BOLETIN A.S.E.P.

sobre

LA OPINION PUBLICA DE LOS ESPAÑOLES

MAYO - 1.989

"FLASHES"

El tema dominante en todos los medios informativos entre el sondeo de abril y este de mayo ha sido, sin duda, el del pacto entre el PP y el CDS para gobernar en algunos ayuntamientos y Comunidades Autónomas mediante la presentación de las correspondientes mociones de censura.

Los datos procedentes del sondeo ASEP de mayo permiten analizar las primeras reacciones explicitas de la opinión pública sobre dicho pacto, pero permiten asimismo formular algunas hipótesis sobre las consecuencias, especialmente electorales, que podría tener.

1) La Opinión Pública y el pacto PP-CDS

En primer término puede señalarse, según se desprende de los datos, que la opinión pública se muestra controvertida respecto a la aprobación/desaprobación del pacto en si mismo, con cierta tendencia a su desaprobación. En realidad, solo están claramente de acuerdo con el pacto los de derecha y centro derecha, (que representan sólo un 14% del electorado). Ni siquiera los que se muestran ideológicamente de centro están de acuerdo con el pacto, de manera que la cuestión es fuertemente controvertida entre ellos. Aunque la ideología es, en este

caso, la mejor variable explicativa de las diferencias de opinión, debe resaltarse igualmente que el desacuerdo con el pacto es mayor cuanto menor es la edad de los entrevistados, cuanto más alta es su posición social, cuanto mayor es el tamaño de su hábitat de residencia, cuanto mayor es su grado de post-materialismo, y cuanto más alta es su exposición a medios de comunicación.

Pero, con independencia del acuerdo o desacuerdo con el pacto, los datos de este sondeo de mayo sugieren asimismo que la opinión pública no está tampoco convencida de que vaya a tener como consecuencia la de que los socialistas pierdan las próximas elecciones. Aunque la opinión es también controvertida en este caso, la tendencia al desacuerdo con que el pacto tenga esa consecuencia es aún más fuerte. Y sólo los de derecha (7% del electorado) parecen estar algo más convencidos de que el pacto provocará la pérdida de las elecciones para los socialistas. Pero el desacuerdo con esa expectativa es mayor para los mismos grupos antes mencionados.

Los datos del sondeo ASEP, sin embargo, no permiten saber si la controversia e incluso el desacuerdo con el pacto o sus consecuencias entre los electores más próximos al PP y al CDS (es lógico que los otros muestren un mayor grado de desacuerdo), se deben a alguna de las siguientes razones:

- El momento elegido para realizar el pacto (¿habria provocado el mismo rechazo de haberse realizado después de las elecciones autonómicas y locales de 1987, o después de las europeas de 1989?).

- La forma elegida para divulgar su formalización (¿se habia preparado adecuadamente a la opinión pública, especialmente a los seguidores de ambos partidos? ¿Se ha explicado suficientemente las razones y los objetivos que han conducido al pacto?)

En sucesivos sondeos se profundizará algo más en la percepción y evaluación del pacto por parte de la opinión pública española.

2. El Pacto y su Posible Repercusión en la Imagen de los Partidos y de los Líderes Políticos

Del sondeo ASEP se pueden tomar algunos datos que podrian medir indirectamente las consecuencias politicas más generales del pacto.

El indicador que mejor puede medir, de forma resumida, el posible efecto politico del pacto es la intención de voto (directa o estimada). Pues bien, el análisis de la intención directa de voto (sin correcciones ni estimaciones de ningún tipo) permite señalar algunos hechos:

- Por comparación con los resultados de las elecciones generales de 1986, el PSOE y el PP pierden electorado, mientras que el CDS e IU siguen ganando electorado.

- Pero, si se comparan los datos del sondeo ASEP de mayo con los de intención de voto en anteriores sondeos mensuales, se comprueba que el PSOE, y en menor medida el PP, han recuperado electorado, mientras que lo pierde el CDS. Esta afirmación se puede especificar más:

- El PP recibe una intención directa de voto superior a la del CDS, lo que no sucedia desde noviembre de 1988.

- El PSOE obtiene la intención directa de voto más alta desde junio de 1988.

- El CDS obtiene la intención directa de voto más baja desde noviembre de 1988.

En cuanto la estimación de voto según el modelo predictivo habitualmente utilizado por ASEP, se observa asimismo que:

- Por comparación con los resultados de 1986, PSOE y PP pierden electorado, mientras CDS e IU ganan electorado.

- Pero al comparar con los sondeos de meses precedentes, se comprueba un estimable incremento del PP, que es mucho más significativo en el caso del PSOE (su mejor estimación desde noviembre pasado), mientras que se reduce la estimación para el CDS (el valor más bajo desde noviembre), estimación que ha estado disminuyendo progresivamente desde 11,8% en enero de este año hasta 9,0% en este sondeo de mayo.

Aunque los datos no permiten verificar una relación causa-efecto entre el pacto PP-CDS y estos significativos cambios en las intenciones de voto, por comparación con las tendencias de meses anteriores, al menos se puede formular la hipótesis de que el CDS parece haberse visto perjudicado por dicho pacto, mientras que el PP, y especialmente el PSOE, parecen haberse beneficiado por él.

Y no debe dejar de resaltarse que ha disminuido, también de forma poco atribuible al azar, la abstención ya decidida y la estimada, lo que podria sugerir que el anuncio del pacto ha facilitado la decisión de a qué partido votar a algunos electores que, en meses anteriores, se encontraban indecisos.

El pacto podria también haber afectado a la imagen de los líderes. Y en efecto, los datos del sondeo de mayo sugieren consecuencias coherentes con las interpretaciones ofrecidas anteriomente. En efecto, aunque es cierto que se

ha reducido algo la valoración asignada a Felipe González, Suárez y Fraga, por comparación con la obtenida en abril, también es cierto que la mayor pérdida de valoración ha sido la de Suárez, y la menor la de Felipe González. Pero, además, la valoración de Suárez es la más baja de los últimos doce meses, cosa que no es cierta respecto a los otros dos lideres.

En consecuencia, la explicación que se ofrece en algunos medios de comunicación, en el sentido de que el pacto seria mejor para el PP y para Suárez que para el CDS y para Fraga, no parece estar respaldada por los datos en lo que respecta al posible mayor beneficio relativo para Suárez; de momento, los datos sugieren que no hay beneficio para ninguno de los dos lideres, sino más bien cierto perjuicio, y Suárez no parece ser el menos perjudicado, sino el más perjudicado.

Sólo los próximos sondeos podrian proporcionar las evidencia de si estas consecuencias son coyunturales o cambiarán a medida que el pacto podruzca sus efectos politicos reales a través de las mociones de censura.

3. El Pacto y su Posible Repercusión sobre las Elecciones Europeas

Aunque los datos sobre intención de voto en las elecciones europeas se presentarán más adelante en un Informe Especial de ASEP, puede aquí adelantarse que, los datos sobre intención directa de voto (sin estimación) sugieren que:

- PSOE, PP y especialmente CDS, pierden electorado por comparación con los resultados de las elecciones europeas de 1987, debido sobre todo al aumento significativo de la abstención. Sólo IU parece mantener su electorado.

Pero lo más significativo es que, al comparar los datos de intención directa de voto (sin estimación) de las elecciones generales con los de las europeas (lo que significa que se trata de la misma muestra de entrevistados), apenas se observan cambios significativos. Así, los datos para cada partido son:

PP	(9,6% y 9,3%)
PSOE	(27,0% y 26,8%)
IU	(5,1% y 4,5%)
Otros	(7,1% y 7,4%)
Abstención	(12,5% y 13,1%)
NS/NC	(30,1% y 33,2%)

La diferencia en el caso del CDS es de 8,6% en las generales, a 5,8% en las europeas, lo que evidentemente contrasta con el resto de los partidos, y requiere alguna explicación.

Parte de dicha explicación podría ser la anteriormente expuesta respecto al pacto PP-CDS.

Pero otra parte podría tener relación con los "cabezas" de lista de los partidos ante las elecciones europeas.

En efecto, según el sondeo ASEP de mayo, los datos de imagen de los tres cabezas de lista son los siguientes:

	% Conocen	x Valoración	Dispersión Opinática
Fernando Morán (PSOE)	71	5,5	48
Marcelino Oreja (PP)	74	4,6	57
José Ramón Caso (CDS)	21	3,9	56

Pero, además, debe resaltarse que Morán logra, en este sondeo de mayo, una valoración superior a la de Felipe González (5,0), Oreja obtiene una valoración superior a la de Fraga (3,9), pero Caso obtiene una valoración muy inferior a la de Suárez (4,7).

4. Algunas Hipótesis sobre las Consecuencias del Pacto PP-CDS

En próximos meses habrá ocasión de confirmar cuáles son los efectos reales del pacto PP-CDS, pero de los datos correspondientes a este sondeo de mayo parecen deducirse los siguientes:

- Recuperación de voto para el PP y especialmente para el PSOE (como respuesta a la unión de la derecha) en las elecciones europeas.

- Pérdida de voto para el CDS en esas mismas elecciones.

- Mejora de imagen para Marcelino Oreja y pérdida de imagen para Suárez como consecuencia de las elecciones europeas.

- Repercusión previsible de los resultados de las elecciones europeas sobre estos mismos partidos y lideres, reforzando las tendencias señaladas.

Naturalmente, estas hipótesis serán refutadas si cambia la situación en la que se han basado.

Sistema de Indicadores Sociales ASEP

Estabilidad en lo económico, dentro del pesimismo habitual

- Algunos indicadores económicos y de consumo mejoran ligeramente, aunque continúan en los bajos niveles habituales: así, el sentimiento del consumidor sigue por debajo del nivel de equilibrio (aunque es el valor más alto desde junio de 1988), ligera propensión al ahorro (que baja ligeramente, sin embargo, respecto a abril), y propensión a la venta, más que a la compra de acciones en Bolsa.

Incipiente optimismo en lo social

- Asimismo, se observa por primera vez desde junio del '88 un cierto predominio de los optimistas sobre los pesimistas en lo personal, y disminuye otra vez ligeramente el pesimismo respecto a la evolución de la situación económica nacional (logrando el nivel más bajo de pesimismo desde octubre de 1988). Como es habitual, los españoles parecen mayoritariamente satisfechos con la vida que llevan, en un nivel semejante a los últimos meses.

Retorna la Insatisfacción con el Gobierno

- Se observa como siempre una razonable satisfacción con el funcionamiento de la democracia, pero después de la ligera satisfacción con el Gobierno que se evidenció en el sondeo de abril, parece haberse vuelto a la habitual insatisfacción con el Gobierno que se ha observado a lo largo de todo este año. La

alienación política, (43%), continúa siendo alta. Los españoles se siguen situando ideológicamente entre el centro izquierda y el centro, se consideran mayoritariamente tan españoles como nacionalistas, (aunque crece el sentimiento españolista), y afirman tener una práctica religiosa media, lo que es lógico, ya que las actitudes básicas no varian de un mes a otro.

Se mantienen la baja exposición a medios y la valoración de los informativos de TVE

- La exposición a medios sigue siendo baja (aunque algo superior a la de abril), y se mantiene igual la baja valoración de los informativos de TVE (6,6), que sigue sin superar los 7,0 puntos que tenia en el primer semestre de 1.988.

Recuperación del PSOE y del PP, y descenso del CDS

- En la intención directa de voto, se observa cierta disminución de la abstención prevista, posiblemente a causa de la proximidad de las elecciones europeas, que hace tomar conciencia también de las generales. También parece haber influido en este hecho el pacto entre PP y CDS para gobernar en Ayuntamientos y Comunidades Autónomas. Esto explica que la intención de voto para todos los partidos haya aumentado este mes respecto a abril, con la excepción del CDS, que ha obtenido su peor resultado desde noviembre de 1988.

- 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

	V-88	VI-88	X-88	XI-88	XII-88	I-89	II-89	III-89	IV-89	V-89
ECONOMICOS Y DE CONSUMO										
1 -ISC	96	100	94	93	90	92	92	92	95	97
2 -IPA	113	120	110	112	109	109	115	109	109	106
3 -IEB	-	-	98	99	93	94	103	93	100	93
SOCIALES										
4 -ISCV	166	171	162	160	165	167	172	168	170	166
5 -IOS	97	103	94	94	94	96	99	92	100	103
6 -IESE	-	-	95	92	87	88	87	90	92	94
POLITICOS										
7 -ISD	-	-	124	121	126	124	124	131	126	128
8 -ISG	102	99	100	90	83	86	92	90	105	95
9 -IAP	37	38	44	41	45	41	42	42	46	43
10-IPI	3,5	3,5	3,4	3,5	3,4	3,5	3,4	3,5	3,5	3,4
11-ISN	3,2	3,2	3,1	3,1	3,1	3,2	3,3	3,1	3,4	3,4
12-IPR	-	-	2,6	2,6	2,6	2,5	2,5	2,6	2,6	2,6
MEDIOS DE COMUNICACION										
13-IEMC	-	-	82	83	83	76	85	79	81	82
14-IVITV	7,0	6,5	6,5	6,6	6,2	6,6	6,9	6,6	6,6	6,6
INTENCION DIRECTA DE VOTO										
- PP	10,3	10,4	7,7	10,4	8,8	10,1	10,0	9,7	8,7	9,6
- CDS	9,0	9,5	8,1	8,3	9,5	11,2	10,6	11,1	9,3	8,6
- PSOE	28,7	26,5	26,0	26,0	23,4	26,0	23,8	24,7	23,9	27,0
- IU	5,9	6,7	5,7	4,9	6,5	5,5	5,5	6,5	4,9	5,1
- Otros	8,8	9,2	8,2	9,1	7,2	5,9	8,4	6,3	7,5	7,1
- No Votará	11,5	9,9	14,8	14,7	13,9	13,5	12,7	12,0	15,8	12,5
- NS/NC	25,8	27,8	29,5	26,6	30,7	27,8	29,0	29,7	29,9	30,1

Cuadro 2.

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

INDICADORES:	V-89
Total	(1.214)
Propensión al Ahorro	
Ahorran	21%
Se Endeudan	15
Satisfacción con Calidad de Vida	
Satisfechos	81%
Insatisfechos	15
Optimismo Social	
Optimistas	28%
Pesimistas	25
Evaluación Situación Económica	
Optimistas	25%
Pesimistas	30
Satisfacción con Democracia	
Satisfechos	58%
Insatisfechos	30
Satisfacción con Gobierno	
Satisfechos	41%
Insatisfechos	46
Posicionamiento Ideológico	
Izquierda	39%
Centro	14
Derecha	14
Sentimiento Nacionalista	
Más nacionalistas	21%
Más españoles	36
Práctica Religiosa	
Alta	26%
Baja	45
Exposición a Medios	
Alta	15%
Baja	32
Postmaterialismo	
Materialistas	75%
Post-materialistas	25
Posición Social	
Alta	16%
Baja	39
Intención de Voto	
PP	10%
CDS	9
PSOE	27
IU	5

Cuadro 3.

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

MAYO 1989

INDICADORES:	PP	CDS	PSOE	IU	Otros	No Votarán	NS/NC
Total	9,6%	8,7	27,0	5,1	7,1	12,5	30,1
Propensión al Ahorro							
Ahorran	12,8%	10,5	24,5	4,0	10,3	11,2	26,7
Se Endeudan	9,2%	10,1	28,1	4,6	9,5	10,1	28,5
Satisfacción con Calidad de Vida							
Satisfechos	9,8%	8,2	29,5	4,6	7,0	11,6	29,1
Insatisfechos	8,9%	9,1	17,1	7,5	7,1	16,3	34,0
Optimismo Social							
Optimistas	11,8%	8,1	31,2	5,6	7,6	11,0	24,3
Pesimistas	7,1%	8,9	19,7	7,1	7,3	16,2	33,8
Evaluación Situación Económica							
Optimistas	7,1%	7,6	43,7	4,6	8,7	8,0	20,2
Pesimistas	12,9%	8,8	16,5	7,6	8,4	16,0	30,0
Satisfacción con Democracia							
Satisfechos	7,8%	9,4	36,6	4,0	4,9	9,8	27,4
Insatisfechos	13,4%	8,0	12,7	7,8	12,3	16,7	29,1
Satisfacción con Gobierno							
Satisfechos	5,9%	7,7	49,5	2,4	4,5	7,3	22,7
Insatisfechos	14,5%	9,9	11,0	7,8	10,8	15,2	30,7
Posicionamiento Ideológico							
Izquierda	1,6%	4,4	48,2	12,8	10,4	5,9	16,8
Centro	4,6%	29,3	17,0	0,0	9,5	11,4	28,1
Derecha	51,0%	6,9	8,1	0,0	4,3	6,7	23,1
Sentimiento Nacionalista							
Más nacionalistas	6,3%	7,2	17,9	5,0	18,0	14,7	30,9
Más españoles	12,2%	8,6	29,4	5,3	2,2	14,4	27,8
Práctica Religiosa							
Alta	16,8%	8,7	22,7	1,8	5,5	7,8	36,9
Baja	6,3%	7,7	31,1	6,8	8,2	16,0	24,0
Exposición a Medios							
Alta	10,0%	9,5	25,1	4,5	14,5	11,3	25,1
Baja	9,0%	7,5	25,8	5,0	5,0	12,1	35,7
Postmaterialismo							
Materialistas	10,3%	8,8	29,4	3,3	5,0	11,7	31,4
Post-materialistas	7,6%	8,1	19,8	10,7	12,9	14,8	26,2
Posición Social							
Alta	10,9%	11,6	13,4	7,4	12,5	17,9	26,3
Baja	8,4%	6,4	32,1	2,6	4,9	12,3	33,4

Actitudes Económicas y de Consumo

Disminuye la propensión al ahorro

- El indice de propensión al ahorro, es ligeramente positivo, pero es el más bajo de los últimos doce meses.

Disminuye algo el Pesimismo sobre la situación económica

- De los cuatro componentes del sentimiento del consumidor (situación económica personal y de España, presente y futura), tres son otra vez negativos, (la excepción vuelve a ser la evaluación de la situación económica personal futura, que es ligeramente positiva). Los cuatro índices continúan ofreciendo una evaluación más bien negativa de la situación económica, a pesar de que parece mejorar la perspectiva sobre el futuro personal.

Aumentan significativamente los gastos de casa y alimentación, así como los pagos de deudas y créditos

- Durante el mes de abril (al que se refieren los datos recogidos en éste sondeo de mayo), parecen haber aumentado los gastos en el hogar. De los diez capitulos de gasto por los que se pregunta mensualmente, todos han aumentado excepto los de gasolina, cuidado del cuerpo y salud, que han disminuído, y los de ropa y calzado, que se han mantenido igual que en abril.

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.

Los españoles satisfechos con el respeto que reciben de los demás, pero insatisfechos con los impuestos que pagan

- Los españoles parecen estar mayoritariamente muy satisfechos con el respeto que reciben de los demás, y también, pero en menor medida, con el tiempo que tardan en los desplazamientos y con la información que reciben. Pero se muestran insatisfechos con la programación de TVE y, especialmente, con los impuestos que pagan.

Los españoles se sienten casi unánimemente queridos, pero uno de cada cuatro se siente a veces inseguro

- Casi la mitad de los españoles se siente querido casi siempre, frente a sólo un 3 por ciento que afirma no sentirse querido nunca. Pero más de la mitad afirman sentirse preocupados con bastante frecuencia o casi siempre, y sólo un 11 por ciento dice no estar nunca preocupado. Además, un 16 por ciento no se siente nunca eufórico, un 20 por ciento no se ha sentido nunca deprimido o triste, y sólo un 25 por ciento no se ha sentido nunca inseguro.

La opinión pública cree que Hacienda deberia investigar más a fondo las grandes fortunas

- La opinión pública española se muestra muy de acuerdo con la siguiente afirmación:

  "Hacienda deberia investigar más a fondo las grandes fortunas".

Pero existe controversia de opiniones respecto a las siguientes frases:

"Deberia haber una ley que prohibiera las huelgas en los servicios públicos", y

"Son mejores las inversiones que producen grandes beneficios en poco tiempo, aunque tengan más riesgo, que las inversiones que producen beneficios más pequeños pero que no tienen riesgo".

Y se observa un fuerte desacuerdo respecto a las afirmaciones de que:

"El Gobierno no deberia intervenir en el precio de las viviendas", y

"La manera más eficaz de luchar contra la subida de precios es que los intereses de los créditos bancarios sean altos".

DANONE, la empresa más conocida y la mejor valorada este mes

- De las cinco empresas por cuya imagen se ha preguntado este mes, la más conocida ha resultado ser Danone (70%), seguida de Bayer (54%), Osborne (51%), Opel (49%) y Dragados y Construcciones (44%). En cuanto a valoración, la más alta ha correspondido asimismo a Danone (7,2), seguida de Bayer y Opel (6,8), Dragados y Construcciones (6,2), y Osborne (5,3).

Ranking de Conocimiento de Empresas

- De las cuarenta empresas por las que se ha preguntado desde octubre, TVE, Telefónica Correos, Butano, Tabacalera, RENFE, Coca-

Cola, El Corte Inglés, RNE y Danone, son conocidas por más del 70% de los entrevistados.

Ranking de Valoración de Empresas

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

El BBV, el banco con más clientes

- El 86% 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. (10%), después de las Cajas de Ahorro en su conjunto (74%), y la mayoria de los cuentacorrentistas tienen sólo una cuenta corriente o una libreta (66%), aunque un 23% tiene dos.

Equilibrio en la Bolsa, con equiparación entre compradores y vendedores

- Sólo el 6% de los españoles mayores de 18 años declaran este mes tener acciones en Bolsa, y la mayoria de ellos opta por la estabilidad (71%), ya que no piensan ni comprar ni vender acciones durante el próximo mes. Pero se observa cierta tendencia a vender más que a comprar. Entre los no accionistas, alrededor del 1% tiene intención de comprar acciones durante el próximo mes de junio.

Actitudes y Comportamientos Políticos

Actitudes básicas

- El electorado español se autoposiciona ideológicamente sobre todo en la izquierda (39%), y en proporción inferior en el centro (14%) y en la derecha (14%). Un 26% afirma tener una práctica religiosa alta, mientras que alrededor de la mitad (45%) dicen que su práctica religiosa es baja. Casi la mitad de los entrevistados (40%) se consideran tan españoles como nacionalistas, pero la proporción que se considera más español (36%) es superior a la que se considera más nacionalista (21%). Finalmente, una cuarta parte de los entrevistados (25%) 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, todas ellas, La Corona, La Universidad, el Gobierno de la Nación, las Fuerzas Armadas, los Bancos, el Cuerpo Nacional de Policía y los Sindicatos, son conocidas por más del 70% de los entrevistados. La valoración, en una escala de 0 a 10 puntos ha sido: La Corona (7,4), la Universidad (6,5), el Cuerpo Nacional de Policía (6,3), los Sindicatos (5,5), las Fuerzas Armadas (5,4), el Gobierno de la Nación y los Bancos (5,0).

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, la Guardia Civil y la Corona.

Ranking de Valoración de Instituciones

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

Imagen de Personajes públicos

- En cuanto a los líderes políticos incluidos en el sondeo de mayo, los más conocidos son Felipe González, Adolfo Suárez y Manuel Fraga (por más del 80% de los entrevistados), seguidos de Marcelino Oreja, Fernando Morán y Fernández Ordoñez, (por más del 70%), y de Javier Solana (58%), y José Ramón Caso (21%). La valoración más alta corresponde a Fernando Morán (5,5), seguido de Felipe González (5,3), Fernández Ordoñez (5,1), Adolfo Suárez (4,7), Julio Anguita y Marcelino Oreja (4,6), Javier Solana (4,5) y Fraga y Caso (3,9). Sólo Fraga, tiene una imagen más 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, la Reina Dª Sofía, Santiago Carrillo, Adolfo Suarez, Manuel Fraga, Alfonso Guerra y Pilar Miró.

Ranking de Valoración de Lideres

- Y solo nueve de los treinta y cinco superan una puntuación de 5 puntos: la Reina Dª Sofía, el Principe Felipe, Samaranch, Morán, Felipe González, Nicolás Redondo, Fernández Ordoñez, Adolfo Suarez y Mayor Zaragoza.

La opinión pública habría preferido que los terroristas de ETA llevados a Santo Domingo hubiesen ingresado en cárceles españolas

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

  "En lugar de enviar a los terroristas que estaban en Argel a Santo Domingo, habría que haberles traído a cárceles españolas".

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

  "La decisión de UGT de no pedir el voto para el PSOE ni para ningún otro partido en las elecciones europeas",

  "Cada dia es más evidente la incapacidad del Gobierno para lograr que el país funcione normalmente",

  "Los pactos de los partidos PP y CDS para cambiar los gobiernos socialistas de varios Ayuntamientos y Comunidades Autónomas", y

"La formación de la coalición PP-CDS en Ayuntamientos y Comunidades Autónomas tendrá como consecuencia que los socialistas pierdan las próximas elecciones".

Actitud favorable a la decisión de no convocar las elecciones generales junto a las europeas, así como el anuncio de la reforma del sistema educativo

- En relación con la política y actuaciones recientes del Gobierno, se ha observado una opinión pública favorable a:

"La decisión de no convocar las elecciones generales junto a las europeas", y

"El anuncio de la reforma del sistema educativo".

Pero existe una opinión controvertida, aunque en los tres casos con tendencia a ser consideradas de forma favorable, respecto a:

"Las actuaciones que ha llevado a cabo recientemente la Policía para luchar contra la droga",

"La ayuda económica que se ha prestado a Nicaragua", y

"La estrategia que se está siguiendo para luchar contra ETA".

Ligera Insatisfacción con el Gobierno de la Nación, pero persiste la satisfacción con el funcionamiento de la democracia

- El Indice de satisfacción con el Gobierno se encuentra este mes nuevamente algo por debajo del nivel de equilibrio (los insatisfechos son más que los satisfechos). Y persiste un grado aceptable de satisfacción con el funcionamiento de la democracia, lo que significa que la satisfacción/insatisfacción con el Gobierno no implica al sistema constitucional democrático en su conjunto.

Se reduce algo la abstención-decidida y persiste la incertidumbre respecto al voto en las generales

- Los indicadores de intención de voto respecto a las elecciones generales son algo diferentes de los de abril. Las diferencias más importantes en la intención directa de voto entre estos dos meses son, una cierta disminución de la abstención decidida, pero con persistencia de la incertidumbre respecto a qué partido votar en unas futuras elecciones generales; ligero incremento en el voto hacia el PP (que se sitúa por encima del CDS por vez primera desde noviembre) y hacia el PSOE (que logra su mejor resultado desde junio de 1988), e IU, pero descenso en la intención de voto hacia el CDS (que obtiene su peor resultado desde noviembre de 1988). Por comparación con los resultados reales de 1986, las pérdidas podrian estimarse en 51% (nacionalistas de izquierda y otros), 47% (el Partido Popular), 32% (nacionalistas de derecha y centro), y 12% (el PSOE). Sólo CDS (34%) e IU (59%) parecen estar creciendo respecto a 1986, aunque sus ganancias son inferiores a las de meses anteriores.

Estimación de voto. Se recuperan PSOE y PP y desciende el CDS

- 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):

		V-89	1986
	PP	15,7%	18,1%
	CDS	9,0	6,4
	PSOE	23,7	30,7
	IU	4,7	3,2
Nacionalistas	C. y D.	4,8	5,6
Nacionalistas	Iz. y Otros	7,3	6,8
	Abstención	34,8	29,2

- El dato más importante este mes es el del incremento de la recuperación de voto de PSOE y PP (aunque siguen por debajo de sus resultados de 1986), y la pérdida relativa para el CDS e IU (que sin embargo siguen por encima de sus resultados de 1986). Asismismo, se observa una reducción importante de voto hacia partidos nacionalistas de centro y derecha, y un incremento también significativo de los nacionalistas de izquierda y otros partidos.

  Una vez más, sin embargo, la suma del voto estimado para el PP y el CDS sería algo mayor que el voto estimado para el PSOE, como se ha estado observando, cada vez con mayor claridad, desde noviembre de 1988.

Utilización de Medios de Comunicación

Prensa diaria

- El porcentaje de lectores de diarios (el día anterior a la entrevista) se mantiene entre el 40 y el 45 por ciento. El diario más leído sigue siendo, con gran diferencia, El País (9,9%), seguido de El Periódico, La Vanguardia, Diario 16 y ABC. No obstante, por comparación con el mes de abril, todos ellos parecen haber perdido lectores. Alrededor de dos tercios de los lectores de diarios pueden ser considerados asiduos.

Revistas

- También se mantiene estable la proporción de lectores de revistas entre el 30 y el 36 por ciento. La revista más leída resulta ser una vez más Pronto (9,4%), seguida de Hola, Semana, Interviú, Lecturas, Diez Minutos y Tiempo.

Radio

- La audiencia de radio continúa siendo algo superior al 50%. Los mayores porcentajes de audiencia se dan por las mañanas, especialmente de 10 a 12. En Onda Media, RNE-1 SER y COPE siguen disputándose la primacia. En Frecuencia Modulada, la SER mantiene su liderazgo sobre Antena 3, por escaso margen.

Televisión

- Los datos de este mes de mayo muestran que la audiencia de TVE 1 disminuyó (74%), y aumentó algo la de TV-2 (28%). Entre los canales autonómicos, de los cuatro en funcionamiento (catalán, vasco, gallego y andaluz), el gallego parece haber tenido una audiencia (60%) superior, seguido del catalán (48%), del andaluz (39%) y del vasco (23%), en sus respectivas Comunidades Autónomas.

Baja valoración de los informativos de TVE

- La valoración de los telediarios, se mantiene como en abril, (6,6), y sigue sin superar los 7 puntos.

Luz de Luna el programa de mayor audiencia, pero Napoleón y Josefina el mejor valorado

- De los cinco programas de TV por los que se ha preguntado este mes, Luz de Luna es el que ha tenido mayor audiencia (60%),seguido a gran distancia por Napoleón y Josefina (38%) y el Olivar de Atocha (36%), A Media Voz (28%), y finalmente por El Viaje Infinito (8%). Las valoraciones presentan menos diferencias, pero destaca Napoleón y Josefina (6,0), seguido de El Viaje Infinito (5,8), El Olivar de Atocha (5,5), A Media Voz (5,4) y Luz de Luna (4,9).

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 ocho meses, han tenido mayor audiencia, (superior al 70%).

Ranking de Valoración de Programas

- Pero el ranking de valoración hasta ahora muestra que En Familia, Informe Semanal, En Portada, Documentos TV, Tres por Cuatro, El Tiempo es Oro y Otros Pueblos, son los únicos que superan una puntuación de 7,0 (en una escala de 0 a 10 puntos).

Coca Cola y el anuncio del perro, siguen siendo los anuncios más recordados

- Otra vez el anuncio de Coca Cola, y el de "Aprender a ver televisión" (el del perro), son este mes los más recordados como los que más han gustado (87 y 40 menciones respectivamente).

Inma de Santis,el comunicador más conocido, pero María de San Juan y Peridis los más valorados este mes

- De los cinco comunicadores sociales por los que se ha preguntado este mes, Inma de Santis es la más conocida (31%), mientras que Peridis, Julián Marias y María de San Juan son conocidos por alrededor de un 15%, y Ernesto Saenz de Buruaga solo lo es por un 6%. En cuanto a la valoración, las diferencias son muy escasas, ya que María de San Juan y Peridis obtienen 6,4 puntos, seguidos de Julián Marías e Inma de Santis (6,3), y de Saenz de Buruaga (6,0).

Ranking de Conocimiento de Comunicadores

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

Ranking de Valoración de Comunicadores

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

Baja exposición a medios

- La exposición a medios de comunicación de los españoles sigue siendo baja (82 en una escala de 0 a 200), 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 Siguientes Actividades:

MAYO/88-MAYO/89

Participar en un concurso de radio o TV.	84
Asistir a una manifestación.	75
Asistir a cursos de idiomas, reciclaje o aprendizaje, etc.	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
Asistir a reuniones profesionales de asociaciones de ocio.	66
Ir a espectáculos de variedades.	64
Ir a un concierto de música moderna.	63
Merendar en una cafetería.	63
Ir al teatro.	62
Asistir a espectáculos deportivos.	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
Ir a comprar a centros comerciales.	51
Sentirse solo.	50
Salir por la noche al cine (copas).	48
Hablar de Política.	47
Ir al cine.	47
Ir a comprar a grandes almacenes.	46
Jugar a la Lotería Primitiva.	45
Salir o reunirse con amigos de la juventud o infancia.	42
Jugar a la Lotería Nacional.	41
Salir o reunirse con vecinos.	41
Salir con otras personas distintas de las mencionadas.	40
Comprar el Cupón de la ONCE	40
Salir o reunirse con amigos del trabajo.	39
Ir a comprar a Hipermercados.	39
Salir fuera de su ciudad o pueblo.	36
Ir a comprar al mercado.	29
Ir a comprar bebidas.	28
Sentirse inseguro.	25
Ir a comprar productos de limpieza.	23
Ir a comprar medicamentos.	21
Ir a comprar a tiendas de barrio.	20
Sentirse deprimido o triste.	20
Ir a comprar ropa.	19
Salir o reunirse con familiares de fuera del hogar.	18
Ir a comprar alimentos.	16
Sentirse eufórico.	16
Ir de compras.	16
Oir música.	16
Pensar en el futuro.	14
Estar preocupado.	11
Sentirse querido.	3

Cuadro 5

Imagen Social de Grandes Empresas

OCTUBRE 1988/MAYO 1989

VALORACION MEDIA

Conocimiento	Alta (+6,0)	Media (5,0-6,0)	Baja (-5,0)
Alto +70%	Corte Inglés Butano Danone	Telefónica RENFE Coca-Cola Correos	T.V.E. Tabacalera
Medio 50-70%	Ford Renault RNE Nestlé Iberia REPSOL Campsa Sanyo Bayer	Galerias Preciados Seat Hidroeléctrica Española Osborne	
Bajo -50%	Dragados y Constr. Opel Continente I.B.M. Alcampo BBV Pryca Camp Pascual Sony	Domecq AEG Asisa Sanitas La Unión y el Fenix Iberduero Citroen Mapfre	

Cuadro 6.

Imagen Social de Instituciones y Grupos Sociales

ABRIL 1988/MAYO 1989

CONOCIMIENTO	VALORACION		
	Alta (+6,0)	Media (4,5-6,0)	Baja (-4,5)
Alto (+85%)	Corona Guardia Civil Cuerpo Nacional de Policía	Gobierno Nación Seguridad Social Televisión Española Prensa Iglesia	ETA Justicia
Medio (70-85%)	Universidad CEE Defensor del Pueblo	Fuerzas Armadas Bancos CCOO Congreso de los Diputados Los Empresarios UGT Cortes Españolas Los Sindicatos Tribunales de Justicia	Partidos Políticos OTAN
Bajo (-70%)	O.N.U. Tribunal Constitucional La Unesco Banco de España	Poder Judicial Comité Olímpico Español	CEOE

Cuadro 7.

Imagen Social de Personajes Públicos

- MAYO 1988/MAYO 1989

CONOCIMIENTO	VALORACION: Alta (+5,5)	Media (4,0-5,5)	Baja (-4,0)
Alto (+70%)	Reina Dª Sofía Príncipe Felipe	Adolfo Suárez Manuel Fraga Nicolás Redondo Felipe González Marcelino Oreja F.Fernández Ordoñez	Santiago Carrillo Alfonso Guerra A. Hernández Mancha Miguel Boyer Pilar Miró Carlos Solchaga
Medio (50-70%)	Jose A. Samaranch Fernando Morán	R. Martín Villa Luis Solana Julio Anguita Abel Matutes Manuel Cháves Antonio Gutiérrez Javier Solana	Ramón Tamames
Bajo (-50%)		E. Punset A. Hernández Gil F. Mayor Zaragoza José Borrell Carlos Ferrer Salat José María Aznar Matilde Fernández Miguel Herrero y R. Miñón Rosa Conde José Luis Corcuera	J. Ramón Caso

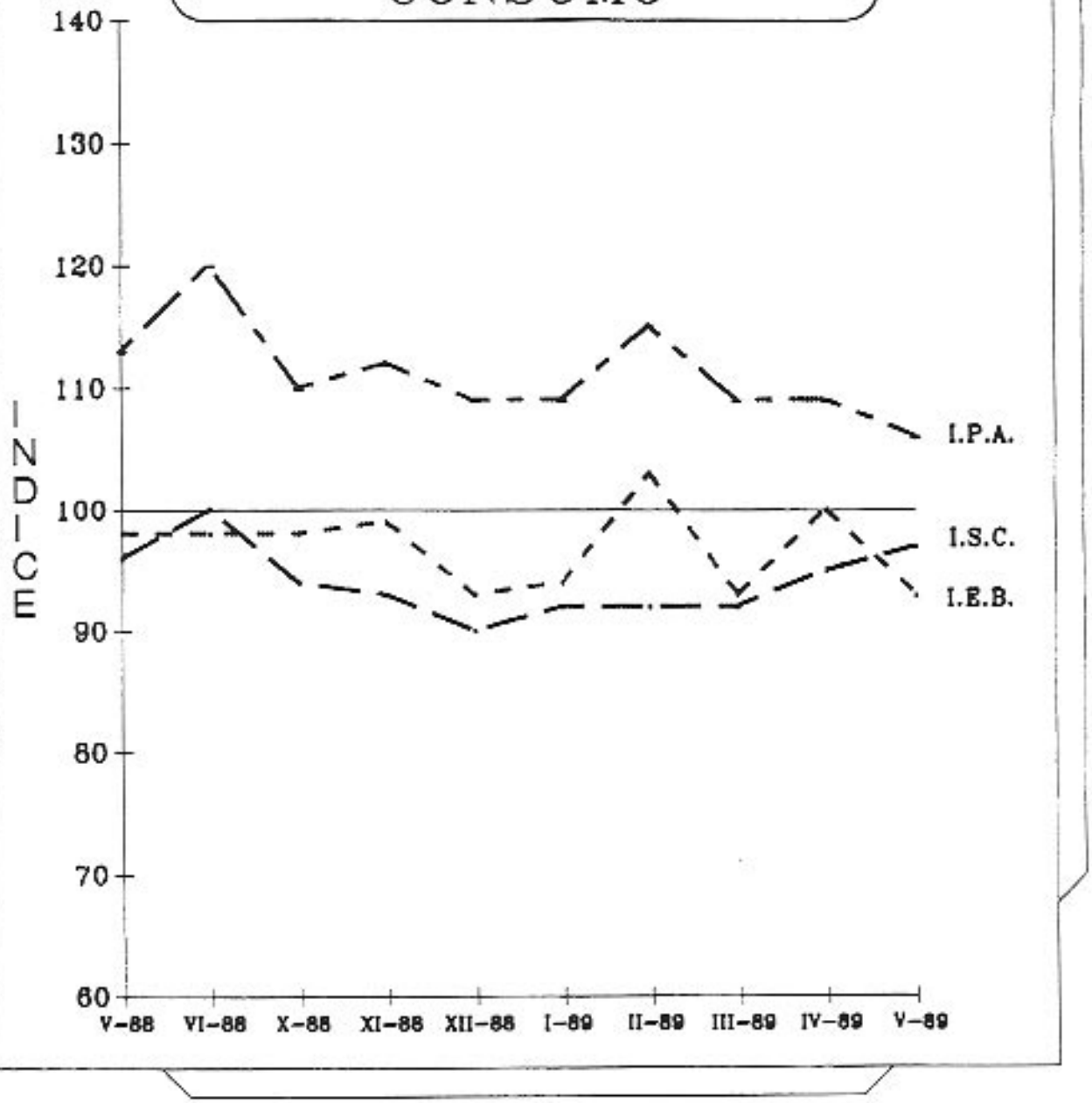
Cuadro 8.

Conocimiento y Valoración de Comunicadores Sociales

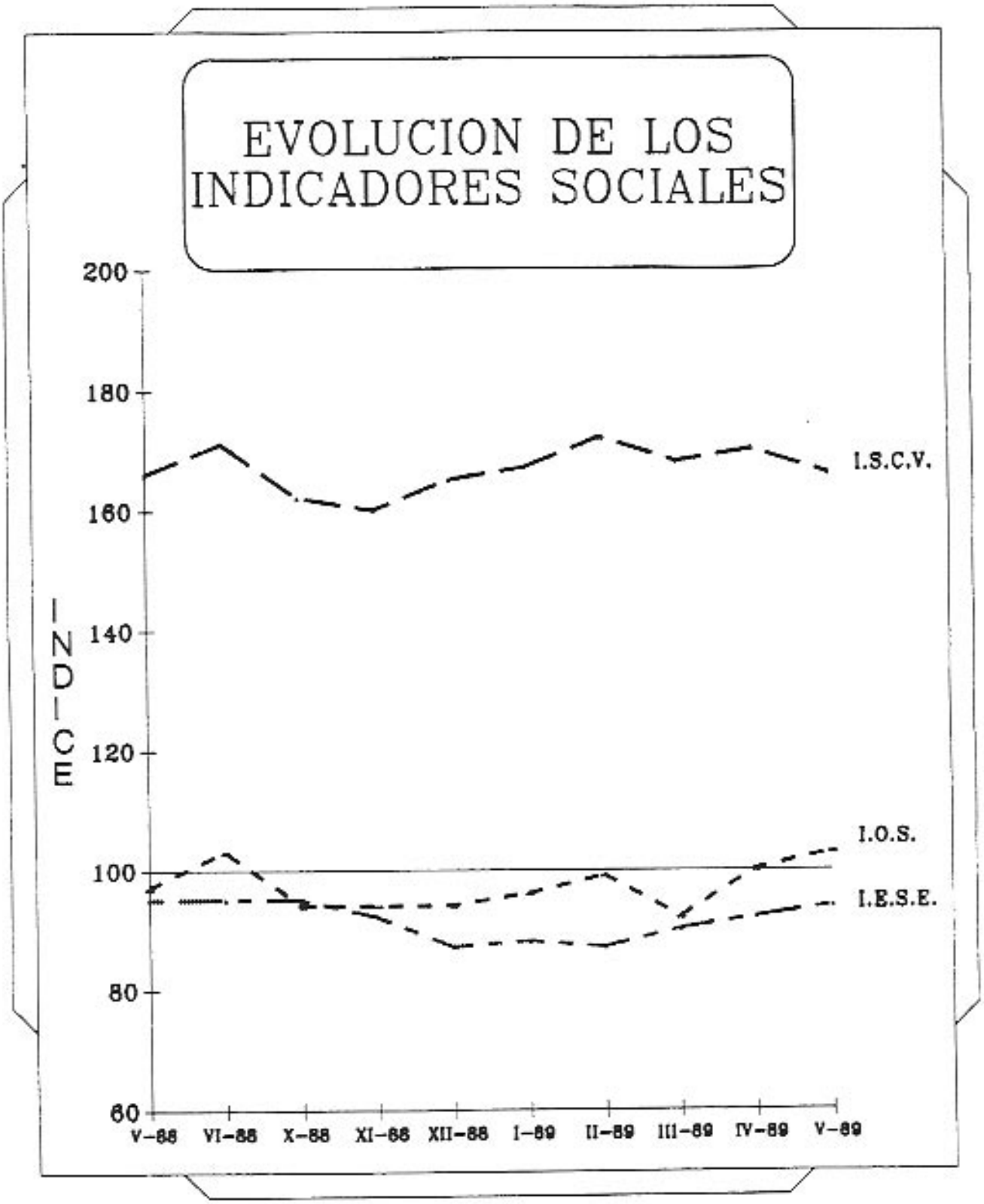
OCTUBRE 1.988/MAYO 1.989

CONOCIMIENTO	VALORACION		
	Alta (+7,0)	Media (5,0-7,0)	Baja (-5,0)
Alto (+70%)	I. Gabilondo	Jesús Hermida Joaquín Prats Jose M. Garcia J. Arozamena Miguel A. Gozalo	Bibi Andersen
Medio (30-70%)	Rosa M. Mateos Julia Otero	Franciso Umbral Anna Castells L. Azcona María Escario Emilio Romero Luis del Olmo Mingote Encarna Sánchez Luis Mariñas A. Aberastury M. Hidalgo Julio Cesar Iglesias E. Sotillos F. Sánchez Dragó Juan Luis Cebrián Olga Barrio Manuel M.Ferrand Antonio Gala Inma de Santis	Terenci Moix
Bajo (-30%)		Manuel Campo Miguel Angel Nieto José Oneto Julián Lago Pedro J. Ramirez Jaime Capmany Gallego y Rey Maria de San Juan Julia Marías Peridis Maria de San Juan Julián Marías Peridis E. Saenz de Buruaga	

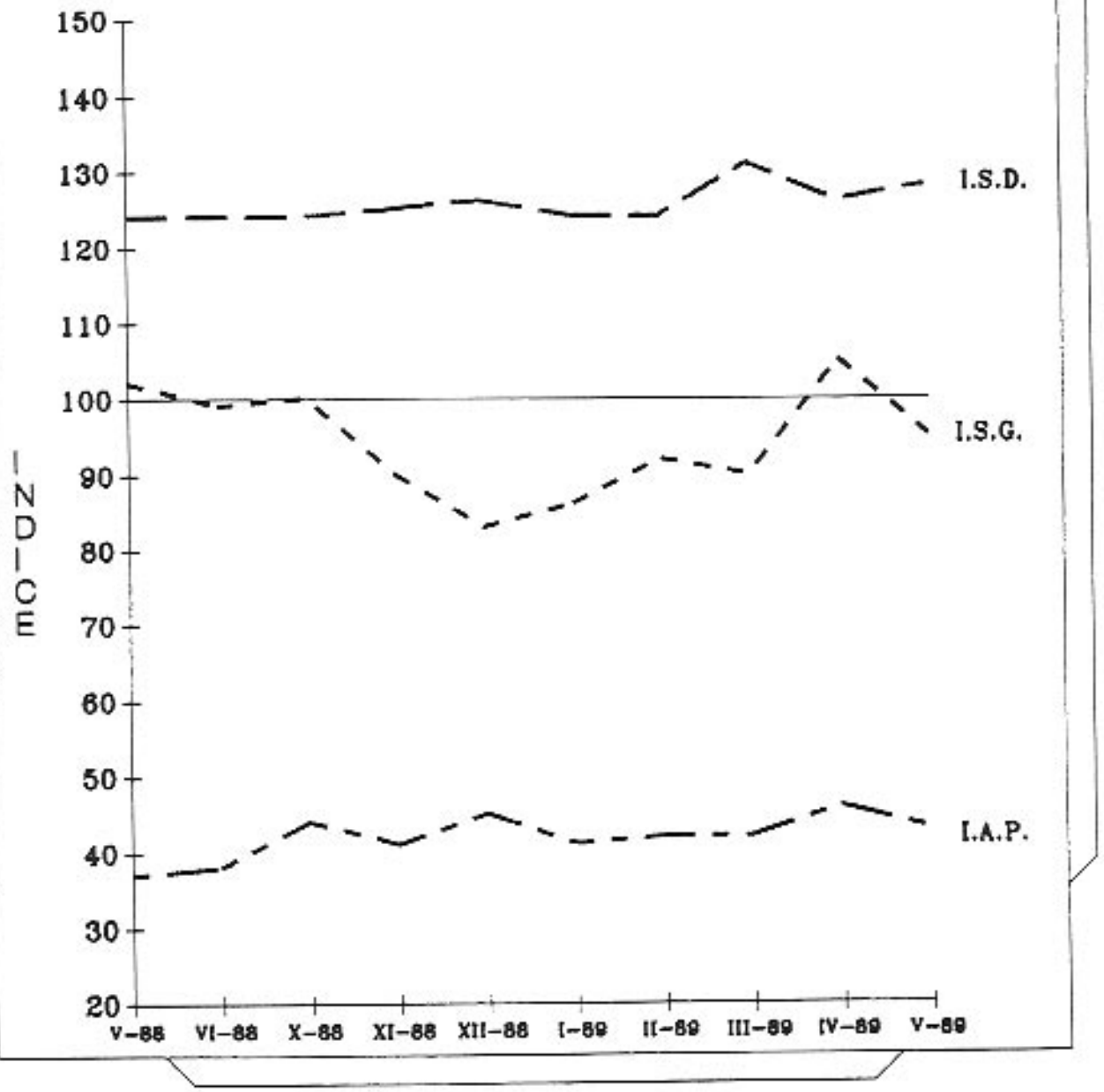
EVOLUCION DE LOS INDICADORES ECONOMICOS Y DE CONSUMO



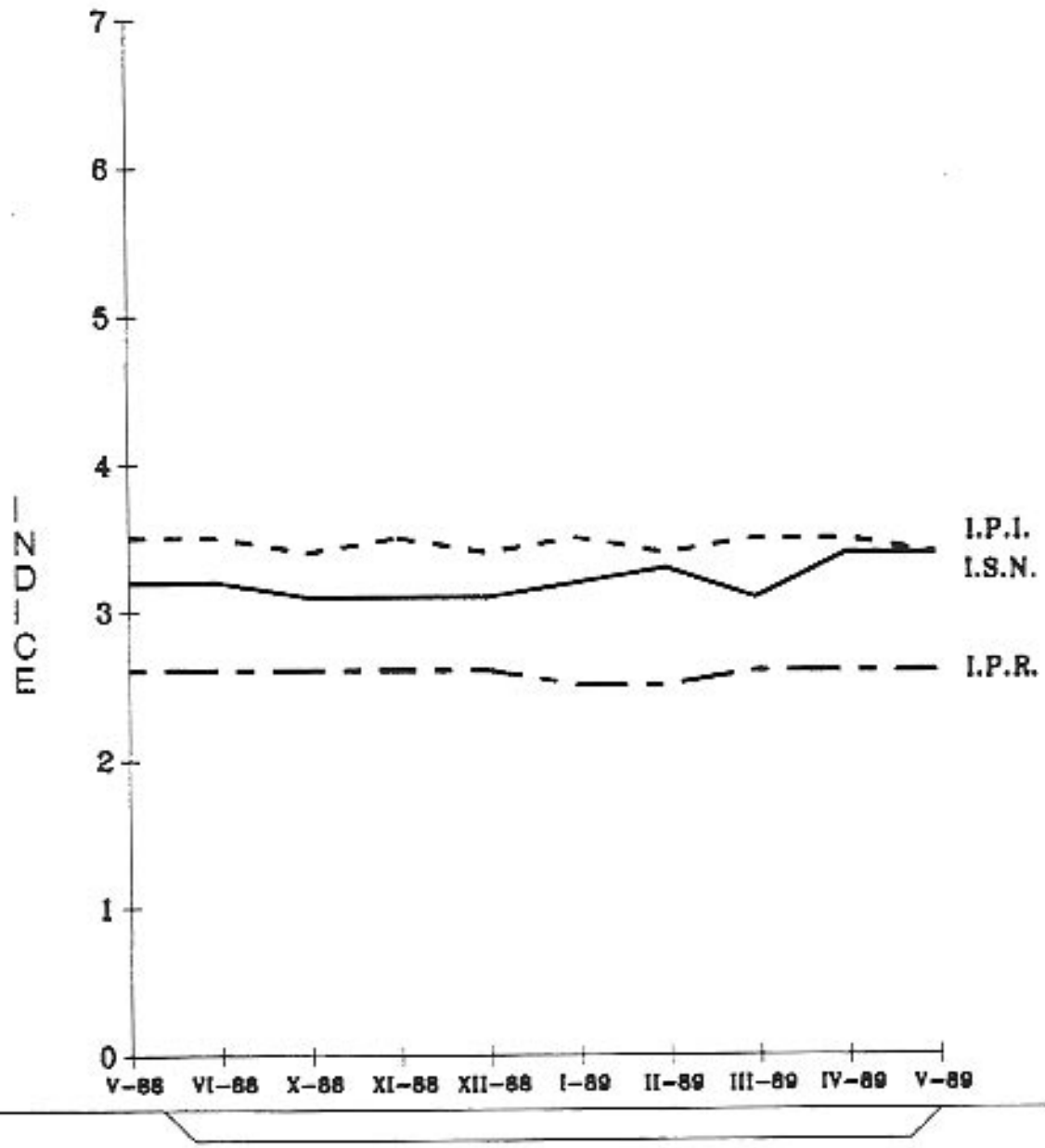
EVOLUCION DE LOS INDICADORES SOCIALES



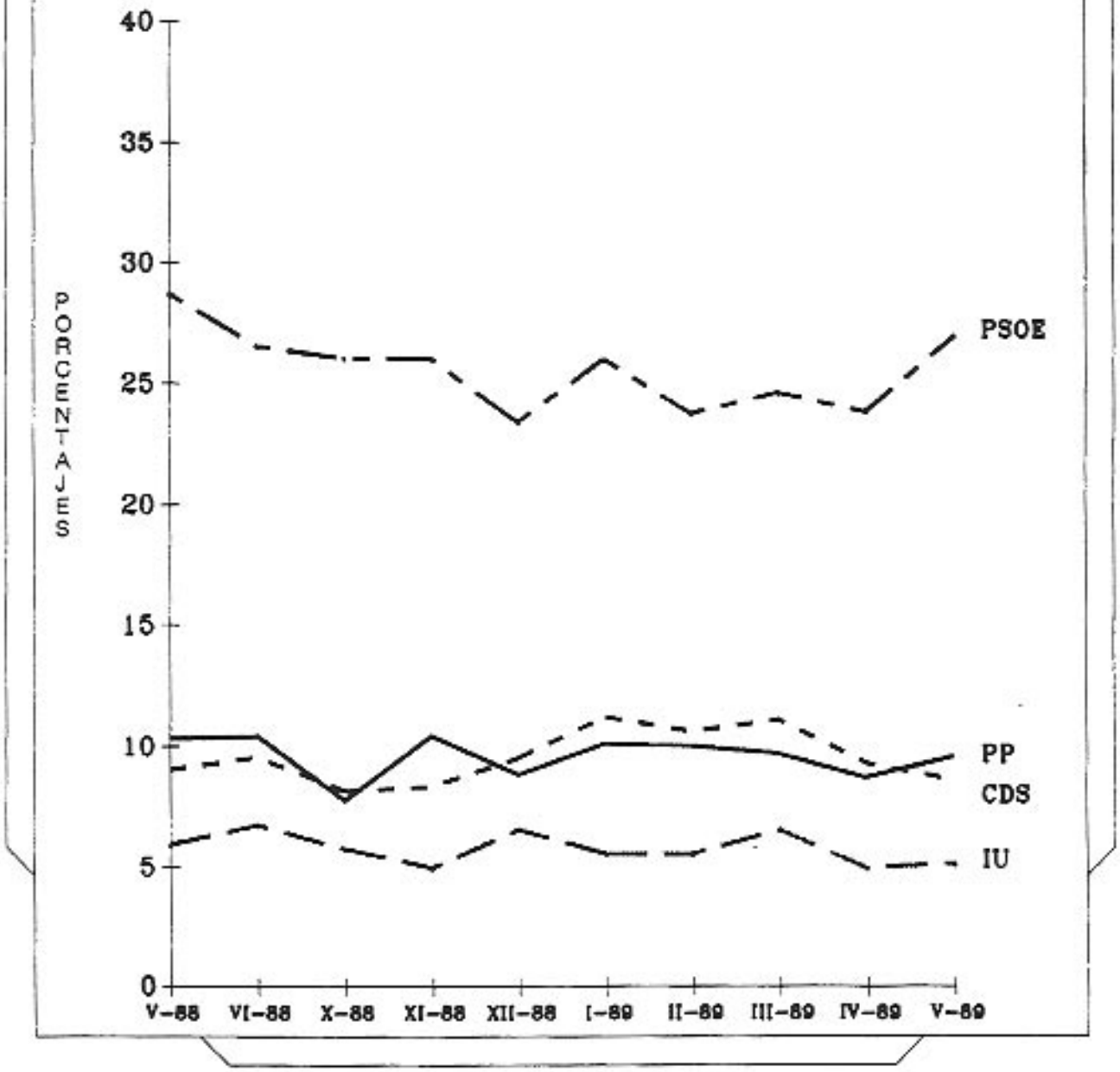
EVOLUCION DE LOS INDICADORES POLITICOS



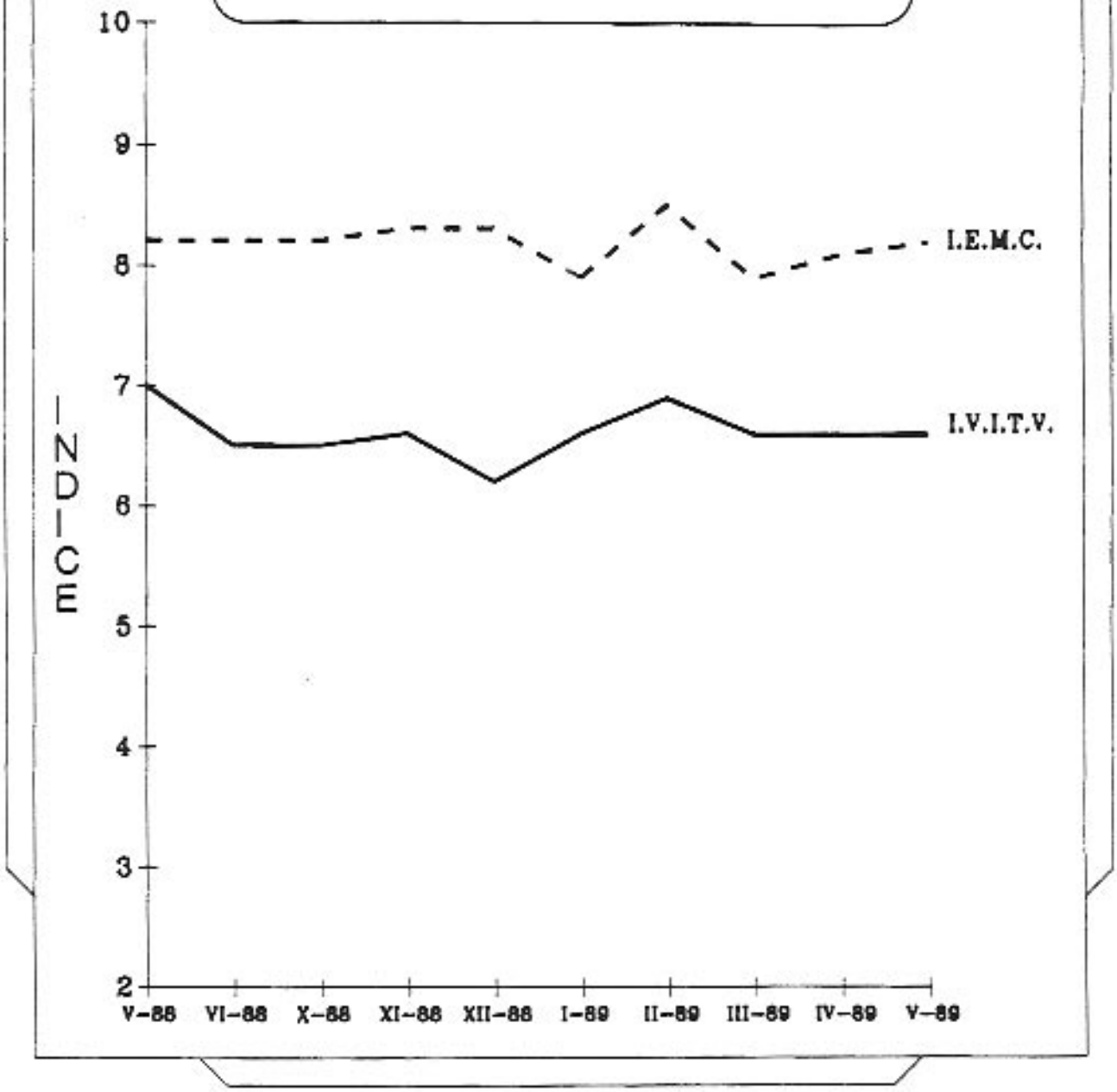
EVOLUCION DE LOS INDICADORES DE POSICIONAMIENTO IDEOLOGICO



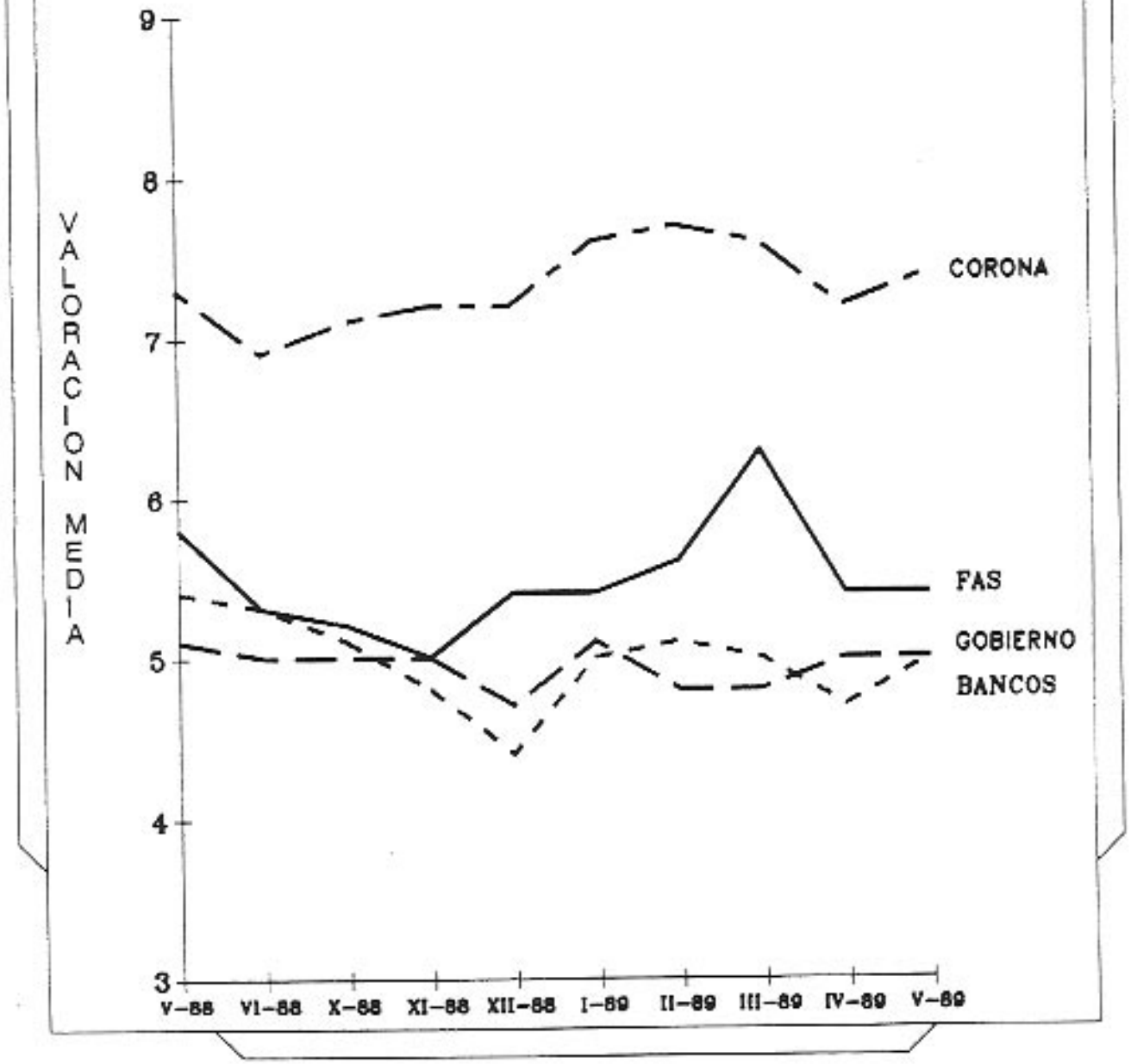
INTENCION DE VOTO DIRECTA



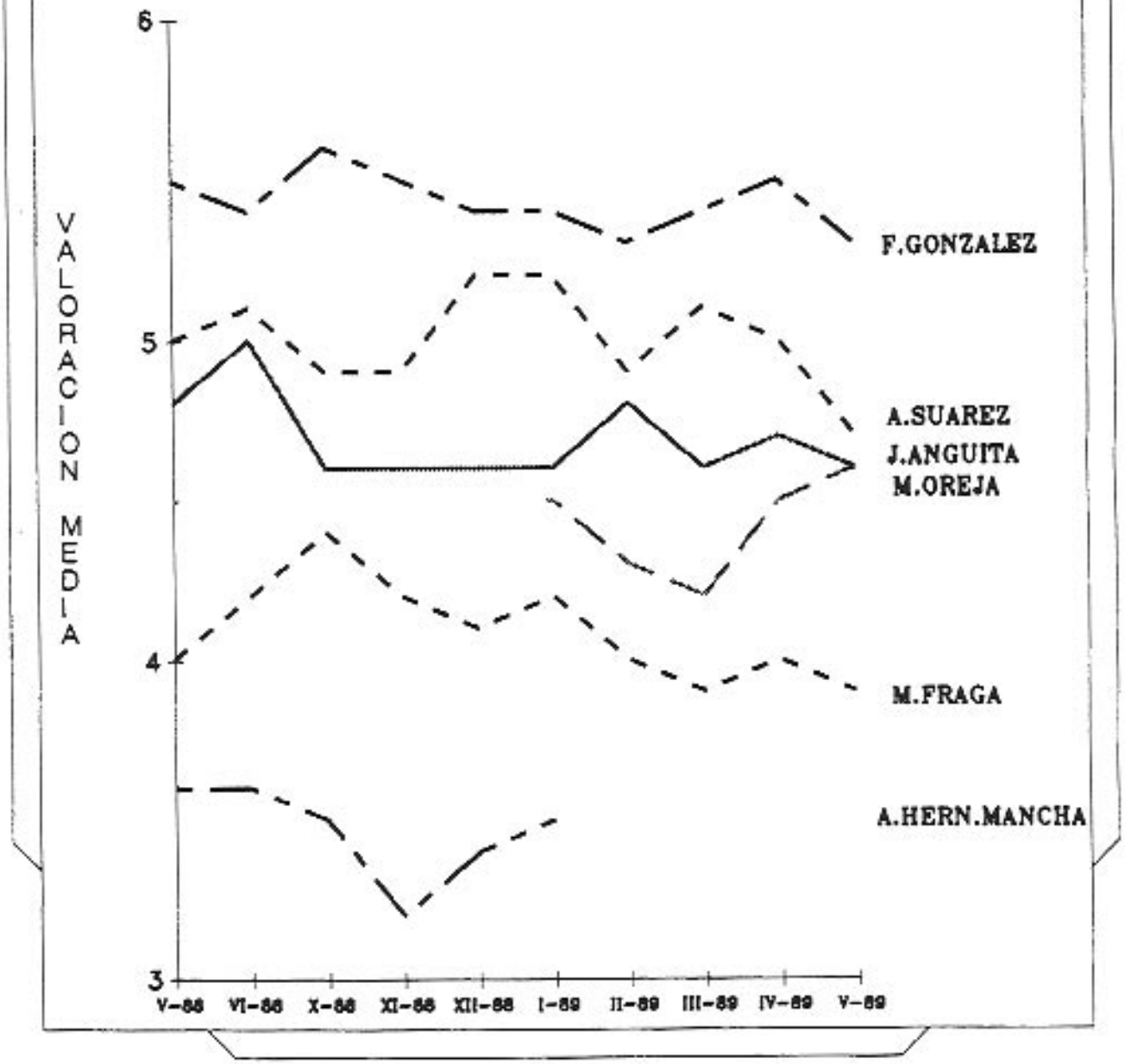
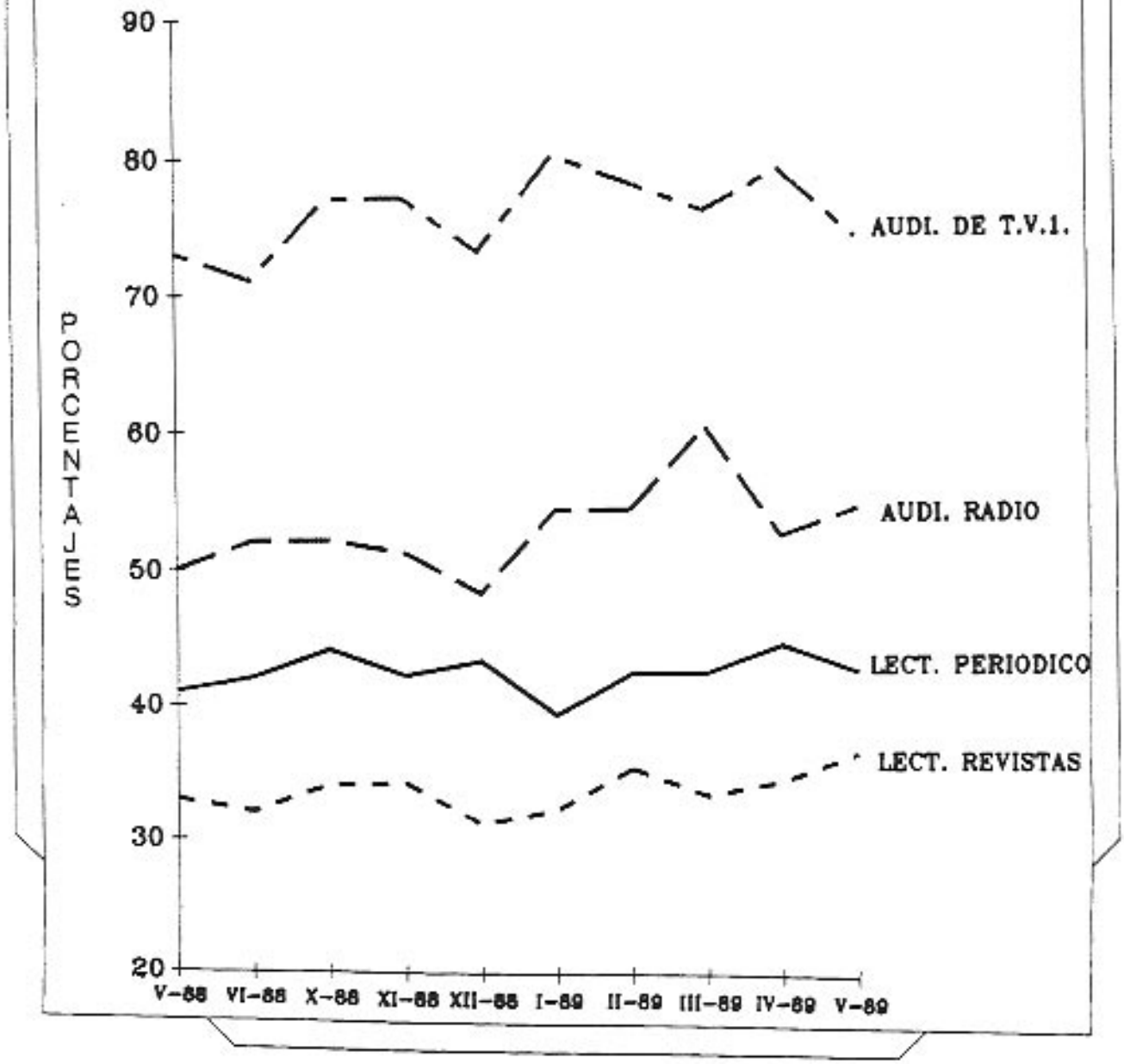
EVOLUCION DE LOS INDICADORES DE EXPOSICION A MEDIOS



VALORACION DE LAS INSTITUCIONES



VALORACION DE LOS PRINCIPALES LIDERES POLITICOS



EVOLUCION DEL PORCENTAJE DE AUDIENCIA MEDIOS DE COMUNICACION