los 7,0 puntos que tenía en el primer semestre de 1.988.
- Disminuye aún más la intención de voto hacia el PSOE - En la intención directa de voto, se observa un pequeño incremento de la abstención prevista, posiblemente a causa de que han continuado los enfrentamientos entre Gobierno y Sindicatos, lo que posiblemente explica el nuevo descenso en la intención de voto hacia el PSOE. El nuevo Partido Popular, el CDS e IU mantienen prácticamente la misma intención de voto que tenían en enero, y aumenta la intención de voto los "otros" partidos (especialmente hacia los nacionalistas de centro y derecha).
- La intención de voto hacia el nuevo Partido Popular es idéntica a la de enero, y por tanto no parece haberse visto afectada por los cambios realizados (incluso de nombre) en el principal partido de la oposición. Como puede

comprobarse, este nivel de febrero ha sido mas o menos (excepto por los mayores descensos de octubre y diciembre) el nivel mantenido desde mayo de 1.988, lo que supone la pérdida de casi la mitad de su electorado de 1.986, (aunque es probable que la pérdida real sea menor, debido a la tradicional ocultación de voto hacia éste partido).

- La intención directa de voto hacia el PSOE vuelve a disminuir hasta situarse en el nivel de diciembre, y parece confirmar el desgaste de imagen del Gobierno y, en especial, su conflicto actual con las centrales sindicales. En realidad, la intención de voto de éste mes es solo algo superior a la de diciembre, en los últimos doce meses.
- El CDS pierde ligeramente respecto a enero, pero sigue muy por encima de sus resultados reales en 1.986. Además, el resultado de este mes está por encima de la intención registrada entre abril y diciembre de 1.988, lo que parece sugerir que está creciendo ligeramente. También se confirma, como en enero, el crecimiento de IU, que podría estar beneficiándose del descontento creciente del electorado socialista por lo que consideran una política gubernamental "de derechas" y más favorable al capital que a los trabajadores.

- Así mismo, y como ya se ha señalado, ha aumentado ligeramente desde enero la proporción de electores indecisos o que no dicen sus intenciones de voto, lo que podría significar que continúa el descontento en el electorado, y ser un anticipo de futuras y más importantes transferencias de voto.
  
- En todo caso, mas adelante se hace referencia a la estimación de voto en base al modelo predictivo ASEP.

Cuadro 1.

Sistema de Indicadores Sociales ASEP

	II-88	III-88	IV-88	V-88	VI-88	X-88	XI-88	XII-88	I-89	II-89
<u>ECONOMICOS Y DE CONSUMO</u>										
1 - ISC	98	95	97	96	100	94	93	90	92	92
2 - IPA	111	110	109	113	120	110	112	109	109	115
3 - IEB	-	-	-	-	-	98	99	93	94	103
<u>SOCIALES</u>										
4 - ISCV	170	161	169	166	171	162	160	165	167	172
5 - IOS	104	98	103	97	103	94	94	94	96	99
6 - IESE	-	-	-	-	-	95	92	87	88	87
<u>POLITICOS</u>										
7 - ISD	-	-	-	-	-	124	121	126	124	124
8 - ISG	106	93	94	102	99	100	90	83	86	92
9 - IAP	36	40	40	37	38	44	41	45	41	42
10-IP1	3,5	3,5	3,5	3,5	3,5	3,4	3,5	3,4	3,5	3,4
11-ISM	3,0	3,0	3,0	3,2	3,2	3,1	3,1	3,1	3,2	3,3
12-IPR	-	-	-	-	-	2,6	2,6	2,6	2,5	2,5
<u>MEDIOS DE COMUNICACION</u>										
13-LEMIC	-	-	-	-	-	82	83	83	76	85
14-IVITV	7,1	6,9	7,3	7,0	6,5	6,5	6,6	6,2	6,4	6,9
<u>INTENCION DIRECTA DE VOTO</u>										
- PP	8,3	8,7	9,7	10,3	10,4	7,7	10,4	8,8	10,1	10,0
- CDS	11,3	10,8	9,1	9,0	9,5	8,1	8,3	9,5	11,2	10,6
- PSDE	30,7	26,7	27,6	28,7	26,5	26,0	26,0	23,4	26,0	23,8
- IU	4,3	5,2	5,1	5,9	6,7	5,7	4,9	6,5	5,5	5,5
- Otros	9,3	8,5	8,2	8,8	9,2	8,2	9,1	7,2	5,9	8,4
- No Votará	11,4	12,3	11,6	11,5	9,9	14,8	14,7	13,9	13,5	12,7
- NS/NC	24,7	27,8	28,7	25,8	27,8	29,5	26,6	30,7	27,8	29,0

Cuadro 2.

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

INDICADORES:	II-89
-----	
Total	(1.209)
<u>Propensión al Ahorro</u>	
Ahorran	26%
Se Endeudan	11
<u>Satisfacción con Calidad de Vida</u>	
Satisfechos	85%
Insatisfechos	13
<u>Optimismo Social</u>	
Optimistas	23%
Pesimistas	24
<u>Evaluación Situación Económica</u>	
Optimistas	23%
Pesimistas	36
<u>Satisfacción con Democracia</u>	
Satisfechos	56%
Insatisfechos	32
<u>Satisfacción con Gobierno</u>	
Satisfechos	41%
Insatisfechos	49
<u>Posicionamiento Ideológico</u>	
Izquierda	36%
Centro	14
Derecha	15
<u>Sentimiento Nacionalista</u>	
Más nacionalistas	21%
Más españoles	31
<u>Práctica Religiosa</u>	
Alta	25%
Baja	50
<u>Exposición a Medios</u>	
Alta	17%
Baja	29
<u>Postmaterialismo</u>	
Materialistas	77%
Post-materialistas	23
<u>Posición Social</u>	
Alta	16%
Baja	38
<u>Intención de Voto</u>	
PP	10%
CDS	11
PSOE	24
IU	6

## Cuadro 3.

Intención Directa de Voto, según el Sistema de  
Indicadores Sociales ASEP.

FEBRERO 1989

INDICADORES:	PP	CDS	PSOE	IU	Otros	No Votarán	NS/NC
<u>Total</u>	10,0%	10,6	23,8	5,5	8,4	12,7	29,0
<u>Propensión al Ahorro</u>							
Ahorran	7,7%	12,7	24,6	5,0	8,8	12,6	28,6
Se Endeudan	7,8	7,1	22,5	5,6	10,4	15,7	30,0
<u>Satisfacción con Calidad de Vida</u>							
Satisfechos	9,2%	11,7	22,2	5,3	8,7	14,2	28,7
Insatisfechos	10,5%	10,0	24,9	5,9	8,2	10,8	29,5
<u>Optimismo Social</u>							
Optimistas	6,6%	10,3	32,8	5,9	9,0	11,2	24,2
Pesimistas	13,7%	11,0	20,1	5,5	9,5	13,5	26,6
<u>Evaluación Situación Económica</u>							
Optimistas	5,6%	11,2	37,9	6,0	9,3	8,1	21,9
Pesimistas	14,9%	12,6	14,1	6,3	9,1	15,6	27,5
<u>Satisfacción con Democracia</u>							
Satisfechos	7,5%	10,5	32,2	5,2	8,5	9,2	27,0
Insatisfechos	14,1%	12,4	11,1	6,7	9,6	18,6	27,5
<u>Satisfacción con Gobierno</u>							
Satisfechos	6,8%	10,2	38,9	3,1	7,9	6,8	26,3
Insatisfechos	13,1%	12,0	12,5	8,1	9,8	16,6	27,9
<u>Posicionamiento Ideológico</u>							
Izquierda	1,1%	7,0	42,0	15,0	13,7	9,8	16,8
Centro	9,1%	29,1	18,3	0,5	14,8	7,4	20,7
Derecha	43,0%	18,3	6,1	0,0	9,9	6,2	16,5
<u>Sentimiento Nacionalista</u>							
Más nacionalistas	4,3%	9,0	17,4	6,6	21,7	15,9	25,1
Más españoles	14,5%	15,0	24,8	3,8	2,1	11,4	28,1
<u>Práctica Religiosa</u>							
Alta	21,7%	12,1	16,8	1,0	5,5	11,1	31,8
Baja	5,2%	10,3	25,2	7,6	9,4	15,0	27,4
<u>Exposición a Medios</u>							
Alta	13,1%	13,5	22,7	6,2	7,8	11,6	25,1
Baja	7,8%	9,1	27,9	4,5	8,2	11,2	31,1
<u>Postmaterialismo</u>							
Materialistas	10,6%	11,0	24,5	3,4	7,4	11,7	31,4
Post-materialistas	8,0%	9,2	21,6	12,0	11,5	16,2	21,3
<u>Posición Social</u>							
Alta	9,0%	14,0	22,2	8,9	10,9	12,9	22,2
Baja	9,8%	9,0	27,0	3,4	6,0	12,1	32,8

## Actitudes Económicas y de Consumo

- Aumenta ligeramente la propensión al ahorro - Rompiendo la tendencia de los dos meses precedentes, se observa este mes cierto incremento en la propensión al ahorro.
- Se mantiene el Pesimismo sobre la situación económica - Pero, de los cuatro componentes del sentimiento del consumidor (situación económica personal y de España, presente y futura), tres siguen siendo negativos (y solo es positivo el relativo a la economía personal futura), y son algo más bajos que en el pasado mes de enero, de manera que, en general, continúan ofreciendo una evaluación más bien negativa de la situación económica, especialmente de la situación presente de la economía nacional.
- Se mantiene (aunque algo aminorado) el pesimismo sobre la futura situación económica personal, y crece ligeramente el pesimismo sobre la situación económica futura de España.
- Se disparan los gastos en el hogar - Durante el mes de enero (al que se refieren los datos recogidos en éste sondeo de febrero), parecen haber aumentado considerablemente los gastos en el hogar. De los diez capítulos de gasto por los que se pregunta mensualmente, todos han aumentado excepto los pagos de deudas y créditos, que se mantienen igual.

Continúa la Satisfacción General con la calidad de vida

- Siguen siendo muchos más los españoles satisfechos que los insatisfechos con su calidad de vida en general, manteniéndose en el mismo nivel de meses anteriores, lo que implica cierto conformismo, a pesar de las negativas perspectivas económicas que se advierten en otros indicadores.

Continúa la satisfacción con casi todo, así como la gran insatisfacción con los ingresos y con las pensiones de la Seguridad Social

- Los españoles parecen continuar muy satisfechos con sus relaciones familiares, con sus relaciones sociales y con las relaciones entre generaciones, así como con la casa en la que viven. Están medianamente satisfechos con la educación que reciben sus hijos, con su estado de salud, con su tiempo libre y con su trabajo. Pero están profundamente insatisfechos de sus ingresos y de las pensiones de la Seguridad Social.

Las compras de alimentos, las más frecuentes

- La mitad de los españoles compran alimentos todas las semanas, y esa misma proporción compra bebidas o productos de limpieza varias veces al mes, y ropa o medicamentos menos de una vez al mes.

Se teme un fuerte incremento del paro y la inflación en 1.989

- La opinión pública española se muestra muy de acuerdo con las siguientes afirmaciones:

"Tal y como van las cosas, lo mas probable es que los precios y el paro aumenten en 1.989 más de lo que lo hicieron en 1.988",

"Las medidas para frenar la inflación van a hacer más difícil la creación de empleo",

"Las medidas propuestas por el Banco de España para frenar la inflación subiendo los intereses de los créditos son excesivas", y

"La independencia entre los diferentes sindicatos y los diversos partidos políticos es buena para el mejor funcionamiento de la democracia".

Solo se observa una fuerte controversia de opinión respecto a la afirmación de que:

"La postura de los sindicatos en las negociaciones con el Gobierno ha sido excesivamente intransigente":

BUTANO, la empresa más conocida y mejor valorada

- De las cinco empresas por cuya imagen se ha preguntado este mes, las más conocidas han resultado ser Butano (79%), Renault (65%), Hidroeléctrica Española (56%) y Continente (43%), pero solo un 34% conoce a La Unión y el Fénix. En cuanto a valoración, Butano logra también la mejor valoración (7,0), seguida de Renault (6,9) y Continente (6,4), pero La Unión y el Fénix (5,8) e Hidroeléctrica Española (5,7) son también bien valoradas.

Ranking de  
Cónocimiento  
de Empresas

- De las veinticinco empresas por las que se ha preguntado desde octubre, TVE, Telefónica, Butano, Tabacalera, RENFE, Coca Cola, El Corte Inglés y RNE, son conocidas por más del 70% de los entrevistados.

Ranking de  
Valoración de  
Empresas

- Pero solo NESTLE, BUTANO, RENAULT, SANYO, RNE, IBM y REPSOL han logrado hasta ahora una valoración superior a 6,5 puntos.

El BBV, el  
banco con más  
clientes

- El 87% de los españoles tiene al menos una cuenta corriente o una cartilla de ahorros. El banco con mayor número de clientes resulta ser el B.B.V. (8%), después de las Cajas de Ahorro en su conjunto (75%), y la mayoría de los cuentacorrentistas tienen sólo una cuenta corriente o una libreta (65%), aunque un 21% tiene dos.

Estabilidad en  
la Bolsa, pero  
más compras que  
ventas

- Sólo el 5% de los españoles mayores de 18 años declaran tener acciones en Bolsa y la mayoría de ellos opta por la estabilidad (72%), ya que no piensan ni comprar ni vender acciones durante el próximo mes. Entre los no accionistas, menos del 1% tiene intención de comprar acciones durante el próximo mes de marzo. Pero se observa cierta tendencia a comprar mas que a vender acciones.

## Actitudes y Comportamientos Políticos

### Actitudes básicas

- El electorado español se autoposiciona ideológicamente sobre todo en la izquierda (36%), y en proporción inferior en el centro (14%) y en la derecha (15%). Un 25% afirma tener una práctica religiosa alta, mientras que alrededor de la mitad (50%) dicen que su práctica religiosa es baja. Casi la mitad de los entrevistados (45%) se consideran tan españoles como nacionalistas, pero la proporción que se considera más español (31%) es superior a la que se considera más nacionalista (21%). Finalmente, una cuarta parte de los entrevistados (23%) pueden ser considerados como post-materialistas (con ideas más progresistas, vanguardistas).

### Imagen de Instituciones

- De las instituciones por las que se ha preguntado este mes, La Corona, el Gobierno de la Nación, las Fuerzas Armadas, los Sindicatos y los Bancos son conocidos por más del 80% de los entrevistados. Sobre los partidos políticos opina una proporción inferior (78%), que sin embargo es alta. Y un 69% opina sobre el Banco de España. La valoración, en una escala de 0 a 10 puntos ha sido: La Corona (7,7), el Banco de España (6,4), los Sindicatos (6,1), las Fuerzas Armadas (5,6), los Bancos (5,1), el Gobierno de la Nación (4,8) y los Partidos Políticos (4,1).

Ranking de  
Conocimiento  
de Instituciones

- Las instituciones sobre las que ha opinado al menos un 90 por ciento de la población durante los últimos doce meses son TVE, la Seguridad Social, Correos, la Guardia Civil y la Cruz Roja.

Ranking de  
Valoración de  
Instituciones

- Pero solo seis han recibido a lo largo de este período de tiempo una valoración superior a 6,5 puntos: Cruz Roja, Universidad, la Corona, el Defensor del Pueblo, la ONU y la Guardia Civil.

Imagen de  
Personajes  
públicos

- En cuanto a los líderes políticos incluidos en el sondeo de febrero, los más conocidos son Felipe González, Adolfo Suárez y Manuel Fraga (por más del 80% de los entrevistados), seguidos de Miguel Boyer, Nicolás Redondo y Marcelino Oreja (por más del 70%), y de Julio Anguita (64%), Antonio Gutierrez (57%) y Luis Solana (54%). La valoración más alta corresponde a Nicolás Redondo (5,8), seguido de Felipe González (5,3), Antonio Gutierrez (5,1), Adolfo Suárez (4,9), Julio Anguita (4,8), Luis Solana (4,6), Marcelino Oreja (4,3), Manuel Fraga (4,0) y Miguel Boyer (3,9). Solo Fraga y Boyer, sin embargo, tienen una imagen realmente controvertida.

Ranking de  
Conocimiento  
de Líderes

- De los 35 líderes y personajes públicos por los que se ha preguntado durante los últimos doce meses, solo ocho son conocidos por al menos un 80 por ciento de los españoles: El Príncipe Felipe, Felipe González, Santiago Carrillo, la Reina D<sup>a</sup> Sofía, Adolfo Suárez, Manuel Fraga, Pilar Miró y Alfonso Guerra.

Ranking de  
Valoración  
de Líderes

- Y solo diez de los treinta y cinco superan una puntuación de 5 puntos: la Reina D<sup>a</sup> Sofía, el Príncipe Felipe, Samaranch, Felipe González, Morán, Cristina Almeida, Carmen Romero, Nicolás Redondo, Adolfo Suarez y Mayor Zaragoza.

Controversia  
respecto a la  
conveniencia de  
convocar elecciones  
anticipadas, y  
respecto a un posi-  
ble pacto entre CDS  
y PP

- La opinión pública se muestra muy mayoritaria-mente de acuerdo con la frase siguiente:

"Hay que frenar la violencia de los espectadores en los partidos de fútbol, aunque para conseguirlo haya que limitar las libertades públicas".

- Pero la opinión pública es muy controvertida respecto a las siguientes afirmaciones:

"Hay razones que justifican la convocatoria de elecciones generales anticipadas".

"Sería muy deseable un pacto entre el CDS de Adolfo Suárez y el Partido Popular de Fraga y Oreja".

- Y sólo se observa un desacuerdo mayoritario con las afirmaciones siguientes:

"A pesar de las apariencias sigue existiendo bastante peligro de una guerra mundial o de conflictos internacionales de gran importancia", y

"El nuevo Partido Popular, con Fraga, Oreja y otros políticos incorporados a esta nueva formación política, podría ganar las elecciones generales".

Críticas al Gobierno por su postura en la negociación con los Sindicatos y por su política económica

- En cuanto a la evaluación de medidas y actuaciones del Gobierno de la Nación, la opinión pública evalúa negativamente:

"La postura del Gobierno en las negociaciones con los Sindicatos", y

"La política económica del Gobierno".

- Pero existe una opinión muy controvertida respecto a:

"La reanudación de negociaciones con ETA",

"La jubilación de los militares a los 32 años de servicio si antes no han logrado ser generales", y

"La reducción de la Policía Nacional en el País Vasco".

Se atenúa la insatisfacción con el Gobierno de la Nación, y persiste la satisfacción con el funcionamiento de la democracia

- El Índice de satisfacción con el Gobierno se encuentra este mes otra vez por debajo del nivel de equilibrio (los insatisfechos son más que los satisfechos), aunque ha disminuido algo esta insatisfacción. Pero persiste un grado aceptable de satisfacción con el funcionamiento de la democracia, lo que significa que el descontento con el Gobierno no implica al sistema constitucional democrático en su conjunto.

Continúa el descenso en la intención de voto hacia el PSOE

- Los indicadores de intención de voto no son muy diferentes a los de enero. Las diferencias más importantes en la intención directa de voto son, el nuevo descenso del PSOE, que vuelve al bajo nivel de diciembre, y un significativo aumento de la intención de voto a los partidos nacionalistas de centro y derecha. El PP e IU prácticamente repiten sus resultados de enero, y el CDS disminuye muy ligeramente con respecto al mes pasado. Comparando estos datos de febrero con los resultados reales de 1986, se observa que el PP habría perdido algo más del 40% de su electorado, y el PSOE algo más del 20%. Por el contrario, IU y CDS habrían crecido el 72% y el 66% respectivamente con relación a sus resultados de 1986. Lo más significativo, aparte del continuado descenso del PSOE, parece ser la falta de recuperación del Partido Popular, a pesar de la buena acogida que parece haber tenido su "refundación".

Estimación de voto. La suma de votos del PP y CDS vuelve a superar ampliamente al PSOE.

- La comparación entre los resultados de las elecciones generales de 1986 y la intención de voto estimada, según el modelo predictivo ASEP es (sobre 100 electores):

	<u>II-89</u>	<u>1986</u>
PP	15,1%	18,1%
CDS	11,8	6,4
PSOE	22,1	30,7
IU	5,2	3,2
Nacionalistas C. y D.	8,2	5,6
Nacionalistas Iz. y Otros	3,1	6,8
Abstención	34,5	29,2

- El dato más importante, por consiguiente, parece ser el fuerte incremento de la abstención, (incluso algo inferior a enero), así como la fuerte reducción en las intenciones de voto hacia el PSOE, (similar a enero). Solo el CDS e IU parecen estar creciendo de manera significativa, (el CDS se mantiene como en enero, pero IU parece haber disminuido algo), así como los partidos nacionalistas de centro y derecha. Aunque el PP ha recuperado algo desde diciembre, sigue estando por debajo de sus resultados de 1986, y este mes de febrero no sólo no aumenta respecto a enero, como cabría esperar del "lanzamiento" que se ha hecho del nuevo partido, sino que disminuye ligeramente.

## Utilización de Medios de Comunicación

- Prensa diaria - El porcentaje de lectores de diarios (el día anterior a la entrevista) se mantiene alrededor del 40%. El diario más leído sigue siendo, con gran diferencia, El País (9,2%), seguido de ABC y Diario 16. No obstante, por comparación con el mes de enero, El País está perdiendo lectores, mientras que parecen aumentar los de ABC y Diario 16. Alrededor de dos tercios de los lectores de diarios pueden ser considerados asiduos.
- Revistas - También se mantiene estable la proporción de lectores de revistas (35%). La revista más leída resulta ser una vez más Pronto (7,9%), seguida de Hola, Semana y Lecturas, todas las cuales parecen haber aumentado por comparación con los datos de enero.
- Radio - La audiencia de radio se mantiene en el alto nivel (54%) alcanzado en enero. Los mayores porcentajes de audiencia se dan por las mañanas, especialmente de 10 a 12. En Onda Media, Radio Nacional-1 y la SER comparten el liderazgo, seguidas por la COPE, como emisoras que registran un mayor nivel de audiencia, y en Frecuencia Modulada, la SER mantiene su liderazgo sobre Antena 3, por escaso margen.

Televisión

- Los datos de este mes de febrero muestran que la audiencia de TVE 1 disminuyó algo durante el mes de enero (78%), pero en compensación parece que aumentó la de TV-2 (27%). Entre los canales autonómicos, de los tres en funcionamiento (catalán, vasco y gallego), el catalán parece haber tenido una audiencia (47%) doble de los otros dos.

Baja valoración de los informativos de TVE

- La valoración de los telediarios, aunque ha aumentado algo (6,9), sigue sin superar los 7 puntos.

En Familia, el programa de mayor audiencia y el mejor valorado

- De los cinco programas de TV por los que se ha preguntado este mes, solo En Familia ha tenido una audiencia superior al 70%, Estrenos TV más del 60%, Por la Mañana y Por la Tarde, casi el 50%, y La Noche, sólo el 26%. En cuanto a valoración, En Familia (8,0 puntos) es el mejor valorado, seguido de Estrenos TV (6,6), Por la Mañana (6,4), Por la Tarde (5,8) y La Noche (5,5).

Ranking de Audiencia de Programas

- Por consiguiente, El Precio Justo, Informe Semanal, En Familia, Canción Triste de Hill Street, Sábado Noche, y El Tiempo es Oro son los programas que, en estos últimos cinco meses, han tenido mayor audiencia, (superior al 70%).

Ranking de  
Valoración de  
Programas

- Pero el ranking de valoración hasta ahora muestra que solo En Familia, Informe Semanal, Documentos TV, El Tiempo es Oro, La Vida Sigue y El Perro Verde, superan una puntuación de 6,5 (en una escala de 0 a 10 puntos).

Continuó el  
éxito de recuerdo  
del anuncio del  
perro por cuarto  
mes consecutivo

- El anuncio sobre "Aprender a ver televisión" (el del perro), ha vuelto a ser, con gran diferencia, el más recordado como el que más ha gustado este mes (241 menciones frente a 49 que tuvo el siguiente anuncio más mencionado).

Eduardo Sotillos  
el más conocido,  
y Lalo Azcona el  
más valorado en-  
tre los comuni-  
cadores este mes

- De los cinco comunicadores sociales por los que se ha preguntado este mes, Eduardo Sotillos y Lalo Azcona fueron conocidos por más del 40%, Sánchez Dragó y Juan Luis Cebrian lo fueron por más del 30%, y sólo un 22% opinó sobre Olga Barrio. La valoración más alta correspondió a Lalo Azcona (6,9 puntos), seguido por Juan Luis Cebrian (6,7), Sotillos y Olga Barrio (6,3), y Sánchez Dragó (5,9).

Ranking de  
Conocimiento de  
Comunicadores

- En el ranking de conocimiento de los últimos cinco meses destacan Joaquin Prats, Jesús Hermida, Bibi Andersen, Jose Mª García, Iñaki Gabilondo y Rosa Mª Mateo (conocidos por más del 70%).

Ranking de  
Valoración de  
Comunicadores

- Y en el ranking de valoración, Iñaki Gabilondo, Rosa Mª Mateo, Lalo Azcona, Luis del Olmo, Joaquín Prats, Joaquín Arozamena, Manuel Campo, Juan Luis Cebrian y Jesús Hermida sobrepasan los 6,5 puntos.

Baja exposición a medios - La exposición a medios de comunicación de los españoles sigue siendo baja (85), y es menor cuanto más alta es la edad, cuanto mas baja es la posición social, y cuanto más pequeño es el hábitat de residencia.

Cuadro 4.

Proporción de Entrevistados que No Realizan Nunca las Sigüientes Actividades:

FEBRERO/88-FEBRERO/98

Ir a los Toros.....	86
Ir a una biblioteca.....	76
Pedir dinero prestado a algún familiar..	76
Ir al fútbol .....	75
Ir a una conferencia.....	73
Jugar en las Máquinas Tragaperras.....	72
Jugar a las quinielas.....	69
Ir a un concierto de música clásica.....	67
Ir a Discotecas o Sala de Fiestas .....	64
Ir a espectáculos de variedades.....	64
Ir a un concierto de música moderna.....	63
Merendar en una cafetería.....	63
Ir al teatro.....	62
Ir a tomar copas.....	60
Cenar en un Restaurante.....	59
Conducir su coche.....	58
Jugar a las cartas, juegos de mesa.....	56
Escribir cartas.....	56
Comer en un Restaurante.....	54
Ir a tomar el aperitivo.....	53
Sentirse solo.....	50
Salir por la noche al cine (copas).....	48
Hablar de Política.....	47
Ir al cine.....	47
Jugar a la Lotería Primitiva.....	45
Participar en festejos públicos .....	44
Salir o reunirse con amigos de la juventud o infancia.....	42
Pensar en la muerte.....	42
Jugar a la Lotería Nacional.....	41
Salir o reunirse con vecinos.....	41
Ir a misa.....	40
Salir con otras personas distintas de las mencionadas.....	40
Comprar el Cupon de la ONCE .....	40
Salir o reunirse con amigos del trabajo.	39
Salir fuera de su ciudad o pueblo.....	36
Estudiar o leer para mejorar su -- formación .....	34
Invitar a amigos a casa.....	32
Discutir con familiares.....	31
Limpiar la casa .....	29
Ir a comprar bebidas.....	28
Cocinar .....	26
Sentirse deprimido.....	26
Ir a comprar productos de limpieza.....	23
Ir a comprar medicamentos.....	21
Ir a comprar ropa.....	19
Salir o reunirse con familiares de fuera del hogar.....	18
Ir a comprar alimentos.....	16
Ir de compras.....	16
Oír música.....	16
Pensar en el futuro.....	14
Pensar en los problemas del mundo.....	12

Cuadro 5.

Imagen Social de Grandes Empresas

OCTUBRE 1988/FEBRERO 1989

VALORACION MEDIA

	Alta (+6,0)	Media (5,0-6,0)	Baja (-5,0)
<u>Conocimiento</u>			
Alto +70%	Corte Inglés Butano	Telefónica RENFE Coca-Cola	T.V.E. Tabacalera
Medio 50-70%	Renault RNE Nestlé Iberia REPSOL Campsa Sanyo	Galerías Preciados Seat Hidroeléctrica Española	
Bajo -50%	Continente I.B.M. Alcampo BBV Pryca	Asisa Sanitas La Unión y el Fenix	



Cuadro 7.

Imagen Social de Personajes Públicos

FEBRERO 1988/FEBRERO 1989

	<u>VALORACION</u>		
	Alta (+5,5)	Media (4,0-5,5)	Baja (-4,0)
<u>CONOCIMIENTO</u>			
Alto (+70%)	Reina D <sup>a</sup> Sofía Príncipe Felipe Felipe González Fernando Morán	Adolfo Suárez Manuel Fraga Nicolás Redondo	Gerardo Iglesias Santiago Carrillo Alfonso Guerra A. Hernández Mancha Miguel Boyer Pilar Miró Carlos Solchaga
Medio (50-70%)	Jose A. Samaranch	Luis Solana Marcelino Oreja Carmen Romero Cristina Almeida José María Maravall Julio Anguita Abel Matutes Manuel Chaves Antonio Gutiérrez	Blas Piñar Javier Rupérez
Bajo (-50%)		A. Hernández Gil F. Mayor Zaragoza José Borrell Carlos Ferrer Salat José María Aznar	Eduardo Punset Isabel Tocino Carmen Alvear Rosa Posada

Cuadro 8.

Conocimiento y Valoración de Comunicadores Sociales

OCTUBRE 1988/FEBRERO 1989

VALORACION

Alta (+7,0)

Media (4,5-7,0)

Baja (-4,5)

CONOCIMIENTO

Alto  
(+80%)

Jesús Hermida  
Joaquín Prats

Medio  
(50-80%)

I. Gabilondo

Luis del Olmo  
José María García  
Joaquín Arozamena  
Encarna Sánchez  
Luis Mariñas

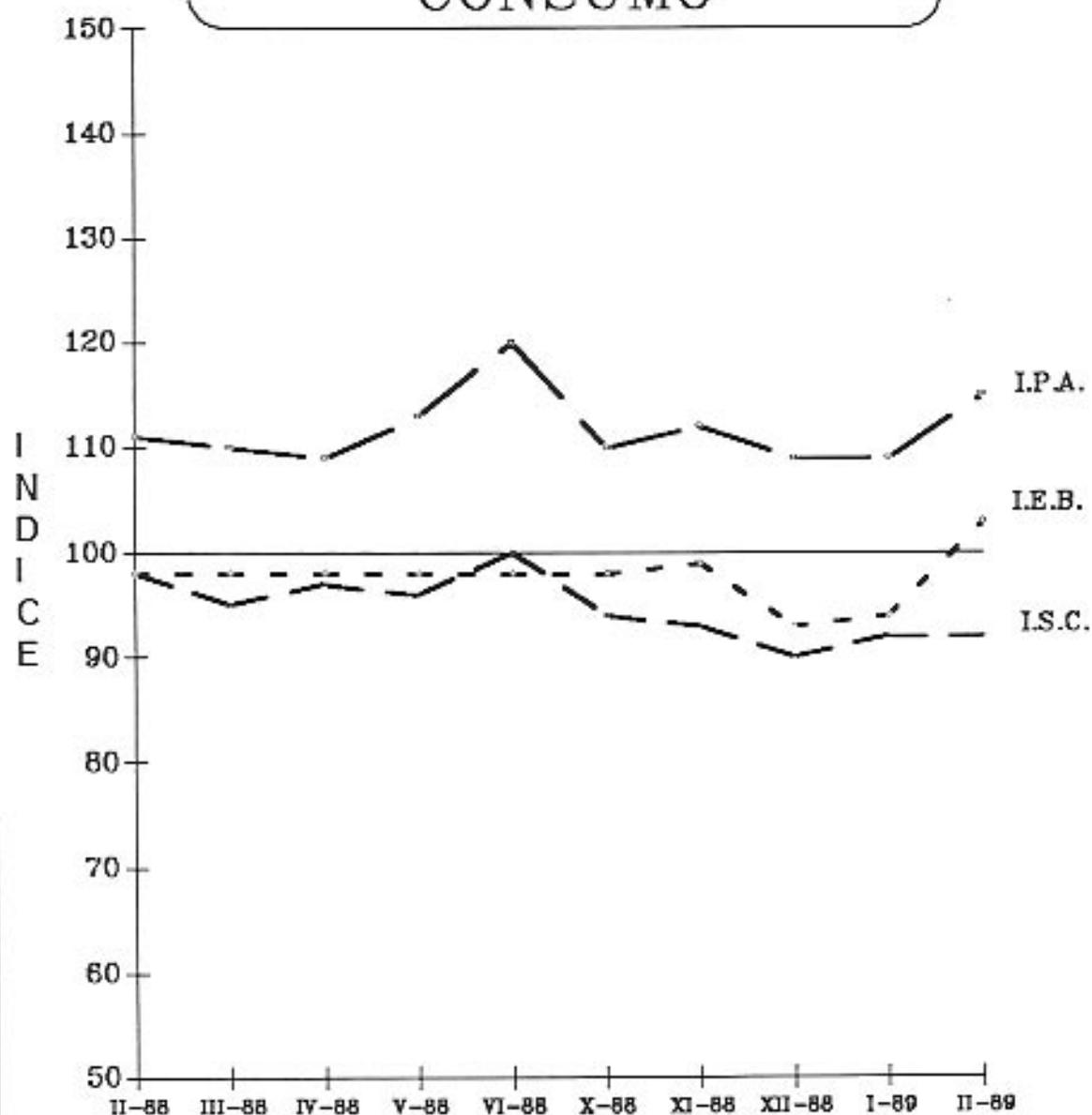
Bibi Andersen

Bajo  
(-50%)

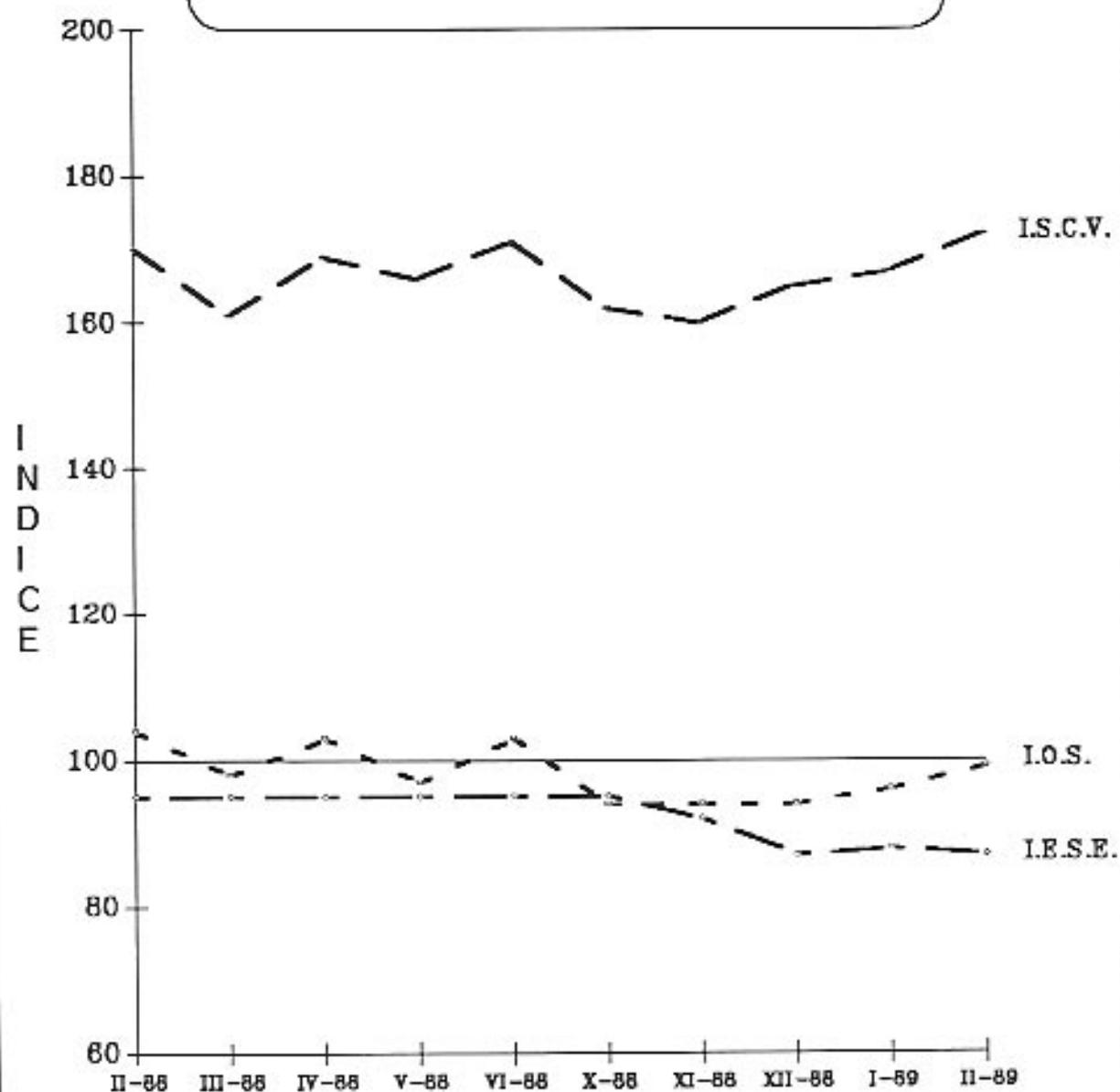
E. Romero  
A. Aberastury  
M. Hidalgo  
María Escario  
Pedro J. Ramírez  
José M. García  
Miguel Ángel Gozálo  
Jaime Capmany  
Julio César Iglesias  
Olga Barrio  
Eduardo Sotillos  
Lalo Azcona  
F. Sánchez Dragó  
Juan Luis Cebrián

Terenci Moix

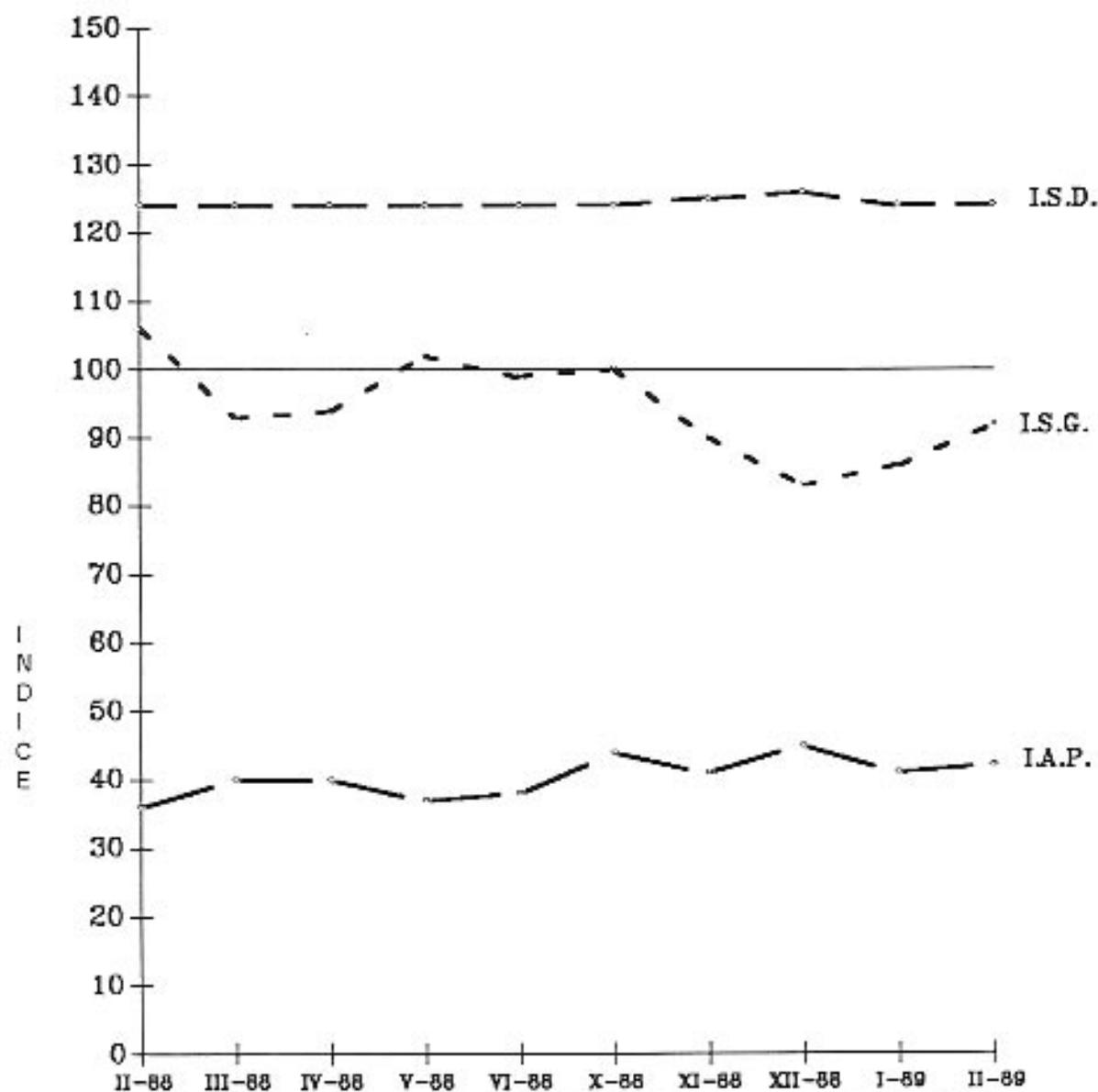
# EVOLUCION DE LOS INDICADORES ECONOMICOS Y DE CONSUMO



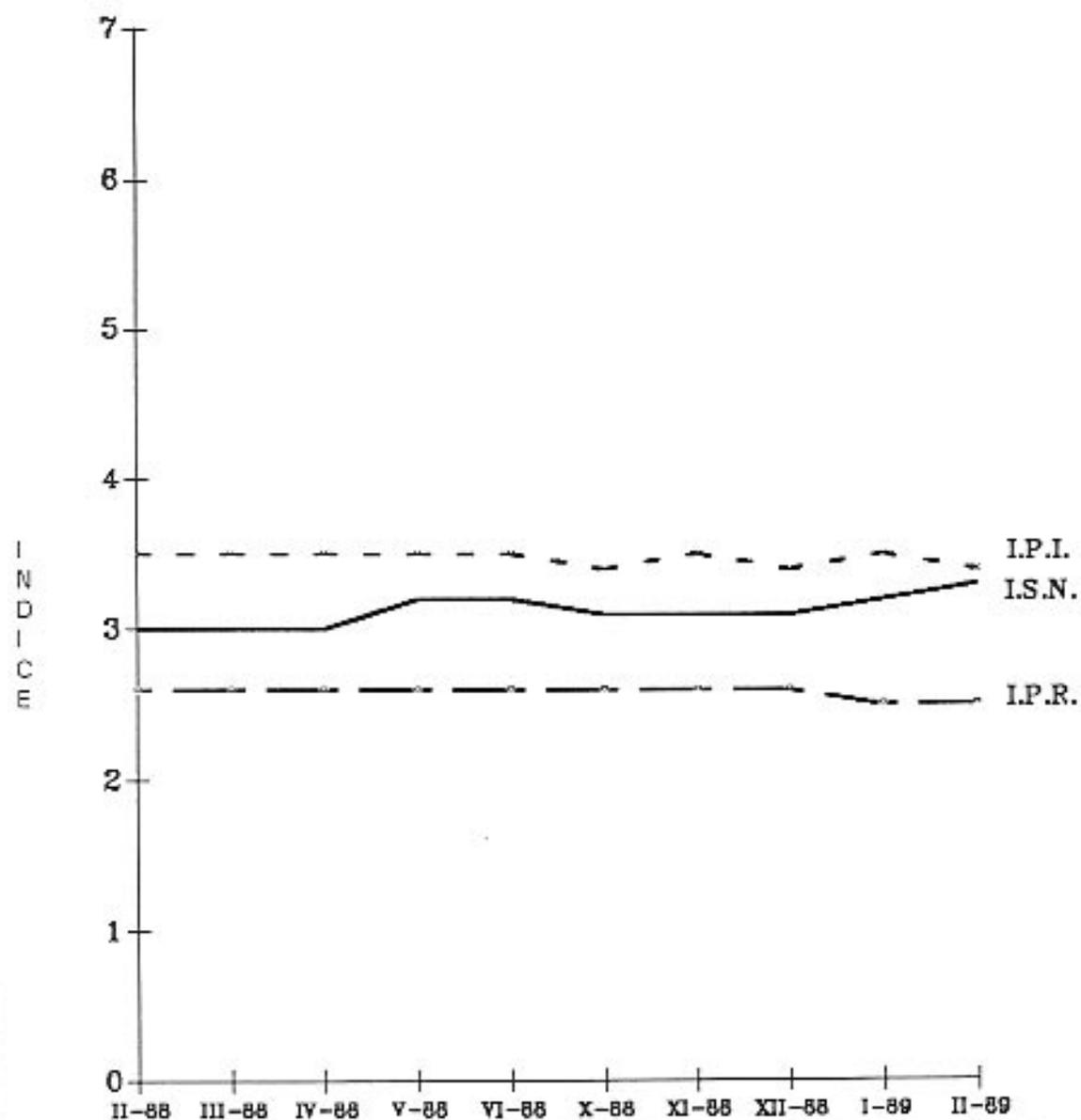
## EVOLUCION DE LOS INDICADORES SOCIALES



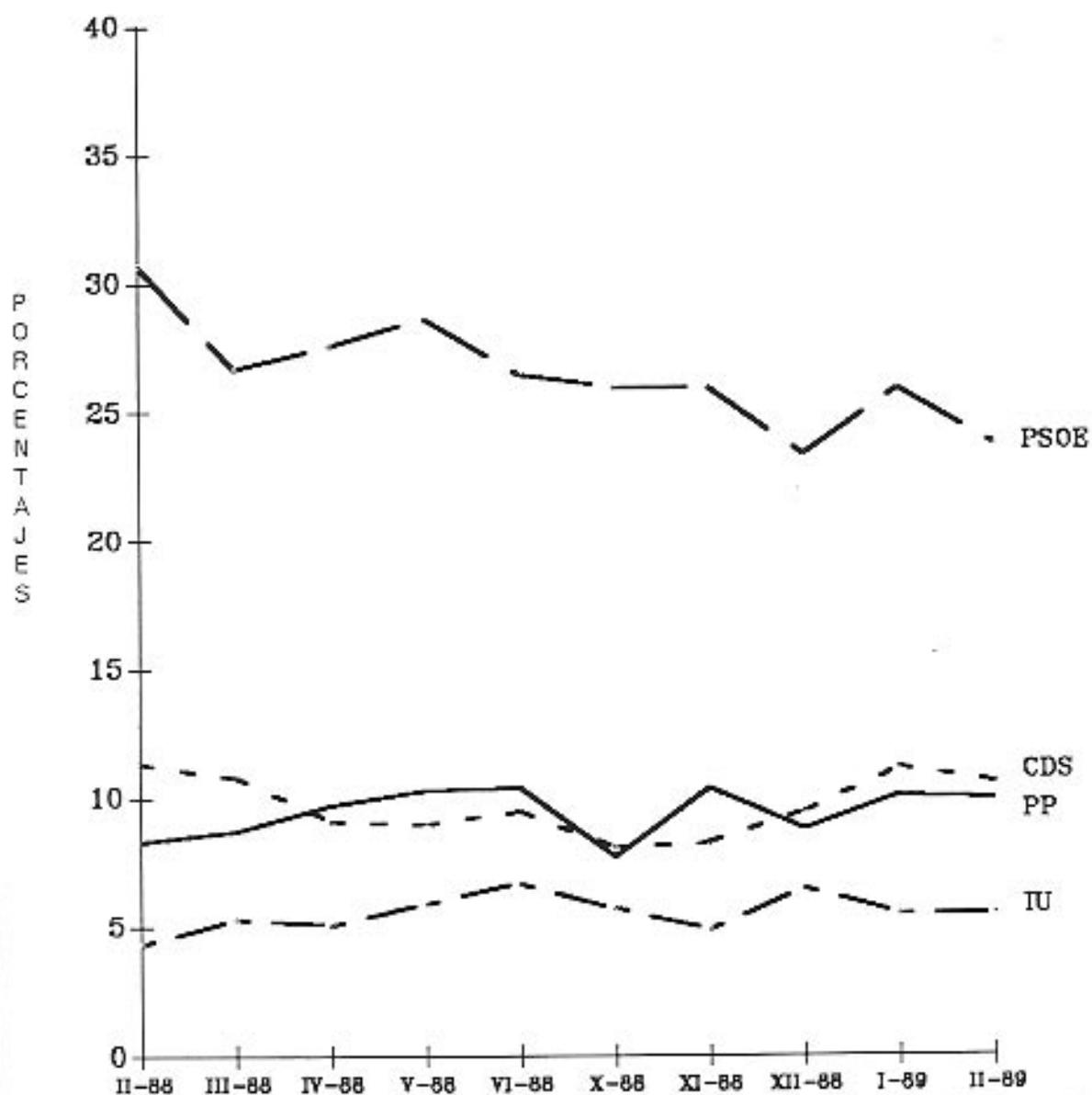
## EVOLUCION DE LOS INDICADORES POLITICOS



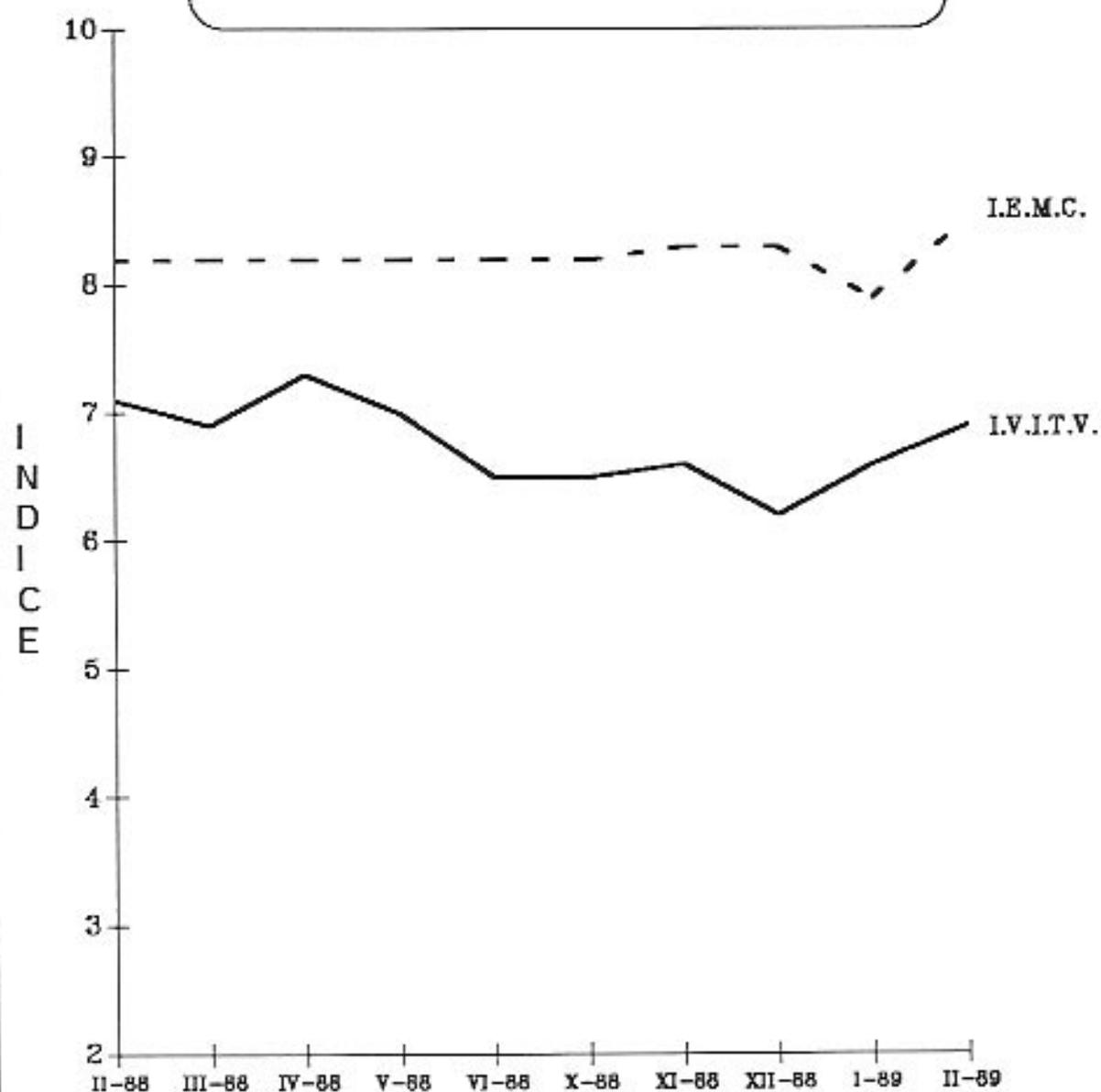
# EVOLUCION DE LOS INDICADORES DE POSICIONAMIENTO IDEOLOGICO



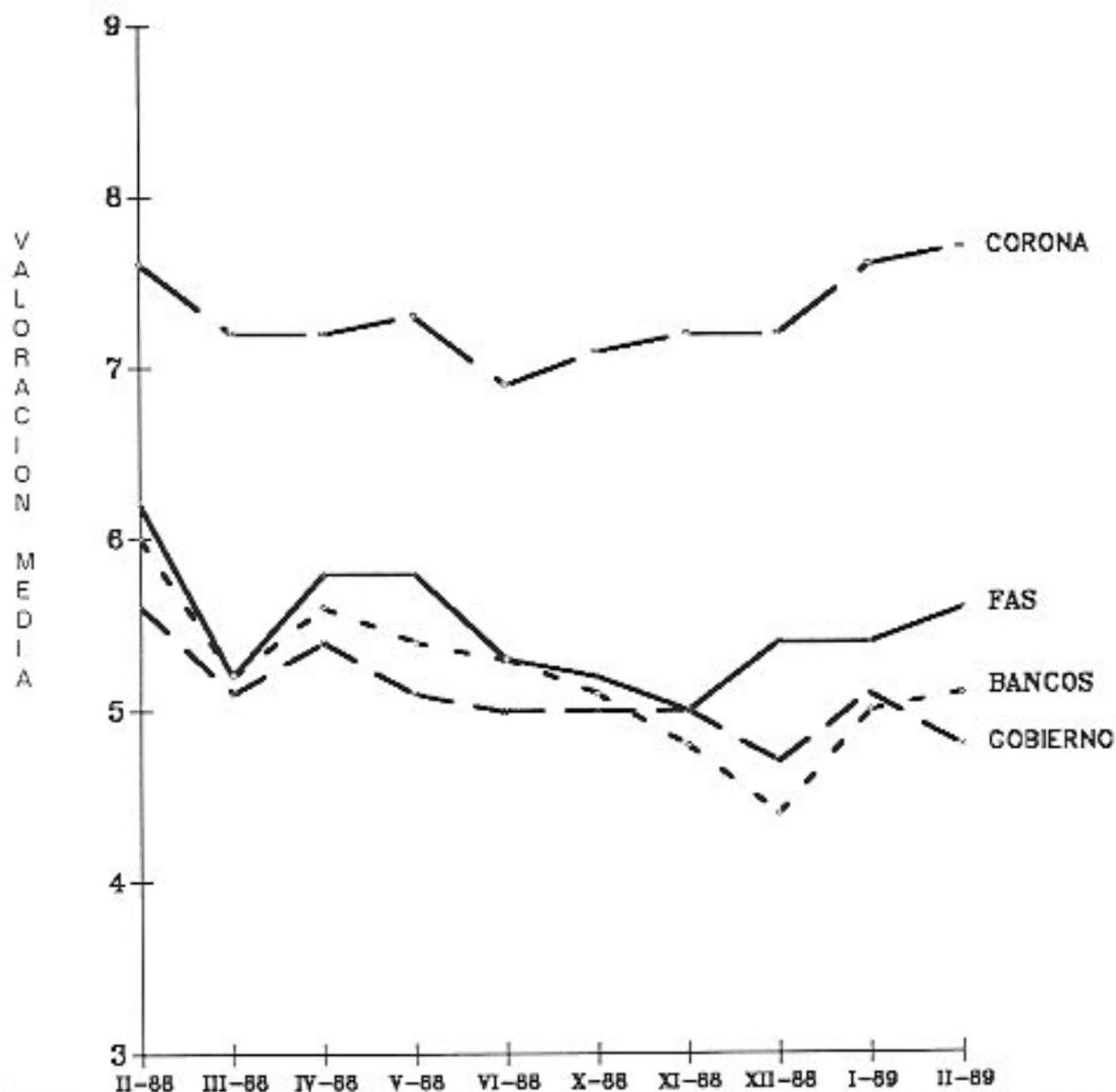
# INTENCION DE VOTO DIRECTA



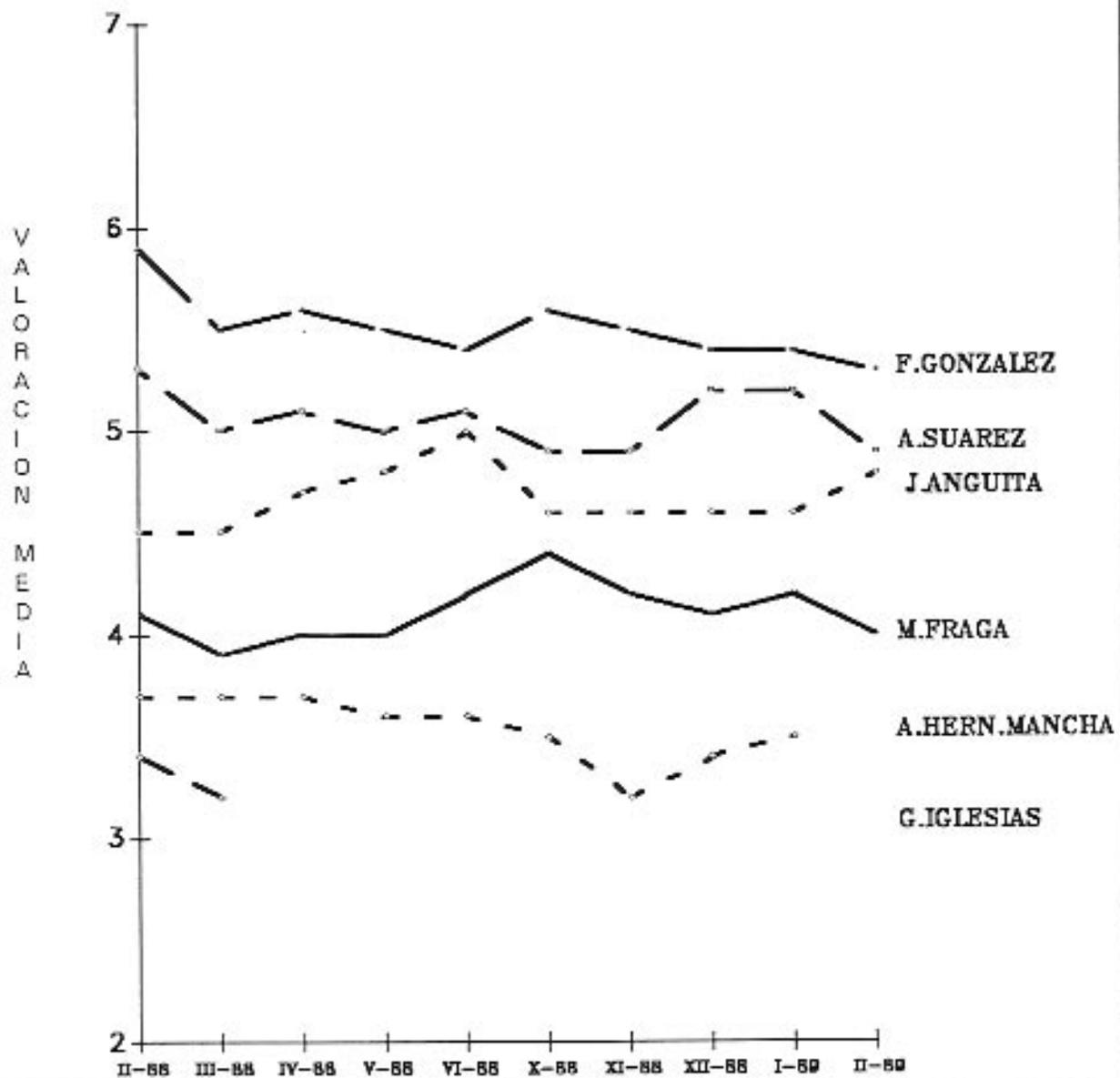
EVOLUCION DE LOS INDICADORES DE EXPOSICION A MEDIOS



# VALORACION DE LAS INSTITUCIONES



# VALORACION DE LOS PRINCIPALES LIDERES POLITICOS



## EVOLUCION DEL PORCENTAJE DE AUDENCIA MEDIOS DE COMUNICACION

