



BOLETIN A.S.E.P.

sobre

LA OPINION PUBLICA DE LOS ESPAÑOLES

ENERO - 1.990

"FLASHES"

La opinión pública durante el mes de enero ha estado, posiblemente, mas pendiente de lo que sucedía en los países del Este de Europa, y sólo en los últimos días ha estado mas acaparada por el "affaire" de Juan Guerra, que no pudo ser incluido en el cuestionario, realizado a mediados de mes.

La opinión sobre el ámbito internacional

Una idea de lo que los españoles opinan en materia de relaciones internacionales puede obtenerse, este mes, de la imagen de ciertos líderes. Así, se ha podido comprobar la muy buena imagen de Gorbachov entre los españoles, muy por encima incluso del Presidente González, y la mala imagen de Bush, con evaluaciones mas intermedias para Mitterrand y Margaret Thacher.

La situación política nacional

En cuanto a la opinión sobre cuestiones nacionales, parece que la primera quincena de enero se caracterizó por una gran estabilidad respecto a la situación antes de Navidades.

Los diferentes indicadores de recuerdo de voto, intención directa y estimación de voto ofrecen un cuadro no muy distinto de lo que fueron los resultados reales en las pasadas elecciones de octubre del '89.

	<u>Reales '89</u>	<u>Recuerdo</u>	<u>Intención</u>	<u>Estimación</u>
PP	17,9	10,7	11,0	16,5
CDS	5,5	4,1	4,1	5,5
PSOE	27,4	32,2	30,8	27,7
IU	6,3	6,2	8,4	9,2
Nac. Dcha.	7,2	4,5	5,9	8,0
Nac. Izqda.	1,8	1,2	1,8	2,0
Otros	2,9	1,8	3,1	4,3
Abstención	31,0	17,7	8,3	26,8
NS/NC	-	21,6	26,6	-

Solo se detecta cierta pérdida (mínima) del PP, cierto incremento de IU y de los nacionalistas y "otros", pero con una abstención realmente pequeña incluso en la estimación del voto.

El único tema político que ha estado más presente en los medios de comunicación, el de la autodeterminación, es claramente rechazado por la mayor parte de la opinión pública. Por una parte, aseguran los españoles que quien pide autodeterminación realmente quiere la independencia. Por otra parte, se respalda claramente al Gobierno en su actitud contraria a modificar la Constitución para admitir la autodeterminación.

Aunque la satisfacción, la autocomplacencia y el optimismo siguen caracterizando a los españoles, según los indicadores disponibles, se observa cierto descenso respecto al pasado mes de diciembre, lo que podría ser un preludio de meses sucesivos.

El año, y la década, han comenzado con una opinión pública estable y sosegada. Pero el sondeo de febrero puede indicar el inicio de ciertos cambios en las opiniones.

Sistema de Indicadores Sociales ASEP

- El sistema de indicadores refleja, en su conjunto, una situación estable favorable al Gobierno, una situación social de satisfacción, optimismo y confianza, que probablemente es todavía consecuencia del favorable resultado de las elecciones para el PSOE, y de la ausencia de una oposición que pueda ser alternativa.

- Los indicadores económicos y de consumo mantienen este mes el nivel de mejora de estos últimos meses, lo que sugiere que la opinión pública está satisfecha y confía en el futuro de la situación económica, hasta el punto de que, una vez más, tanto el sentimiento del consumidor como la evaluación de la situación económica de España son positivos.

- Los indicadores sociales se mantienen también favorables, ya que continúa la satisfacción con la calidad de vida (siempre en un nivel muy alto), y sigue siendo mayor la proporción de optimistas que la de pesimistas. Además, se mantiene estable una práctica religiosa media, y se consolida la proporción (casi un tercio) de post-materialistas.

- Los indicadores políticos muestran una vez mas que la proporción de satisfechos con el Gobierno es mayor que la de los insatisfechos, al igual que sucede con el funcionamiento de la Democracia, manteniéndose el bajo nivel de alienación política. Los españoles siguen autopositionándose entre el centro y el centro izquierda, y se consideran mayoritariamente tan españoles como nacionalistas (con cierto mayor predominio de los primeros).

- La exposición a medios sigue siendo baja.

- Y la intención de voto directa muestra una ligera pérdida (respecto a diciembre) del PP e IU, y cierta recuperación del CDS (dentro de su bajo nivel de los últimos meses) del PSOE y de otros partidos. Pero la estimación de voto de este mes vuelve a ser casi una réplica de los resultados de 1989, con las únicas variaciones de una abstención más baja, una intención de voto más alta para IU, nacionalistas y "otros" partidos, y una ligera disminución del PP. En resumen, estabilidad.

Cuadro 1.

Sistema de Indicadores Sociales ASEP

	I-89	III-89	IV-89	V-89	VI-89	IX-89	X-89	XI-89	XII-89	I-90
<u>ECONOMICOS Y DE CONSUMO</u>										
1 - ISC	92	92	95	97	95	97	100	101	100	100
2 - IPA	115	109	109	106	110	117	115	114	117	116
3 - IESE	87	90	92	94	91	97	100	103	101	103
4 - IGA	39,2	38,9	37,8	38,9	39,1	40,5	42,6	41,3	40,9	43,0
<u>SOCIALES</u>										
5 - ISCV	172	168	170	166	166	169	169	167	173	168
6 - IOS	99	92	100	103	100	99	105	102	102	101
7 - IPR	2,5	2,6	2,6	2,6	2,6	2,6	2,5	2,6	2,5	2,4
8 - IPM	23	22	24	25	30	30	27	30	31	32
<u>POLITICOS</u>										
9 - ISD	124	131	126	128	124	130	128	143	146	140
10- ISG	92	90	105	95	97	108	110	113	123	114
11- IAP	42	42	46	43	45	42	41	31	34	35
12- IPI	3,4	3,5	3,5	3,4	3,2	3,4	3,3	3,2	3,3	3,3
13- ISN	3,3	3,1	3,4	3,4	3,3	3,3	3,3	3,2	3,3	3,1
<u>MEDIOS DE COMUNICACION</u>										
14- IEMC	-	-	-	-	-	39	41	38	38	37
<u>INTENCION DIRECTA DE VOTO</u>										
- PP	10,0	9,7	8,7	9,6	7,3	8,1	7,7	13,0	11,5	11,0
- CDS	10,6	11,1	9,3	8,6	6,3	3,8	4,6	3,0	3,8	4,1
- PSDE	23,8	24,7	23,9	27,0	25,1	28,4	30,4	31,9	29,8	30,8
- IU	5,5	6,5	4,9	5,1	6,8	8,2	7,0	11,1	11,1	8,4
- Otros	8,4	6,3	7,5	7,1	9,2	9,4	9,4	10,0	9,4	10,8
- No Votará	12,7	12,0	15,8	12,5	15,3	8,2	9,0	7,1	8,2	8,3
- NS/NC	29,0	29,7	29,9	30,1	30,0	33,9	31,9	23,9	26,2	26,6
<u>INTENCION DE VOTO ESTIMADA</u>										
- PP	15,1	16,8	13,9	15,7	13,6	15,5	13,8	19,5	17,7	16,5
- CDS	11,8	10,1	9,6	9,0	8,5	6,1	6,9	4,6	5,1	5,5
- PSDE	22,1	22,9	21,0	23,7	22,2	26,7	26,9	30,7	27,9	27,7
- IU	5,2	6,6	5,5	4,7	6,9	7,6	7,2	10,8	11,5	9,2
- Nacional.Derecha	8,2	6,4	7,4	4,8	6,1	6,7	6,3	7,1	7,9	8,0
- Nacional. Izquierda	2,4	3,5	3,5	4,6	4,0	2,3	3,4	1,6	1,3	2,0
- Otros	0,7	1,0	1,8	2,7	2,3	4,2	4,5	4,1	4,0	4,3
- Abstención	34,5	32,7	37,3	34,8	36,4	30,9	31,0	21,6	24,6	26,8

Cuadro 2.

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

INDICADORES:	I-90

Total	(1.210)
<u>Propensión al Ahorro</u>	
Ahorran	27%
Se Endeudan	11
<u>Satisfacción con Calidad de Vida</u>	
Satisfechos	81%
Insatisfechos	12
<u>Optimismo Personal</u>	
Optimistas	24%
Pesimistas	23
<u>Evaluación Situación Económica</u>	
Optimistas	26%
Pesimistas	23
<u>Satisfacción con Democracia</u>	
Satisfechos	62%
Insatisfechos	22
<u>Satisfacción con Gobierno</u>	
Satisfechos	50%
Insatisfechos	35
<u>Posicionamiento Ideológico</u>	
Izquierda	43%
Centro	11
Derecha	15
<u>Sentimiento Nacionalista</u>	
Más nacionalistas	21%
Más españoles	26
<u>Práctica Religiosa</u>	
Alta	23%
Baja	51
<u>Exposición a Medios</u>	
Alta	2%
Baja	65
<u>Postmaterialismo</u>	
Materialistas	68%
Post-materialistas	32
<u>Posición Social</u>	
Alta	19%
Baja	35
<u>Intención de Voto Directa</u>	
PP	11%
CDS	4
PSOE	31
IU	8

Actitudes Económicas y de Consumo

La propensión al ahorro se mantiene positiva - El índice de propensión al ahorro es ligeramente positivo, y muy similar al del último mes.

Se mantiene cierto Optimismo sobre la situación económica - De los cuatro componentes del sentimiento del consumidor (situación económica personal y de España, presente y futura), dos son este mes positivos y similares a los de diciembre, (las excepciones son la evaluación de la situación económica personal y nacional presentes, que son claramente negativas). Los cuatro índices ofrecen por tanto una evaluación ligeramente favorable de la situación económica, muy similar a la del mes pasado, y globalmente idéntica.

Aumenta el gasto promedio de los hogares en alimentación, en gasolina y en gastos de casa - Los españoles han gastado en diciembre un promedio de 43.000 ptas. en alimentación en casa, 15.900 ptas. en gastos de casa, 15.800 ptas. en regalos de Navidad, 11.400 ptas. en ocio y vacaciones, y 6.000 ptas. en gasolina. Por tanto, aumentan los gastos en alimentación, casa y gasolina.

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.

Hábitos de compras

- Los españoles afirman mayoritariamente que van de compras cuando no les queda más remedio, que cuando van de compras pagan siempre en efectivo, que casi siempre compran en las mismas tiendas, y que siempre saben lo que quieren cuando van de compras.

Los españoles consideran que el paro es más importante que la inflación, y que será difícil reducir el consumo

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

"El problema del paro sigue siendo más importante que el de la inflación",

"Haga lo que haga el Gobierno, será difícil reducir el consumo de los españoles",

"A pesar de las apariencias, las relaciones entre el Gobierno y los Sindicatos siguen siendo malas".

Pero existe controversia de opiniones respecto a la siguiente frase:

"La economía española está en su mejor momento desde hace muchos años".

NESTLE, la mejor empresa en el sector de alimentación

- Al preguntar por la mejor empresa en el sector de alimentación, la más mencionada fue NESTLE, seguida de PRYCA.

El BBV, el banco con más clientes

- El 80% 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 (77%).

Actitudes y Comportamientos Políticos

Actitudes Básicas

- El electorado español se autoposiciona ideológicamente sobre todo en la izquierda (43%), y en proporción inferior en el centro (11%) y en la derecha (14%), lo que implica este mes cierto aumento de la izquierda y del centro, y un ligero descenso de la derecha. Un 23% afirma tener una práctica religiosa alta, mientras que alrededor de la mitad (51%) dicen que su práctica religiosa es baja. La mitad de los entrevistados (50%) se consideran tan españoles como nacionalistas, pero la proporción que se considera más español (26%) es superior a la que se considera más nacionalista (21%). Finalmente, casi un tercio de los entrevistados (32%) pueden ser considerados como post-materialistas (con ideas más progresistas, vanguardistas).

Imagen de Instituciones

- De las instituciones y grupos por los que se ha preguntado este mes, casi todos ellos, La Corona, el Gobierno de la Nación, Las Fuerzas Armadas, los Bancos, los Empresarios y los Sindicatos, son conocidos por más del 70% de los entrevistados. Solo sobre las Organizaciones Empresariales opina una proporción inferior (69%). La valoración, en una escala de 0 a 10 puntos ha sido: La Corona (7,4), los Sindicatos (5,7), los Empresarios y el Gobierno de la Nación (5,4), las Fuerzas Armadas (5,2), las Organizaciones Empresariales (5,0) y los Bancos (4,8).

Actitudes y Comportamientos Políticos

Actitudes Básicas

- El electorado español se autoposiciona ideológicamente sobre todo en la izquierda (43%), y en proporción inferior en el centro (11%) y en la derecha (14%), lo que implica este mes cierto aumento de la izquierda y del centro, y un ligero descenso de la derecha. Un 23% afirma tener una práctica religiosa alta, mientras que alrededor de la mitad (51%) dicen que su práctica religiosa es baja. La mitad de los entrevistados (50%) se consideran tan españoles como nacionalistas, pero la proporción que se considera más español (26%) es superior a la que se considera más nacionalista (21%). Finalmente, casi un tercio de los entrevistados (32%) pueden ser considerados como post-materialistas (con ideas más progresistas, vanguardistas).

Imagen de Instituciones

- De las instituciones y grupos por los que se ha preguntado este mes, casi todos ellos. La Corona, el Gobierno de la Nación, Las Fuerzas Armadas, los Bancos, los Empresarios y los Sindicatos, son conocidos por más del 70% de los entrevistados. Solo sobre las Organizaciones Empresariales opina una proporción inferior (69%). La valoración, en una escala de 0 a 10 puntos ha sido: La Corona (7,4), los Sindicatos (5,7), los Empresarios y el Gobierno de la Nación (5,4), las Fuerzas Armadas (5,2), las Organizaciones Empresariales (5,0) y los Bancos (4,8).

Ranking de
Conocimiento
de Instituciones

- Las instituciones sobre las que ha opinado el menos un 90 por ciento de la población durante los últimos doce meses son ICE, la Seguridad Social, la Guardia Civil, la Justicia y la Corona.

Ranking de
Valoración de
Instituciones

- Pero solo cuatro han recibido a lo largo de este periodo de tiempo una valoración superior a 6,5 puntos: la Corona, la Guardia Civil, la CYC, y la Universidad.

Imagen de
Personajes
Públicos

- En cuanto a los líderes políticos incluidos en el sondeo de enero, los más conocidos son Felipe González, Adolfo Suárez y Manuel Fraga (por más del 50% de los entrevistados), seguidos de Gorbachov, Angaita y Aznar, (por más de 30%), y de Margaret Thatcher (79%), Mitterrand (70%) y Bush (69%). La valoración más alta corresponde a Gorbachov (7,0), seguido de Felipe González (6,0), Angaita (5,2), Mitterrand (4,9), Aznar (4,5), Thatcher (4,3), Suárez (4,2), Fraga (3,9) y Bush (3,8). Además, Thatcher, Bush, Fraga y Aznar tienen una imagen muy controvertida.

Ranking de
Conocimiento
de Líderes

- De los 12 líderes y personajes públicos por los que se ha preguntado durante los últimos doce meses, solo siete son conocidos por al menos un 40 por ciento de los españoles: la Reina D^a Sofía, el Príncipe Felipe, Felipe González, Adolfo Suárez, Manuel Fraga, Alfonso Guerra y Miguel Gorbachov.

Ranking de
Valoración
de líderes

- Y solo nueve de los treinta y ocho superan una puntuación de 5 puntos: la Reina D^a Sofía, el Príncipe Felipe, Gorbachov, Sanzotenea, Morán, Felipe González, Nicolás Redondo, Fernández Ordoñez y Antonio Gutierrez.

Los españoles
creen que
quienes piden

autodeterminación
quieren independencia

- Los españoles están claramente de acuerdo con las siguientes afirmaciones:

"Los que piden autodeterminación para el País Vasco y Cataluña realmente quieren la independencia",

"Se diga lo que se diga, Fraga se ha merecido el triunfo en las elecciones gallegas", y

"A pesar de la crisis actual del CDS, sigue siendo necesario en España un partido de centro".

- La opinión pública es bastante contrariada respecto a la cuestión siguiente:

"Los problemas de recuento de votos, las impugnaciones e incluso la repetición de elecciones en algunas provincias, son algo normal en una democracia."

La opinión pública respalda al Gobierno en su rechazo a la autodeterminación - En relación con la política y actuaciones recientes del Gobierno, se ha observado una opinión pública favorable respecto a:

"La actitud contraria a modificar la Constitución para admitir la autodeterminación de algunas Comunidades Autónomas".

Pero existe una opinión muy controvertida respecto a:

"La entrevista a Alfonso Guerra en el programa La Lupa".

"La confirmación de todos los Ministros en sus cargos después de las elecciones".

"Las escasas apariciones públicas de Felipe González después de las elecciones".

Se mantiene una razonable Satisfacción con el Gobierno de la Nación y más aún con el funcionamiento de la Democracia - El índice de satisfacción con el Gobierno se encuentra este mes nuevamente por encima del nivel de equilibrio (los satisfechos son tantos como los insatisfechos). Y persiste un grado alto de satisfacción con el funcionamiento de la democracia, aunque la satisfacción/insatisfacción con el Gobierno no implica necesariamente al sistema constitucional democrático en su conjunto.

Utilización de Medios de Comunicación

Prensa diaria

- El porcentaje de lectores de diarios (el día anterior a la entrevista) sigue sin superar el 50 por ciento. El diario más leído sigue siendo, con gran diferencia, El País (9,0%), seguido de El Correo Español, ABC, El Periódico, Diario 16 y la Vanguardia. Por comparación con el mes anterior, parece observarse cierto descenso de lectores en todos los periódicos, excepto El Correo Español y La Vanguardia, que parecen haber aumentado. Debe resaltarse que El Mundo y El Independiente no superan el 1 por ciento.

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 Pronto (6,1%), seguida de HOLA, Semana, Tiempo, Interview, Lecturas y Diez Minutos. Se mantiene por tanto, el ranking del mes pasado y ha disminuido la lectura de casi todas las revistas, excepto la de Tiempo, HOLA y Diez Minutos.

Radio

- La audiencia de radio continua siendo superior al 50%, pero no llega al 60%. En Onda Media, RNE-1, vuelve a ser este mes la emisora más escuchada, seguida de la SER y de la COPE casi en igual proporción. En Frecuencia Modulada, ANTENA 3 supera ligeramente otra vez a la SER, pero ambas emisoras registraron una audiencia muy superior a resto de las cadenas.

Televisión

- Casi tres de cada cuatro españoles mayores de 18 años ve TVE-1, y algo menos de la mitad ve TVE-2. Un 37% de la población española ve alguno de los canales autonómicos, proporción que es mayor en Cataluña, País Vasco, Galicia (entre el 50 y el 65%), y algo inferior en Andalucía y Madrid (entre el 30 y el 40 por ciento).
- Debe resaltarse que un 2% dicen ya ver Antena 3, el primer canal privado que ya está existiendo.

Telediarios

- La audiencia de telediarios es casi igual este mes para la primera y segunda edición (34 y 33%), pero disminuye mucho respecto al de la noche (12%) y, aumentan Noticias 2 (6%) y Buenos Días (3%). Los datos, no obstante, son muy similares a los de meses anteriores.

Programas de TV que más han gustado

- Los programas que más han gustado son los concursos, los magazines y las películas, ya que han sido citados por entre un 15 y un 10 por ciento de la población, respectivamente.

Películas y El Tiempo es Oro los más mencionados

- En cuanto a programas concretos, los más mencionados este mes son Películas (87 citas), El Tiempo es Oro (78 citas), La Tana (56 citas), El Precio Justo (42 citas) y Talentino (50 citas) y todos los demás programas mencionados son citados por 50 entrevistados o menos.

Coca Cola sigue siendo el anuncio más recordado - Otra vez el anuncio de Coca Cola es este mes el más recordado como el que más ha gustado (con 55 menciones), seguido del de la ONCE (31 citas).

Julia Otero, la comunicadora más conocida y más valorada - De los cinco comunicadores sociales por los que se ha preguntado este mes, Julia Otero es la mas conocida (79%), seguida de Alfredo Amestoy (40%), Eduardo Sotillos (43%), Lalo Azcona (40%) y Juan Luis Cebrián (31%). En cuanto a valoración el orden éste mes es:

Julia Otero (7,3), Sotillos (6,9), Azcona (6,7), Cebrián (6,4) y Amestoy (5,7).

Ranking de Conocimiento de Comunicadores - En el ranking de conocimiento de los últimos doce meses destacan Joaquín Prats, Jesús Hermida, Iñaki Gabilondo, José María García, Rosa M^a Mateo y Julia Otero (conocidos por mas del 70%).

Ranking de Valoración de Comunicadores - Y en el ranking de valoración, Iñaki Gabilondo, Julia Otero, Constantino Romero, Rosa M^a Mateo, Manuel Campo, Luis del Olmo, Mingote, Paco Lobatón, Forges, Lalo Azcona, Joaquín Prats, Miguel Angel Nieto, Martín Ferrán, Aberastury, Joaquín Arozamena, Jesús Hermida, María Escario, Eduardo Sotillos y Juan Luis Cebrián, sobrepasan los 6,5 puntos.

Coca Cola sigue siendo el anuncio más recordado - Otra vez el anuncio de Coca Cola es este mes el más recordado como el que más ha gustado (con 55 menciones), seguido del de la ONCE (31 citas).

Julia Otero, la comunicadora más conocida y más valorada - De los cinco comunicadores sociales por los que se ha preguntado este mes, Julia Otero es la mas conocida (79%), seguida de Alfredo Amestoy (40%), Eduardo Sotillos (43%), Lalo Azcona (40%) y Juan Luis Cebrián (31%). En cuanto a valoración el orden éste mes es:

Julia Otero (7,3), Sotillos (6,9), Azcona (6,7), Cebrián (6,4) y Amestoy (5,7).

Ranking de Conocimiento de Comunicadores - En el ranking de conocimiento de los últimos doce meses destacan Joaquín Prats, Jesús Hermida, Iñaki Gabilondo, José María García, Rosa Mª Mateo y Julia Otero (conocidos por mas del 70%).

Ranking de Valoración de Comunicadores - Y en el ranking de valoración, Iñaki Gabilondo, Julia Otero, Constantino Romero, Rosa Mª Mateo, Manuel Campo, Luis del Olmo, Mingote, Paco Lobatón, Forges, Lalo Azcona, Joaquín Prats, Miguel Angel Nieto, Martín Ferrán, Aberastury, Joaquín Arozamena, Jesús Hermida, María Escario, Eduardo Sotillos y Juan Luis Cebrián, sobrepasan los 6,5 puntos.

Se observa un alto grado de acuerdo respecto a una de las cuestiones que se han planteado este mes en relación con los medios de comunicación:

Los españoles opinan que es necesaria una revista seria de información general

"Cada vez resulta mas necesaria una revista semanal seria de información general".

Pero se observa una fuerte controversia respecto a:

"En pocos meses las televisiones privadas quitarán la mayor parte de la audiencia a la televisión pública".

Y un alto grado de desacuerdo respecto a las afirmaciones:

"Al haber aumentado los programas informativos en televisión por el aumento de canales, la prensa diaria será cada vez menos necesaria", y

"En realidad da lo mismo escuchar una emisora de radio que otra, pues hay muy poca diferencia entre ellas".

Cuadro 3.

Conocimiento y Valoración de Instituciones y Grupos Sociales

ENERO 1990

		<u>VALORACION</u>		
		Alta (+6,0)	Media (4,5-6,0)	Baja (-4,5)
<u>CONOCIMIENTO</u>	Alto (+85%)	Corona Guardia Civil Cuerpo Nacional de Policia	Gobierno Nación Seguridad Social Iglesia Televisión Española	ETA Justicia
	Medio (70-85%)	Universidad CEE	Fuerzas Armadas Bancos Congreso de los Diputados Los Empresarios Los Sindicatos Tribunales de Justicia Los Jueces Telefónica	Partidos Políticos Los Políticos OTAN
	Bajo (-70%)	Banco de España Junta Electoral ONU	Organiz. Empresariales	

Cuadro 4.

Conocimiento y Valoración de Personajes Públicos

ENERO 1990

		<u>VALORACION</u>		
		Alta (+5,5)	Media (4,0-5,5)	Baja (-4,0)
<u>CONOCIMIENTO</u>	Alto (+70%)	Reina D ^a Sofía Príncipe Felipe Nicolás Redondo Mijail Gorbachov	Adolfo Suárez Felipe González Marcelino Oreja F.Fernández Ordoñez Alfonso Guerra J.María Aznar Margaret Thatcher	José M ^a Ruiz Mateos Manuel Fraga Miguel Boyer
	Medio (50-70%)	Fernando Morán J.A. Sanaranch	R. Martín Villa Luis Solana Julio Anguita Antonio Guitiérrez Javier Solana Carmen Romero Narcís Serra François Mitterand Rosa Conde	Ramón Tamames Carlos Solchaga George Bush
	Bajo (-50%)		J.Ramón Caso E. Punset Matilde Fernández Miguel Herrero y R.Miñón José Luis Corcuera F. Pérez Royo J.M. Bandrés J.A. Segurado F.Mayor Zaragoza	Jon Ydígoras

Cuadro 5.

Conocimiento y Valoración de Comunicadores Sociales

ENERO 1.990

VALORACION

Alta (+6,5)

Media (5,5-6,5)

Baja (-5,5)

CONOCIMIENTO

Alto
(+70%)

I. Gabilondo
Rosa M* Mateo
Jesús Hermida
Joaquín Prats .
Julia Otero

José M. García

Medio
(30-70%)

J. Arozamena
Lalo Azcona
M. Martín Ferrand
Forges
Constant. Romero
Eduardo Sotillos
Juan Luis Cebrián

Jesús Mariñas
Anna Castells
Emilio Romero
Luis del Olmo
Mingote
Encarna Sánchez
A. Aberastury
F. Sánchez Dragó
Olga Barrio
Antonio Gala
Inma de Santis
Elena Santoja
Alfredo Amestoy

Francisco Umbral
Fernando G*. Tola

Bajo
(-30%)

Manuel Campo
Paco Lobatón
María Escario

Julio César Iglesias
Jaime Capmany
Pedro Piqueras
Maruja Torres
Miguel Angel Nieto
José Oneto
Julián Lago
Pedro J. Ramírez
Gallego y Rey
María de San Juan
Julián Marías
Peridis
E. Saenz de Buruaga
Manuel Hidalgo
Miguel A. Gozalo

EL SONDEO MENSUAL ASEP

ASEP ha estado realizando un sondeo mensual desde octubre de 1.986 sobre LA OPINION PUBLICA DE LOS ESPAÑOLES, con el fin de disponer de un instrumento válido, fiable y comparable para medir actitudes sociales relativamente estables en el tiempo, así como actitudes y opiniones respecto a cuestiones coyunturales, de actualidad.

La temática de ésta investigación periódica puede resumirse así:

ACTITUDES Y COMPORTAMIENTOS ECONOMICOS Y DE CONSUMO

Indice del Informe Mensual

- Evaluación de la Coyuntura Económica
- Perspectiva sobre el Futuro Económico
- El Sentimiento de los Consumidores Españoles
- Pautas de Consumo y Estilos de vida
- Evaluación de la Situación Económica de España
- Instituciones Económicas (Imagen de empresas, clientela de bancos, etc.)

ACTITUDES Y COMPORTAMIENTOS POLITICOS

- Dimensiones Ideológicas Básicas
- Imagen de Instituciones y Grupos Sociales
- Imagen de Personajes Públicos
- Evaluación de la Coyuntura Política y Social
- Intenciones de Voto

UTILIZACION DE MEDIOS DE COMUNICACION

- Prensa diaria
- Revistas
- Radio
- Televisión
- Publicidad
- Los Comunicadores
- Exposición a Medios de Comunicación

Características de la Investigación mensual

Las características principales de la investigación son:

- 1.200 entrevistas personales (en el hogar de los entrevistados) a personas de 18 y más años que residen en el territorio nacional (incluyendo Baleares y Canarias).
- Muestra aleatoria estratificada por Comunidades Autónomas y municipios, utilizando sistema de rutas aleatorias y selección final de los entrevistados mediante las tablas de KISH.
- Solo el trabajo de campo es sub-contratado a alguna red de ámbito nacional y reconocido prestigio profesional.
- La grabación, proceso y tabulación de los datos se realiza en ASEP con software propio.
- Se dispone del informe mensual (alrededor de 400 páginas) a los quince días de finalizar el trabajo de campo).

Variables explicativas utilizadas en análisis

Las variables explicativas habitualmente utilizadas en la tabulación de los datos son:

- Sexo
- Edad
- Status Ocupacional (entrevistado)
- Sector Económico (entrevistado)
- Status Ocupacional (cabeza de familia)
- Sector Económico (cabeza de familia)
- Nivel de Estudios terminados
- Tamaño del Hábitat de Residencia
- Clase Social Subjetiva
- Autoposicionamiento Ideológico
- Práctica Religiosa
- Sentimiento Nacionalista
- Intención de Voto (directa)
- Recuerdo de Voto en 1.986

Indices construidos para el análisis

Además, se utilizan otras variables explicativas que constituyen índices o indicadores construidos por ASEP en base a diversas variables:

- Índice de Posición Social (IPS)
- Índice de Status Socioeconómico Familiar (ISSF)
- Índice de Optimismo Personal (IO)
- Índice de Evaluación de la Situación Económica (IESE)

- Índice de Exposición a Medios de Comunicación (IEMC)
- Índice de Post-Materialismo (IPM)
- Índice del Sentimiento del Consumidor (ISC)
- Índice de Propensión al Ahorro (IPA)
- Índice de Satisfacción con la Calidad de Vida (ISCV)
- Índice de Satisfacción con la Democracia (ISD)
- Índice de Satisfacción con el Gobierno (ISG)
- Índice de Alienación Política (IAP)
- Índice de Posicionamiento Ideológico (IPI)
- Índice de Práctica Religiosa (IPR)
- Índice de Sentimiento Nacionalista (ISN)

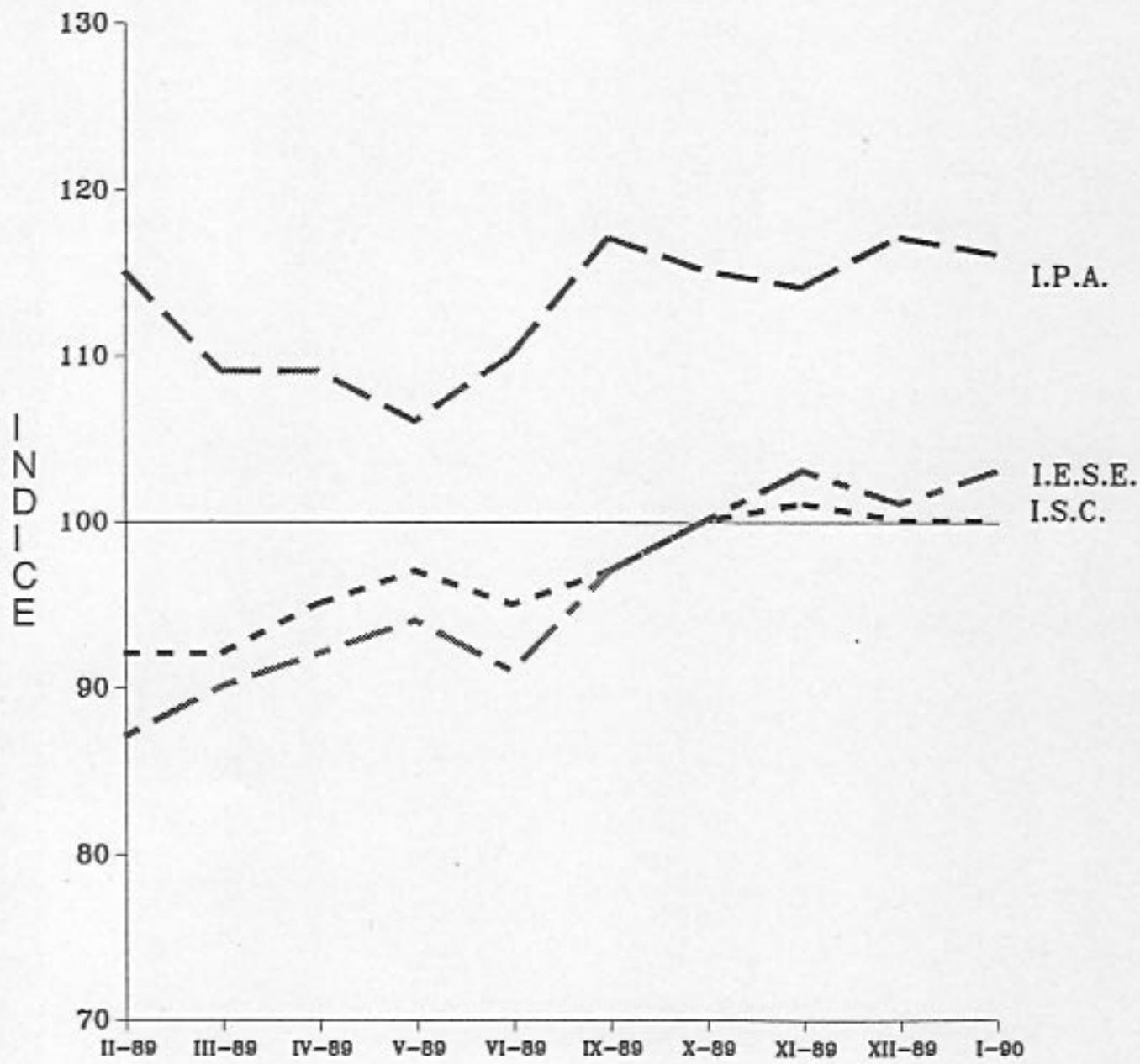
El Sistema de
Indicadores
Sociales (SIS)
de ASEP

ASEP, ha elaborado un Sistema de Indicadores Sociales que pretende ofrecer una visión rápida y de conjunto sobre los aspectos mas significativos de la sociedad española. El SIS de ASEP que ahora se utiliza constituye la cuarta versión, modificada en base a la experiencia adquirida con las versiones utilizadas durante los últimos años.

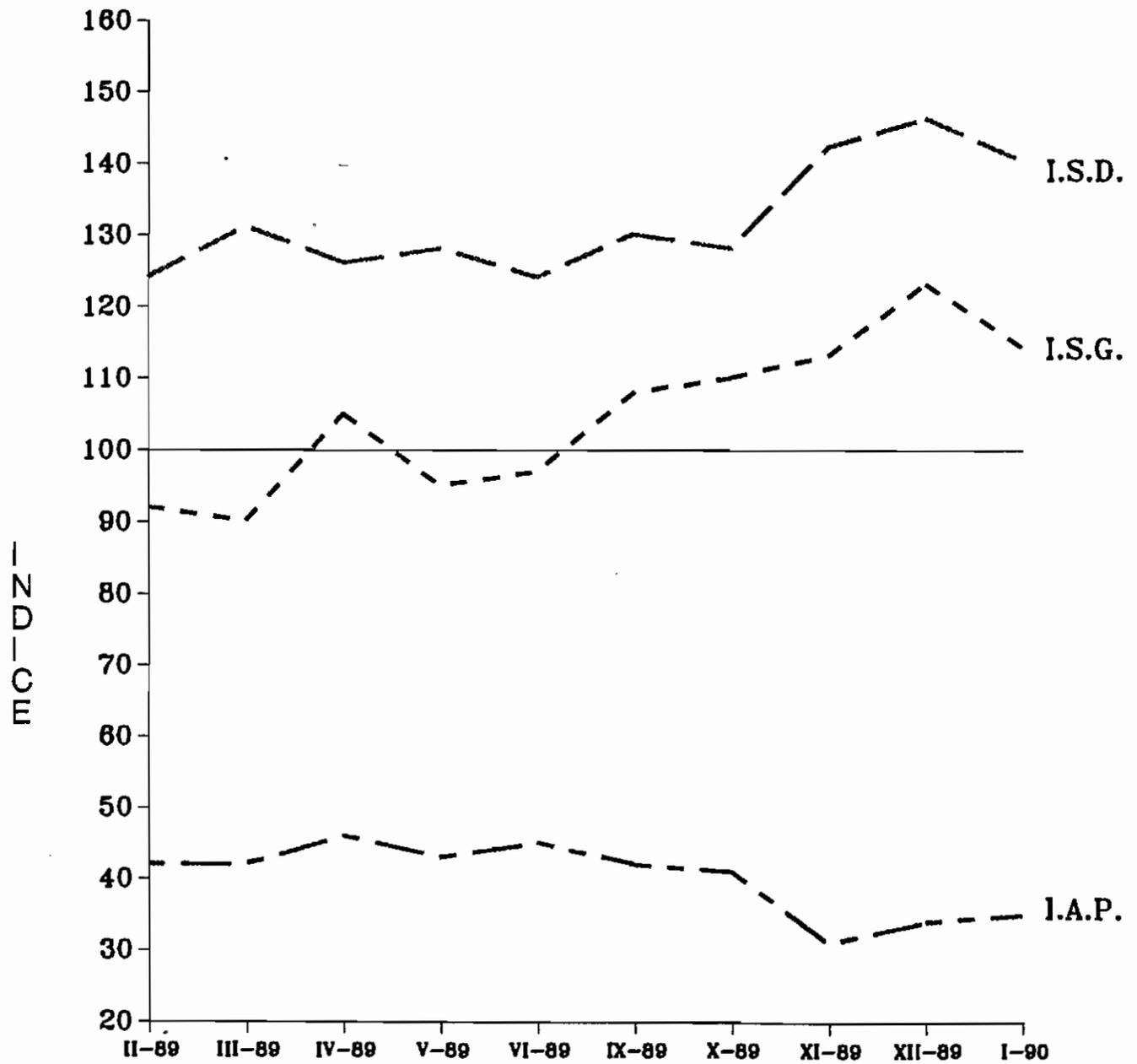
De los catorce indicadores que componen ahora el SIS de ASEP (dejando aparte la intención directa de voto), ocho pueden variar en una escala de 0 a 200, con punto de equilibrio en 100 (ISC, IPA, ISCV, IO, IESE, ISD, ISG, IEMC). De los demás, cuatro constituyen medias aritméticas de puntuaciones en escalas de 1 a 5 (ISN), DE 1 A 7 (IPI), de 1 a 5 (IPR), y otro es una media aritmética sin límites determinables (IGA). Y los otros, finalmente, son porcentajes, y por tanto puede variar entre 0 y 100 (IAP e IPM).

Todos los indicadores se construyen exactamente igual todos los meses, y se calculan no solo para el conjunto de la muestra, sino para los segmentos de éstas que resultan de las variables independientes e indicadores anteriormente citados.

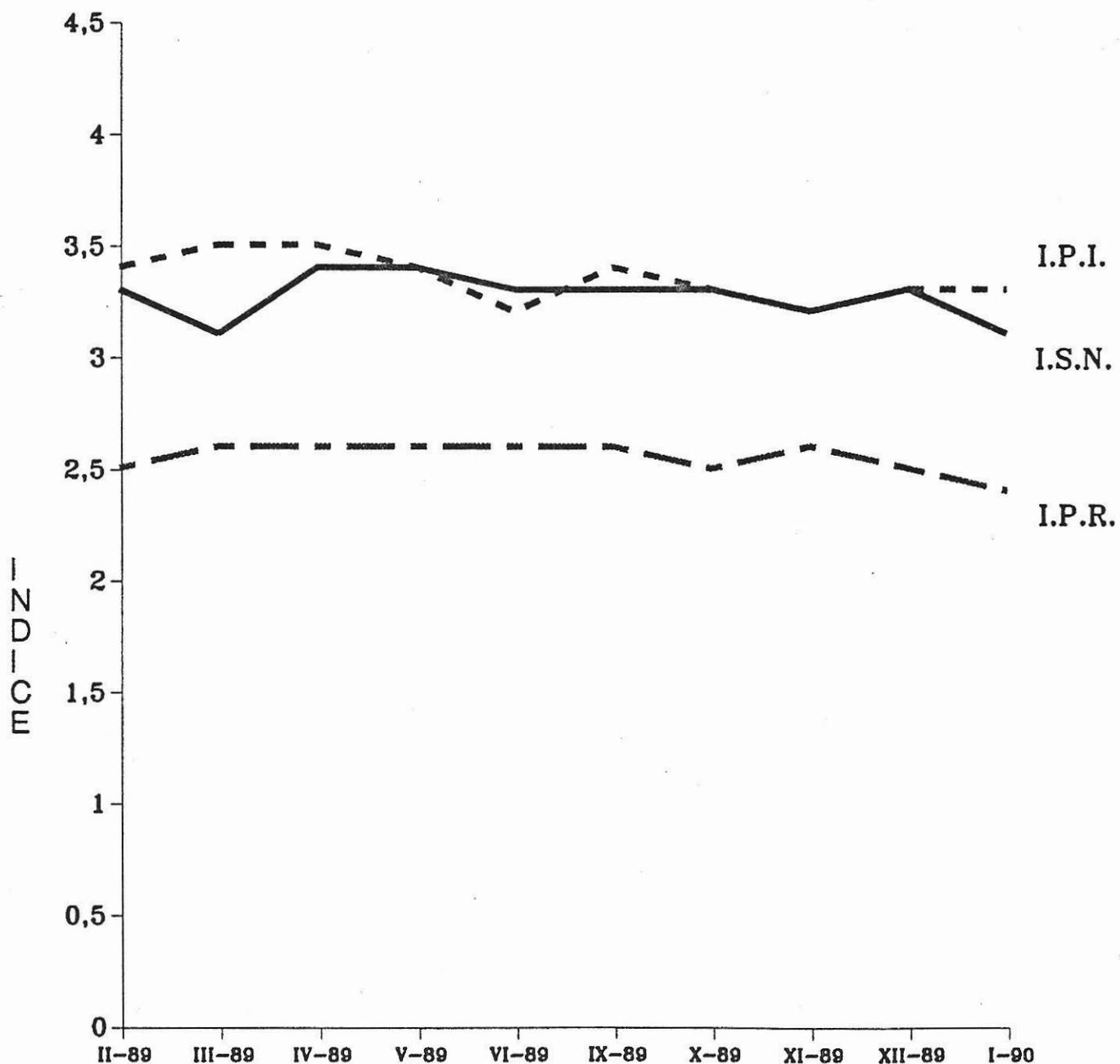
EVOLUCION DE LOS INDICADORES ECONOMICOS Y DE CONSUMO



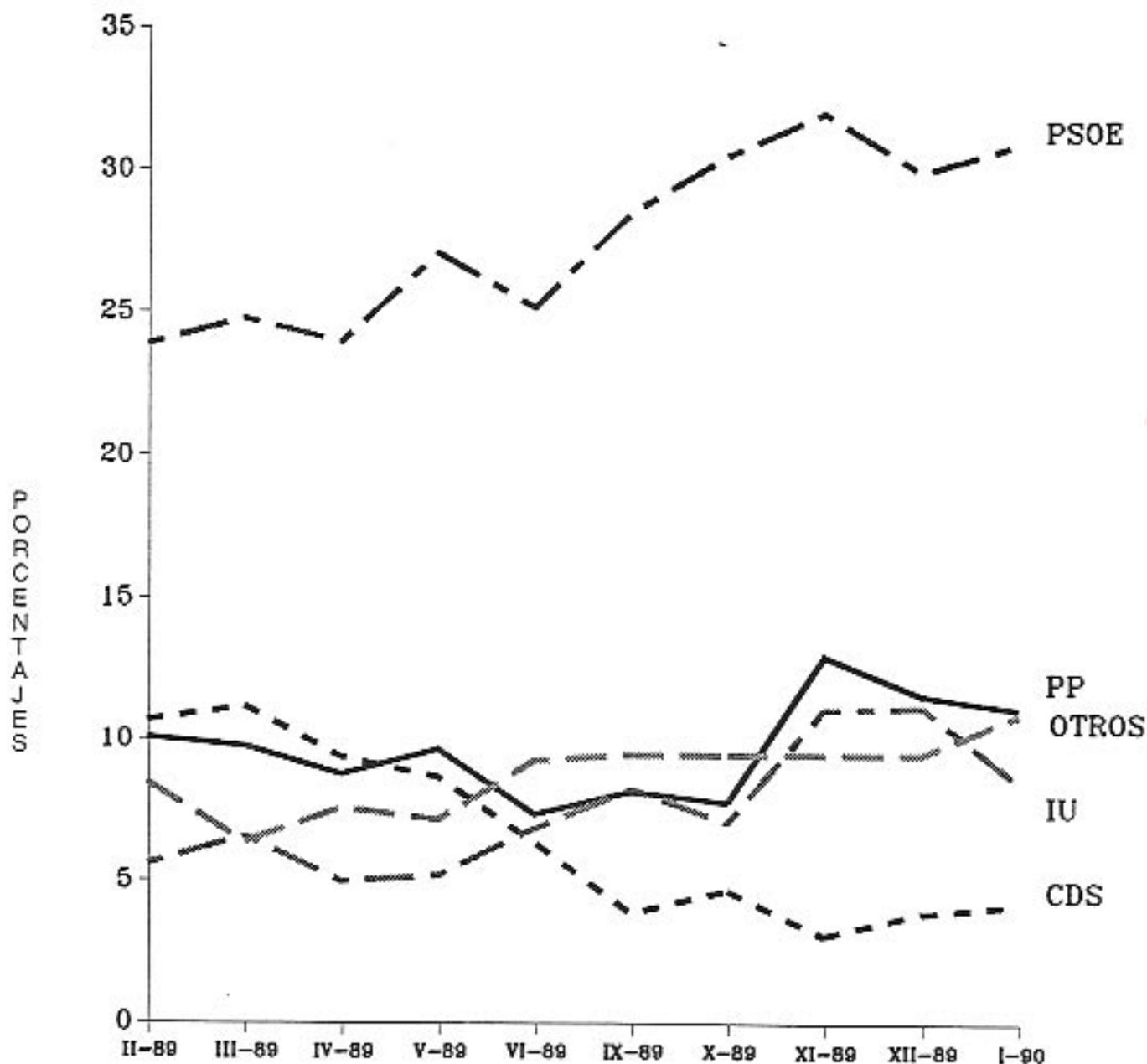
EVOLUCION DE LOS INDICADORES POLITICOS



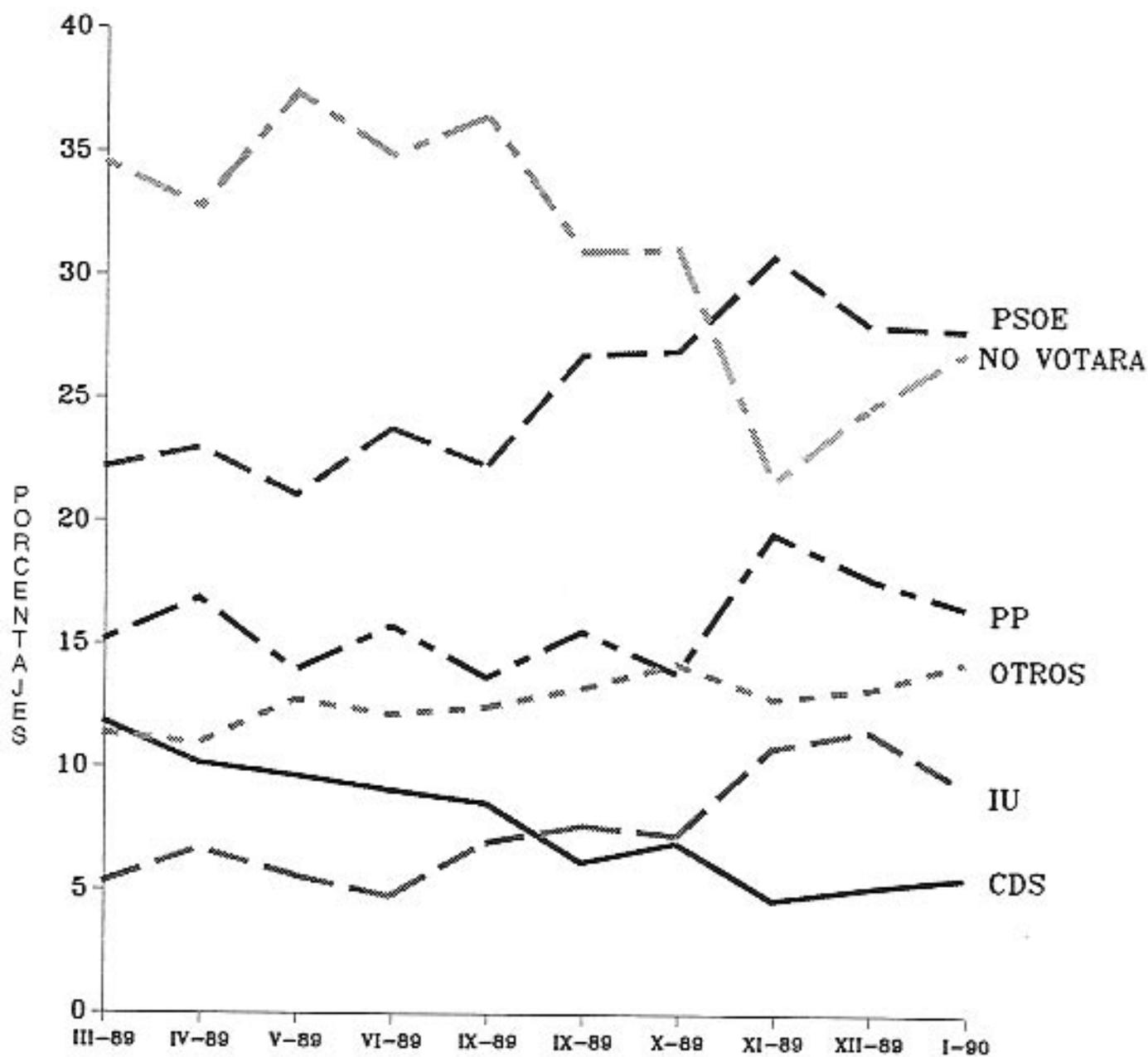
EVOLUCION DE LOS INDICADORES DE POSICIONAMIENTO IDEOLOGICO



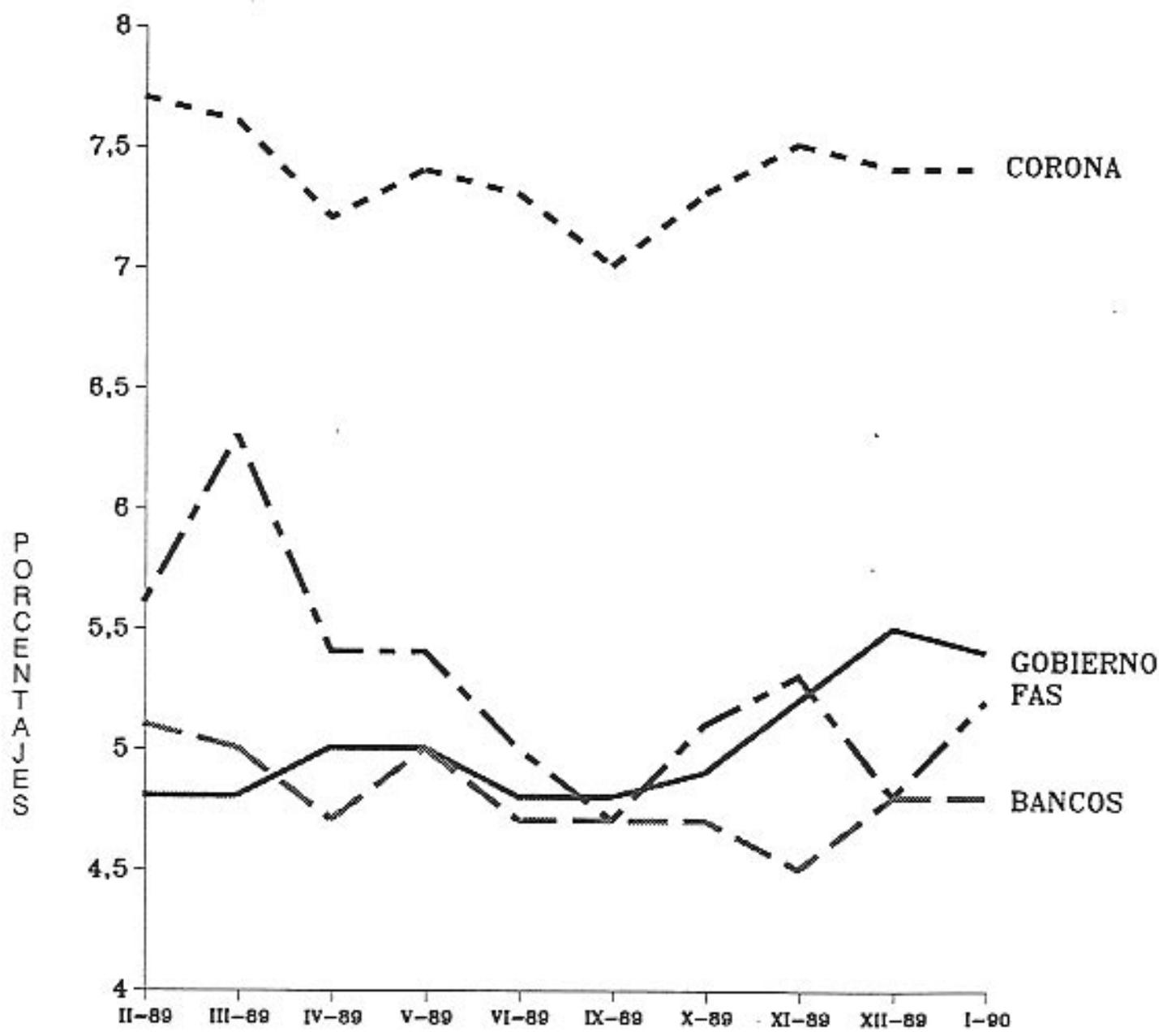
INTENCION DE VOTO DIRECTA



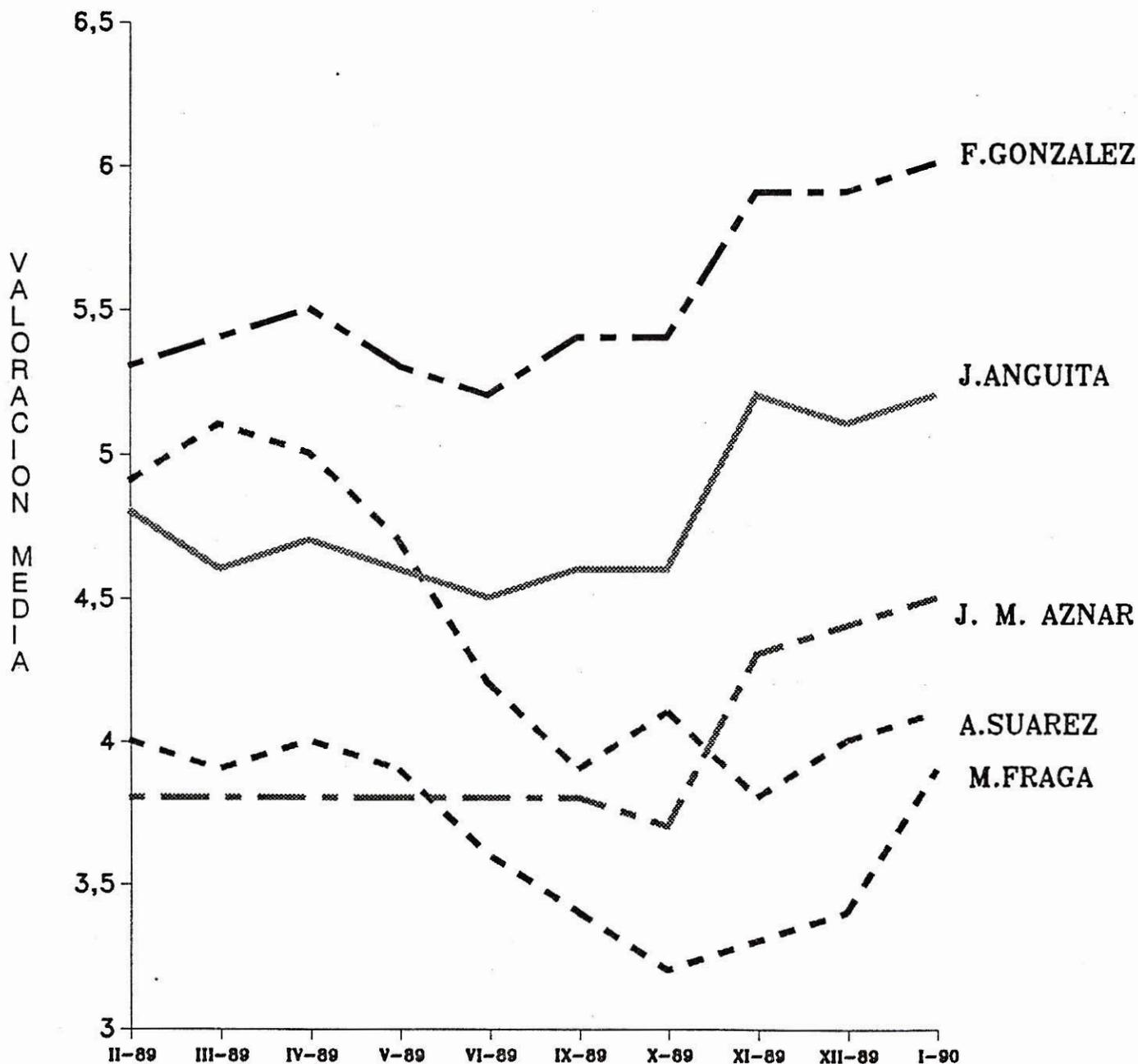
ESTIMACION DE VOTO SEGUN MODELO ASEP



VALORACION DE LAS INSTITUCIONES



VALORACION DE LOS PRINCIPALES LIDERES POLITICOS



EVOLUCION DEL PORCENTAJE DE AUDIENCIA DE MEDIOS DE COMUNICACION

