



**BOLETIN A.S.E.P.**  
**sobre**

**LA OPINION PUBLICA DE LOS ESPAÑOLES**

**FEBRERO - 1.990**

## "FLASHES"

### LA SITUACION GENERAL

Los principales indicadores correspondientes a este sondeo de febrero son muy parecidos a los de meses anteriores, y sin embargo, al examinar los pequeños cambios de manera conjunta, parecen coincidir en apuntar tendencias de menor satisfacción.

Los meses inmediatamente anteriores a las elecciones de octubre de 1989 reflejaron un incremento de la satisfacción con el Gobierno y de confianza en la economía, y esas tendencias se han mantenido varios meses después de las elecciones.

Pero, este mes de febrero, los indicadores de confianza en la economía sugieren menos optimismo, y aumenta la propensión al ahorro. Y los indicadores políticos reflejan una menor satisfacción con la labor del Gobierno y con el funcionamiento de la democracia.

Las acusaciones y descalificaciones entre grupos políticos a causa de los resultados electorales, y las informaciones sobre posibles casos de corrupción política, parecen estar repercutiendo en el electorado, pero de

una forma posiblemente inesperada. En efecto, la alienación política no sólo no parece aumentar sino que, más bien, parece estar disminuyendo, hasta el punto de que la abstención estimada para unas futuras elecciones sería inferior a la de las pasadas elecciones. Pero la abstención ya decidida ha aumentado respecto a la de meses precedentes, y la indecisión en el voto se ha reducido muy significativamente. En gran parte, ello parece atribuible a que el tradicional voto "oculto" al PP parece estar manifestándose abiertamente, como si los simpatizantes y votantes de este partido hubiesen dejado de sentir cierta "verguenza" al expresar sus auténticas preferencias. En efecto, tanto el voto recordado, como el potencial, como la intención de voto al PP representan los valores más altos de los últimos diez meses, y en consecuencia, también lo es la estimación de voto.

Pero el voto al PSOE no parece variar, al menos todavía, mientras que parece disminuir el del CDS y el de los nacionalistas. Sólo parecen claramente estar creciendo IU y "otros" partidos, que de acuerdo con lo manifestado por los entrevistados, se refiere sobre todo a "verdes" y "ecologistas". Este crecimiento de una opción política diferente a las que protagonizaron la transición es coherente con el pequeño pero continuado crecimiento de los post-materialistas, que

constituyen ya un tercio del electorado, sobre todo por el incremento de la proporción de españoles que considera que la protección y defensa del medio ambiente es el objetivo principal al que debe aspirar España en los próximos años.

En consecuencia, el aparente deterioro de la clase política de los partidos tradicionales no parece provocar un aumento de la alienación y el "pasotismo", sino más bien al contrario, un aumento de la "implicación" política, pero por cauces diferentes a los tradicionales, como podrían ser las opciones ecologistas, que responden al progresivo incremento de un nuevo sistema de valores "post-materialistas".

#### EL CASO GUERRA

Tal y como se anticipó el mes pasado, el tema de las acusaciones de corrupción política y tráfico de influencias a los hermanos Guerra se convirtió durante el mes de febrero en la principal noticia de todos los medios informativos. Y la persistencia de esas informaciones ha repercutido sobre los estados de opinión.

En efecto, de los nueve líderes políticos por los que se ha preguntado, Guerra, Luis Solana y Boyer obtienen las valoraciones más bajas. Felipe González es el único líder socialista que parece mantener todavía su imagen. Y, a pesar de ello, ha perdido dos décimas desde enero, siendo su valoración más baja desde el

pasado mes de noviembre. La satisfacción con el Gobierno, por otra parte, ha disminuido desde 123 en diciembre a 108 en febrero, siendo su valor más bajo desde septiembre.

El "caso Guerra" ha afectado no sólo al Vicepresidente, o al Gobierno, o al PSOE, sino que ha afectado a toda la clase política, tal y como se comprueba en el hecho de que la inmensa mayoría de los españoles de 18 y más años pidan una comisión de independientes que investigue la corrupción de los políticos, en el de que afirmen que el debate parlamentario sobre el hermano de Alfonso Guerra ha demostrado que todos los partidos tienen algo que ocultar, y en el de que aseguren que la actual corrupción de los políticos de cualquier partido no es muy diferente de la de los de otras épocas.

Las explicaciones de Alfonso Guerra en el debate parlamentario no parecen haber convencido a la opinión pública, según se explica en el Informe de este mes, aunque existe controversia respecto a si el Vicepresidente debería dimitir o no y un claro rechazo al anuncio hecho por Felipe González de dimitir si Guerra dimitiese.

Precisamente, y en relación con el debate parlamentario, se formularon algunas preguntas cuyo análisis no se ha incluido en el Informe, pero que se comentan a continuación.

En primer lugar, algo más de la mitad de los entrevistados no han opinado sobre el debate, lo que significa probablemente que no lo han seguido en absoluto o no lo han seguido con suficiente interés.

De los que opinan sobre el debate, una cuarta parte afirman que Sartorius fué el orador que estuvo mejor, pero casi la mitad afirman que Guerra es el estuvo peor.

Por otra parte, aunque una cuarta parte de los entrevistados no opina sobre la cuestión de las dimisiones, y una tercera parte cree que no debería dimitir nadie, más de un tercio de los que opinan creen que Alfonso Guerra debería dimitir.

## Sistema de Indicadores Sociales ASEP

- El sistema de indicadores refleja, en su conjunto, una situación todavía algo favorable al Gobierno, una situación social de cierta 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 todavía alternativa. No obstante, se observa ya un cierto deterioro respecto a meses anteriores, que posiblemente sea atribuible a la polémica surgida en torno a Alfonso Guerra y a su hermano Juan.
  
- Los indicadores económicos y de consumo reflejan este mes un nivel algo inferior al de estos últimos meses, lo que sugiere que la opinión pública está todavía satisfecha y confía en el futuro de la situación económica, pero en menor medida, ya que tanto el sentimiento del consumidor como la evaluación de la situación económica de España están este mes exactamente en el nivel de equilibrio.

- 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, (mayor incluso que la de meses precedentes). Además, se mantiene estable una práctica religiosa media, y se consolida la proporción (un tercio) de post-materialistas.
  
- Los indicadores políticos muestran una vez más que la proporción de satisfechos con el Gobierno es mayor que la de los insatisfechos, aunque ha disminuido mucho, hasta el nivel de septiembre de 1.989, al igual que sucede con el funcionamiento de la Democracia, (la satisfacción es alta, pero inferior a los tres meses precedentes), manteniéndose sin embargo el bajo nivel de alienación política. Los españoles siguen autoposicionándose 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 un fuerte incremento (respecto a enero) del PP, un descenso del CDS, valores relativamente estables para PSOE e IU, cierta disminución del voto a otros partidos, un fuerte incremento de la abstención decidida, y una fuerte disminución de los indecisos. En cuanto a la estimación de voto, y por comparación con los resultados reales de 1.989, se observa un incremento del PP (dos puntos porcentuales por encima de sus resultados de 1.989), un ligero aumento del PSOE, y mayor de IU, resultados similares para los nacionalistas de centro y derecha, y un fuerte incremento de los "otros" partidos, como consecuencia del aumento del voto ecologista. Solo el CDS y los nacionalistas de izquierda presentan un voto estimado inferior al de 1.989.
  
- La interpretación que estos datos sugieren es que las discusiones y confrontaciones políticas que se han producido estos últimos meses, a causa del conflicto entre Gobierno y Sindicatos, de la polémica por los supuestos errores o manipulaciones de los resultados electorales, y del caso "Guerra", han provocado un aumento de la implicación política (y una consiguiente disminución de la alienación), que se manifiesta en una menor intención de abstenerse en futuras elecciones, en un afloramiento del habitual voto "oculto" al PP (que es indicativo de cierta mejora de imagen), y en un crecimiento del voto "verde" o ecologista (coherente con el incremento de post-materialistas).

**Cuadro 1.**

**Sistema de Indicadores Sociales ASEP**

	III-89	IV-89	V-89	VI-89	IX-89	X-89	XI-89	XII-89	I-90	II-90
<b>ECONOMICOS Y DE CONSUMO</b>										
1 - ISC	92	95	97	95	97	100	101	100	100	100
2 - IPA	109	109	106	110	117	115	114	117	116	119
3 - IESE	90	92	94	91	97	100	103	101	103	100
4 - IGA	38,9	37,8	38,9	39,1	40,5	42,6	41,3	40,9	43,0	40,9
<b>SOCIALES</b>										
5 - ISCV	168	170	166	166	169	169	167	173	168	170
6 - IOS	92	100	103	100	99	105	102	102	101	105
7 - IPR	2,6	2,6	2,6	2,6	2,6	2,5	2,6	2,5	2,4	2,5
8 - IPM	22	24	25	30	30	27	30	31	32	34
<b>POLITICOS</b>										
9 - ISD	131	126	128	124	130	128	143	146	140	137
10 - ISG	90	105	95	97	108	110	113	123	114	108
11 - IAP	42	46	43	45	42	41	31	34	35	32
12 - IPI	3,5	3,5	3,4	3,2	3,4	3,3	3,2	3,3	3,3	3,4
13 - ISN	3,1	3,4	3,4	3,3	3,3	3,3	3,2	3,3	3,1	3,1
<b>MEDIOS DE COMUNICACION</b>										
14 - IEMC	-	-	-	-	39	41	38	38	37	39
<b>INTENCION DIRECTA DE VOTO</b>										
- PP	9,7	8,7	9,6	7,3	8,1	7,7	13,0	11,5	11,0	14,7
- CDS	11,1	9,3	8,6	6,3	3,8	4,6	3,0	3,8	4,1	3,5
- PSOE	24,7	23,9	27,0	25,1	28,4	30,4	31,9	29,8	30,8	30,9
- IU	6,5	4,9	5,1	6,8	8,2	7,0	11,1	11,1	8,4	8,5
- Otros	6,3	7,5	7,1	9,2	9,4	9,4	10,0	9,4	10,8	9,7
- No Votará	12,0	15,8	12,5	15,3	8,2	9,0	7,1	8,2	8,3	14,7
- NS/NC	29,7	29,9	30,1	30,0	33,9	31,9	23,9	26,2	26,6	18,0
<b>INTENCION DE VOTO ESTIMADA</b>										
- PP	16,8	13,9	15,7	13,6	15,5	13,8	19,5	17,7	16,5	19,3
- CDS	10,1	9,6	9,0	8,5	6,1	6,9	4,6	5,1	5,5	4,4
- PSOE	22,9	21,0	23,7	22,2	26,7	26,9	30,7	27,9	27,7	28,3
- IU	6,6	5,5	4,7	6,9	7,6	7,2	10,8	11,5	9,2	8,6
- Nacional.Derecha	6,4	7,4	4,8	6,1	6,7	6,3	7,1	7,9	8,0	7,3
- Nacional. Izquierda	3,5	3,5	4,4	4,0	2,3	3,4	1,6	1,3	2,0	1,0
- Otros	1,0	1,8	2,7	2,3	4,2	4,5	4,1	4,0	4,3	4,5
- Abstención	32,7	37,3	34,8	36,4	30,9	31,0	21,6	24,6	26,8	26,6

Cuadro 2.

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

INDICADORES:	II-90
-----	
Total	(1.208)
<u>Propensión al Ahorro</u>	
Ahorran	29%
Se Endeudan	9
<u>Satisfacción con Calidad de Vida</u>	
Satisfechos	82%
Insatisfechos	12
<u>Optimismo Personal</u>	
Optimistas	24%
Pesimistas	20
<u>Evaluación Situación Económica</u>	
Optimistas	24%
Pesimistas	24
<u>Satisfacción con Democracia</u>	
Satisfechos	62%
Insatisfechos	25
<u>Satisfacción con Gobierno</u>	
Satisfechos	45%
Insatisfechos	37
<u>Posicionamiento Ideológico</u>	
Izquierda	38%
Centro	12
Derecha	15
<u>Sentimiento Nacionalista</u>	
Más nacionalistas	22%
Más españoles	26
<u>Práctica Religiosa</u>	
Alta	25%
Baja	48
<u>Exposición a Medios</u>	
Alta	3%
Baja	65
<u>Postmaterialismo</u>	
Materialistas	66%
Post-materialistas	34
<u>Posición Social</u>	
Alta	18%
Baja	37
<u>Intención de Voto Directa</u>	
PP	15%
CDS	4
PSOE	31
IU	8

## Actitudes Económicas y de Consumo

Aumenta la propensión al ahorro

- El índice de propensión al ahorro es positivo, mayor que el del último mes, y el más alto de los últimos diez meses.

Disminuye el 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 enero (las excepciones son otra vez la evaluación de la situación económica personal y nacional presentes, que son claramente negativas). Los cuatro índices ofrecen por tanto una evaluación de la situación económica muy similar a la del mes pasado, y globalmente idéntica, es decir, en el nivel de equilibrio entre la satisfacción y la insatisfacción.

Disminuye el gasto promedio de los hogares en alimentación, y aumentan los gastos de casa

- Los españoles han gastado en enero un promedio de 40.900 ptas. en alimentación en casa, 17.000 ptas. en gastos de casa, 6.200 ptas. en gasolina, 5.200 ptas. en rebajas y 4.800 ptas. en cenar y comer fuera de casa.

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.

Actitudes ante el trabajo

- Los españoles afirman mayoritariamente que lo más importante de un trabajo es que sea seguro y no correr el riesgo de quedarse en el paro. El segundo aspecto más importante es hacer las cosas que gusten. Y solo en tercer lugar se menciona el tener relaciones agradables con los compañeros y el tener un buen sueldo.

Los españoles consideran que la única forma de reducir la deuda exterior es frenando las importaciones

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

"La única forma de reducir la deuda exterior de España es reduciendo las importaciones de otros países.

Pero existe controversia de opiniones respecto a las siguientes frases:

"Debería reducirse la cuota que pagan las empresas a la Seguridad Social".

"El acuerdo entre el Gobierno y los Sindicatos sobre vigilancia de la contratación es un ataque a la libertad de empresa".

Y existe un claro desacuerdo con la afirmación de que:

"En España cada vez es más fácil enriquecerse sin trabajar".

Coca-Cola, la mejor empresa en el sector de bebidas no alcohólicas

- Al preguntar por la mejor empresa en el sector de bebidas no alcohólicas, la más mencionada fue Coca-Cola, con gran diferencia sobre cualquier otra.

El BBV, el banco con más clientes

- El 84% 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. (9%), después de las Cajas de Ahorro en su conjunto (81%).

## Actitudes y Comportamientos Políticos

### Actitudes

#### Básicas

- El electorado español se autoposiciona ideológicamente sobre todo en la izquierda (38%), y en proporción inferior en el centro (12%) y en la derecha (15%), lo que implica este mes cierto descenso de la izquierda, y un ligero aumento de la derecha y el centro. Un 25% afirma tener una práctica religiosa alta, mientras que alrededor de la mitad (48%) dicen que su práctica religiosa es baja. La mitad de los entrevistados (48%) se consideran tan españoles como nacionalistas, pero la proporción que se considera más español (26%) es superior a la que se considera más nacionalista (22%). Finalmente, un tercio de los entrevistados (34%) 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 (68%). La valoración, en una escala de 0 a 10 puntos ha sido: La Corona (7,3), los Sindicatos (5,9), los Empresarios y el Gobierno de la Nación (5,5), las Fuerzas Armadas (5,1), y las Organizaciones Empresariales y los Bancos (4,9).

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, la Justicia y la Corona.

Ranking de  
Valoración de  
Instituciones

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

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 Guerra (por más del 85% de los entrevistados), seguidos de Boyer, Anguita y Aznar, (por más del 80%), y de Miguel Roca (70%), Luis Solana (68%) y Eduardo Punset (35%). La valoración más alta corresponde a Felipe González (5,8), Anguita (5,2), Punset (4,5), Aznar (4,4), Suárez (4,3), Roca (4,1), Guerra (4,0), Solana (3,3) y Boyer (3,1). Además, Boyer, Guerra, Solana y Aznar tienen una imagen muy controvertida.

Ranking de  
Conocimiento  
de Líderes

- De los 37 líderes y personajes públicos por los que se ha preguntado durante los últimos doce meses, sólo siete son conocidos por al menos un 80 por ciento de los españoles: la Reina D<sup>a</sup> Sofía, el Príncipe Felipe, Felipe González, Adolfo Suarez, Manuel Fraga, Alfonso Guerra y Mijail Gorbachov.

Ranking de  
Valoración  
de Líderes

- Y solo siete de los treinta y siete superan una puntuación de 5 puntos: la Reina D<sup>a</sup> Sofía, el Príncipe Felipe, Gorbachov, Samaranch, Morán, Felipe González y Fernández Ordoñez.

Los españoles  
a favor de una  
comisión que  
investigue la  
corrupción de  
los políticos

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

"Debería crearse una comisión de personas sin cargos públicos para investigar la corrupción de los políticos", y

"El debate parlamentario sobre el hermano de Alfonso Guerra ha demostrado que todos los partidos tienen cosas que ocultar".

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

"Alfonso Guerra debería dimitir como Vicepresidente del Gobierno", y

"Se diga lo que se diga nunca había habido tanta corrupción entre los políticos de cualquier partido como hasta ahora".

La opinión pública respalda otra vez 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 del Gobierno en contra de la autodeterminación del País Vasco y Cataluña".

Pero existe una opinión muy controvertida respecto a:

"La decisión de alimentar obligatoriamente a los GRAPO en huelga de hambre".

Y una opinión desfavorable respecto a:

"Las explicaciones de Alfonso Guerra en el Parlamento sobre su hermano Juan", y

"El anuncio de Felipe González de dimitir si lo hace Alfonso Guerra".

Se mantiene  
cietta satisfa-  
cción con el  
Gobierno de la  
Nación y mas aún  
con el funciona-  
miento de la  
Democracia

- El Índice de satisfacción con el Gobierno se encuentra este mes nuevamente por encima del nivel de equilibrio (los satisfechos son más que los insatisfechos), aunque menos que en meses anteriores. 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 (8,6%), seguido de ABC, El Periódico, Diario 16 y la Vanguardia. Por comparación con el mes anterior, parece observarse cierto descenso de lectores de El Correo Español y El País, y un significativo incremento de ABC. Debe resaltarse que El Mundo supera el 1 por ciento, a pesar de lo reciente de su lanzamiento.

### 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 (5,3%), seguida de Hola, Interviú, Semana, Tiempo y Lecturas. Se mantiene por tanto, el ranking del mes pasado y aumenta la lectura de casi todas las revistas, excepto Pronto.

### Radio

- La audiencia de radio continúa 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 COPE y de la SER casi en igual proporción. En Frecuencia Modulada, la SER supera ligeramente este mes a ANTENA-3, pero ambas emisoras registraron una audiencia muy superior al 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 38% de la población española ve alguno de los canales autonómicos, proporción que ha sido este mes mayor en Cataluña, Galicia y Andalucía, (entre el 55 y el 58%), y algo inferior en País Vasco y Madrid (42 por ciento).
- Debe resaltarse que un 5% dicen ver Antena 3, el primer canal privado que ya está emitiendo.

Telediarios

- La audiencia de telediarios es casi igual este mes para la primera y segunda edición (36 y 35%), pero disminuye mucho respecto al de la noche (13%) y se mantienen Noticias 2 (6%) y Buenos Dias (2%). 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.

El Tiempo es Oro y El Precio Justo los más mencionados

- En cuanto a programas concretos, los más mencionados este mes son El Tiempo es Oro (76 citas), El Precio Justo (66 citas), Películas (64) e Informe Semanal (53), 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 47 menciones), seguido del de DODOTIS (23 citas).

Concha Velasco, la comunicadora más conocida y Mercedes Milá la más valorada - De los cinco comunicadores sociales por los que se ha preguntado este mes, Concha Velasco es la más conocida (86%), seguida de Mercedes Milá (79%), José Luis Balbín (47%), José A. Plaza (40%) y Julián Lago (21%). En cuanto a valoración el orden éste mes es:

Mercedes Milá (6,7), José Luis Balbín (6,5), Concha Velasco (6,2), José A. Plaza (5,7) y Julián Lago (5,6).

Ranking de Conocimiento de Comunicadores - En el ranking de conocimiento de los últimos doce meses destacan Joaquín Prats, Jesús Hermida, Concha Velasco, Mercedes Milá, Iñaki Gabilondo, José María García, Rosa Mª Mateo y Julia Otero (conocidos por más 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 Ángel Nieto, Martín Ferrán, Aberastury, Mercedes Milá, Joaquín Arozamena, Jesús Hermida, María Escario, Eduardo Sotillos, Juan Luis Cebrián y José Luis Balbín sobrepasan los 6,5 puntos.

**Cuadro 3.**

**Conocimiento y Valoración de Instituciones y Grupos Sociales**

FEBRERO 1.990

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

Cuadro 4.

Conocimiento y Valoración de Personajes Públicos

FEBRERO 1990

		<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	Adolfo Suárez	José M <sup>a</sup> Ruiz Mateos
		Príncipe Felipe	Felipe González	Manuel Fraga
		Mijaíl Gorbachov	Marcelino Dreja	Miguel Boyer
			F. Fernández Ordoñez	
			Alfonso Guerra	
			J. María Aznar	
			Margaret Thatcher	
			Julio Anguita	
			R. Martín Villa	Ranón Tamames
Medio (50-70%)	Fernando Morán J.A. Sanzanch		Javier Solana	Carlos Solchaga
			Carmen Romero	George Bush
			Narcís Serra	Luis Solana
			François Mitterand	
			Rosa Conde	
			Miguel Roca	
Bajo (-50%)			J. Ramón Caso	
			E. Punset	Jon Ydigoras
			Matilde Fernández	
			Miguel Herrero y R. Miñón	
			José Luis Corcuera	
			F. Pérez Royo	
			J.M. Bandrés	
			J.A. Segurado	
		F. Mayor Zaragoza		

Cuadro 5.

Conocimiento y Valoración de Comunicadores Sociales

FEBRERO 1.990

	<u>VALORACION</u>		
	<u>Alta (+6,5)</u>	<u>Media (5,5-6,5)</u>	<u>Baja (-5,5)</u>
<u>CONOCIMIENTO</u>			
Alto (+70%)	I. Gabilondo Rosa M <sup>a</sup> Mateo Jesús Hermida Joaquin Prats Julia Otero Mercedes Milá	José M. García Concha Velásco	
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 Antonio Gala Inma de Santis Elena Santoja Alfredo Amestoy José Luis Balbin José Antonio Plaza	Francisco Umbral Fernando G <sup>a</sup> . 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 Marias 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

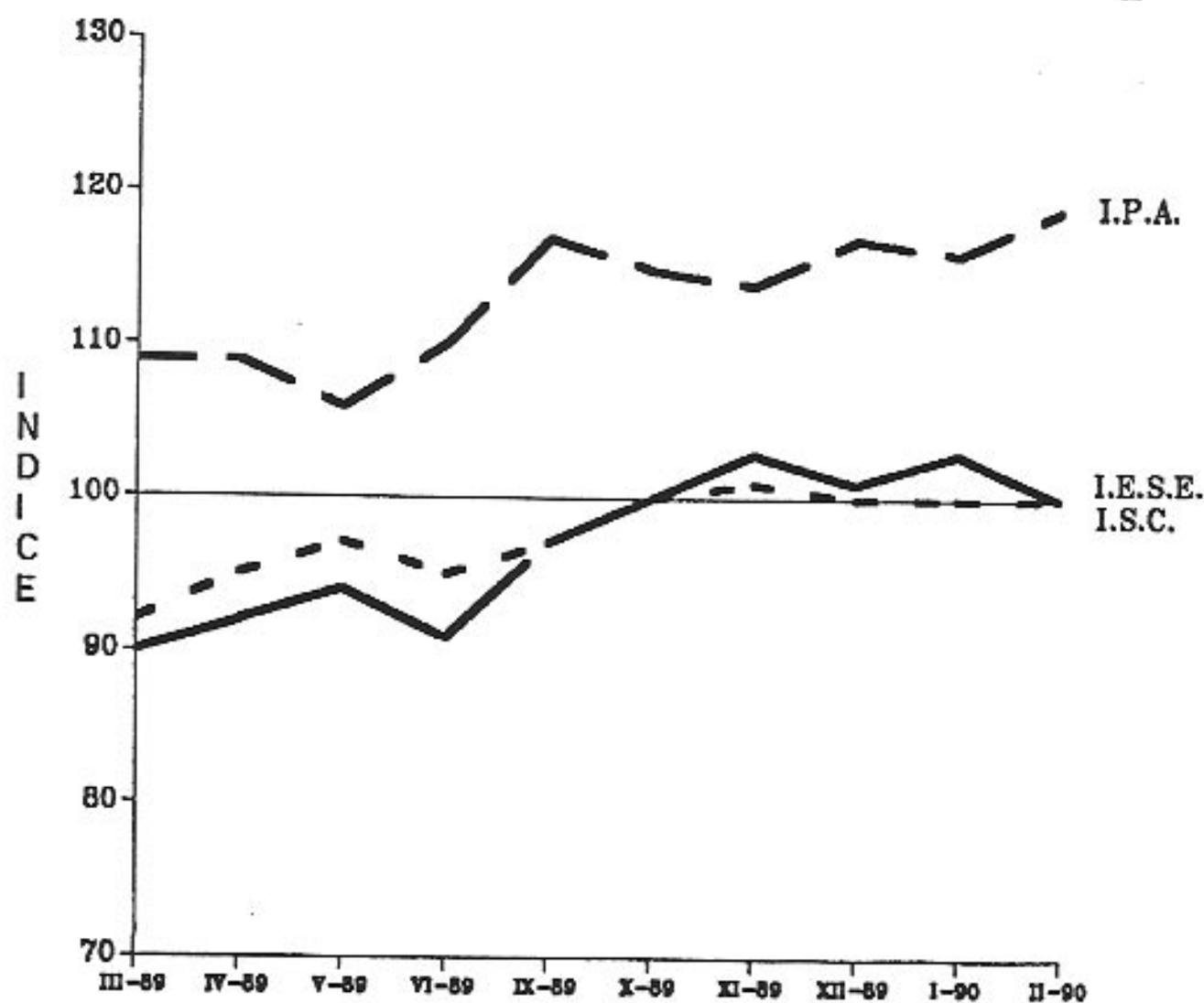
#### Indice del Informe Mensual

- 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.)

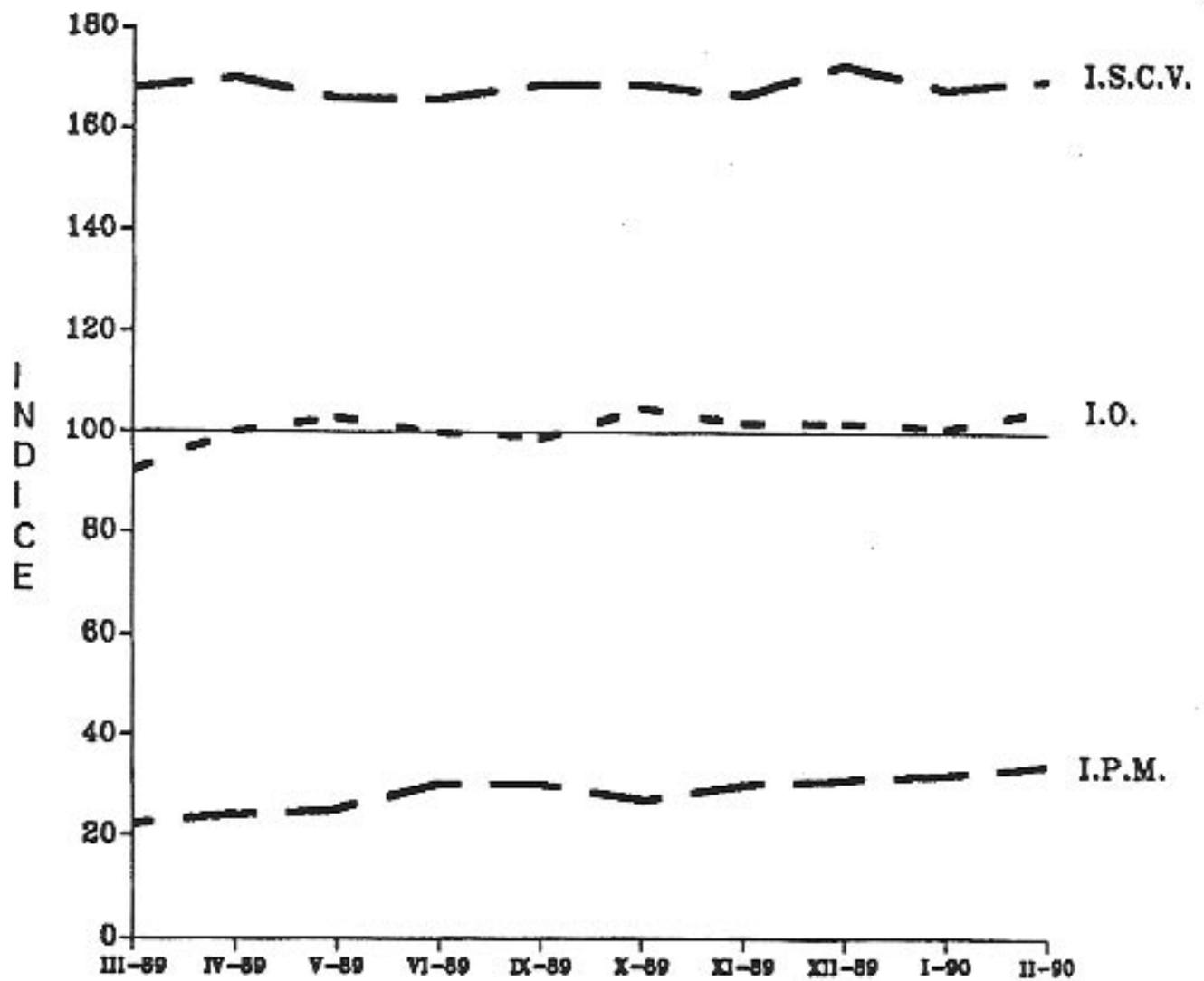
### ACTITUDES Y COMPORTAMIENTOS POLITICOS

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

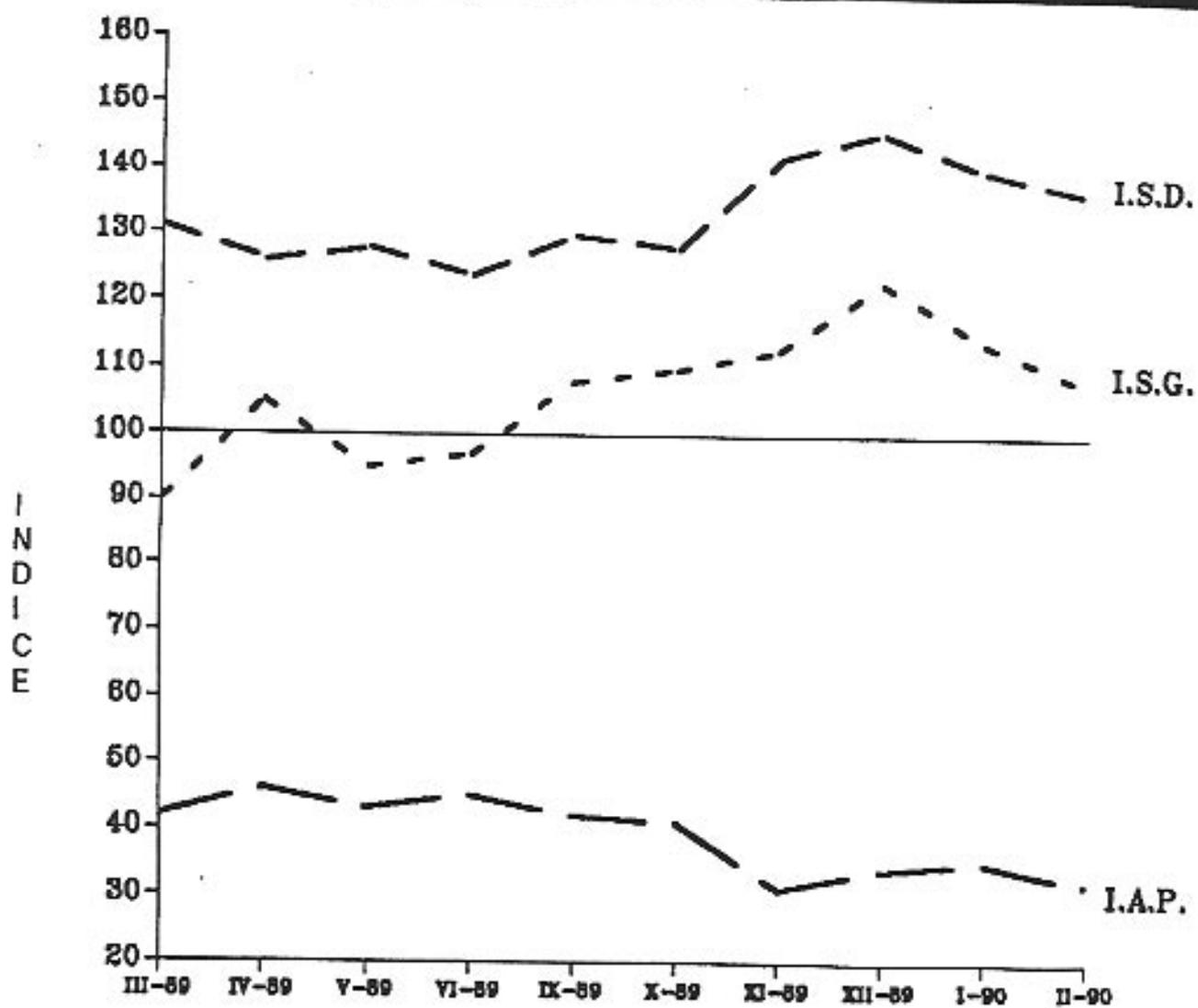
## EVOLUCION DE LOS INDICADORES ECONOMICOS Y DE CONSUMO



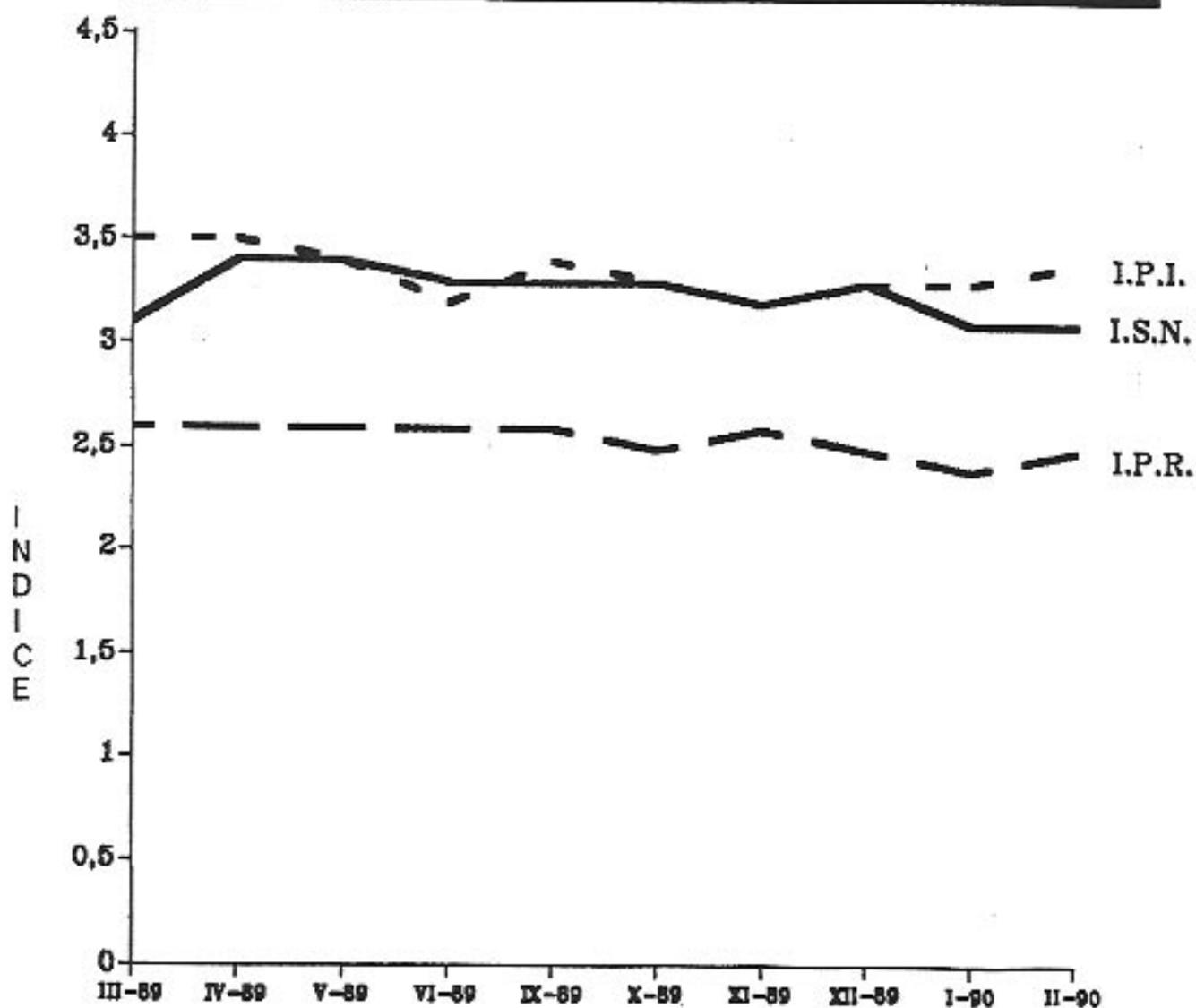
## EVOLUCION DE LOS INDICADORES SOCIALES



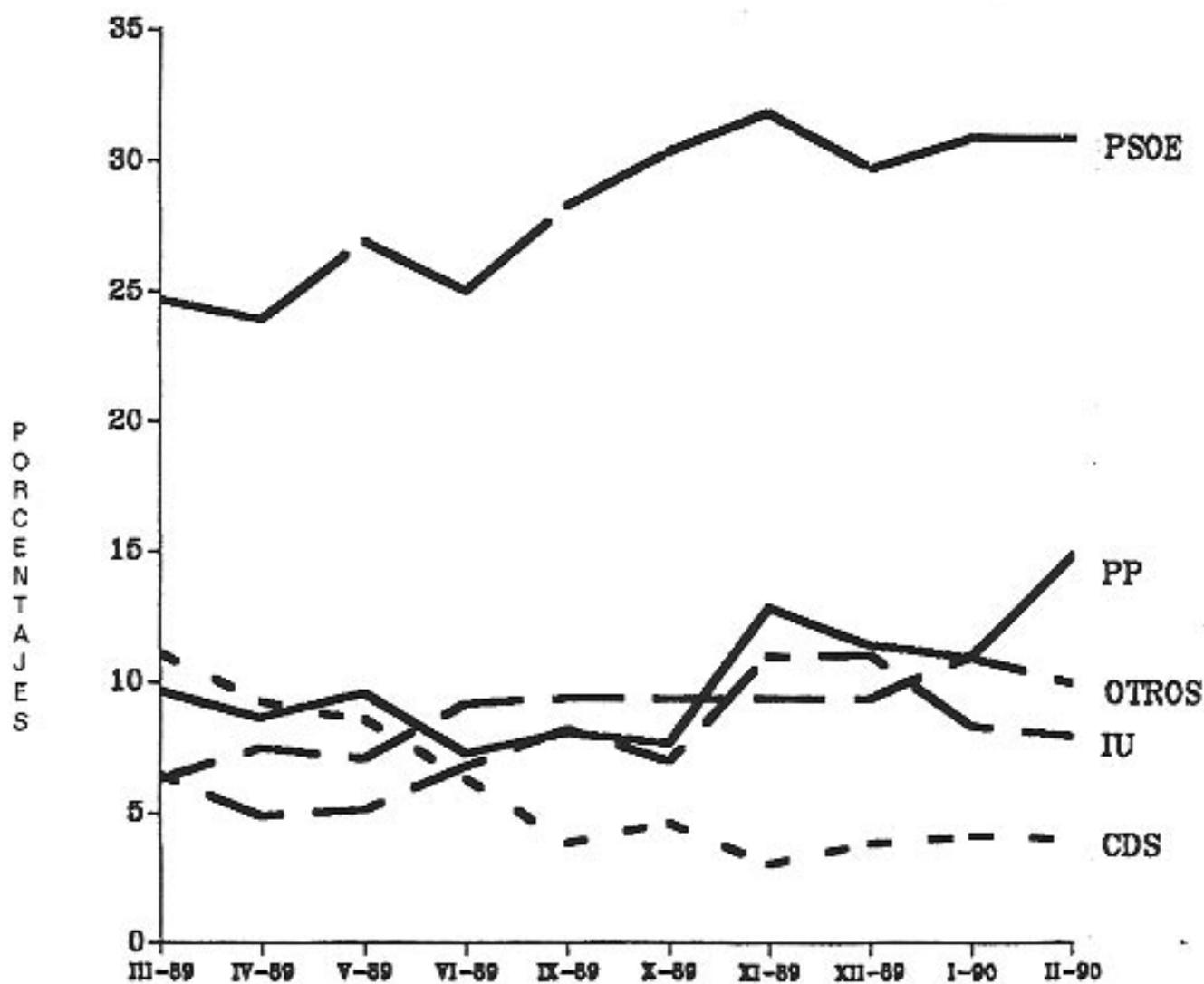
# EVOLUCION DE LOS INDICADORES POLITICOS



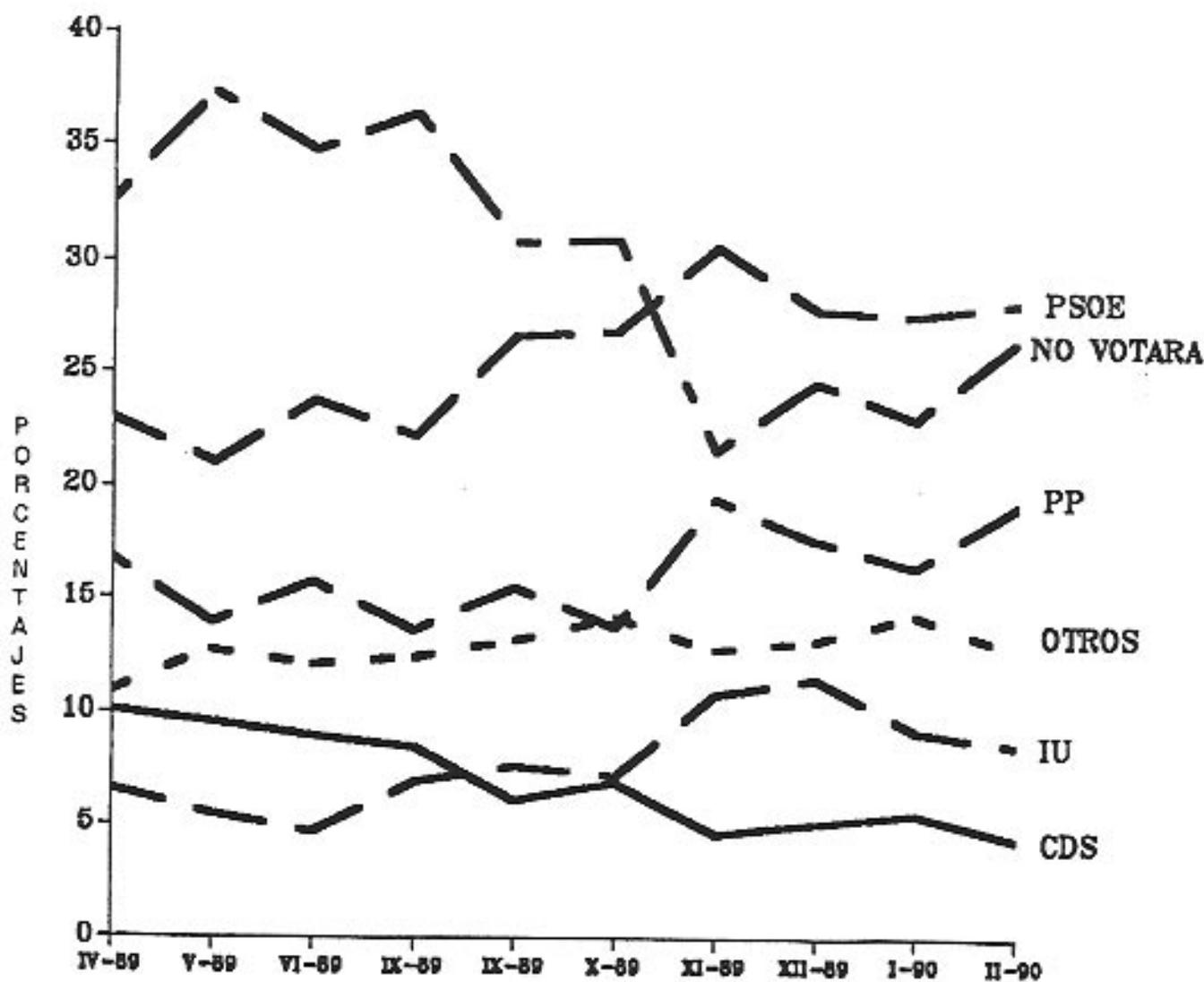
### EVOLUCION DE LOS INDICADORES DE POSICIONAMIENTO IDEOLOGICO



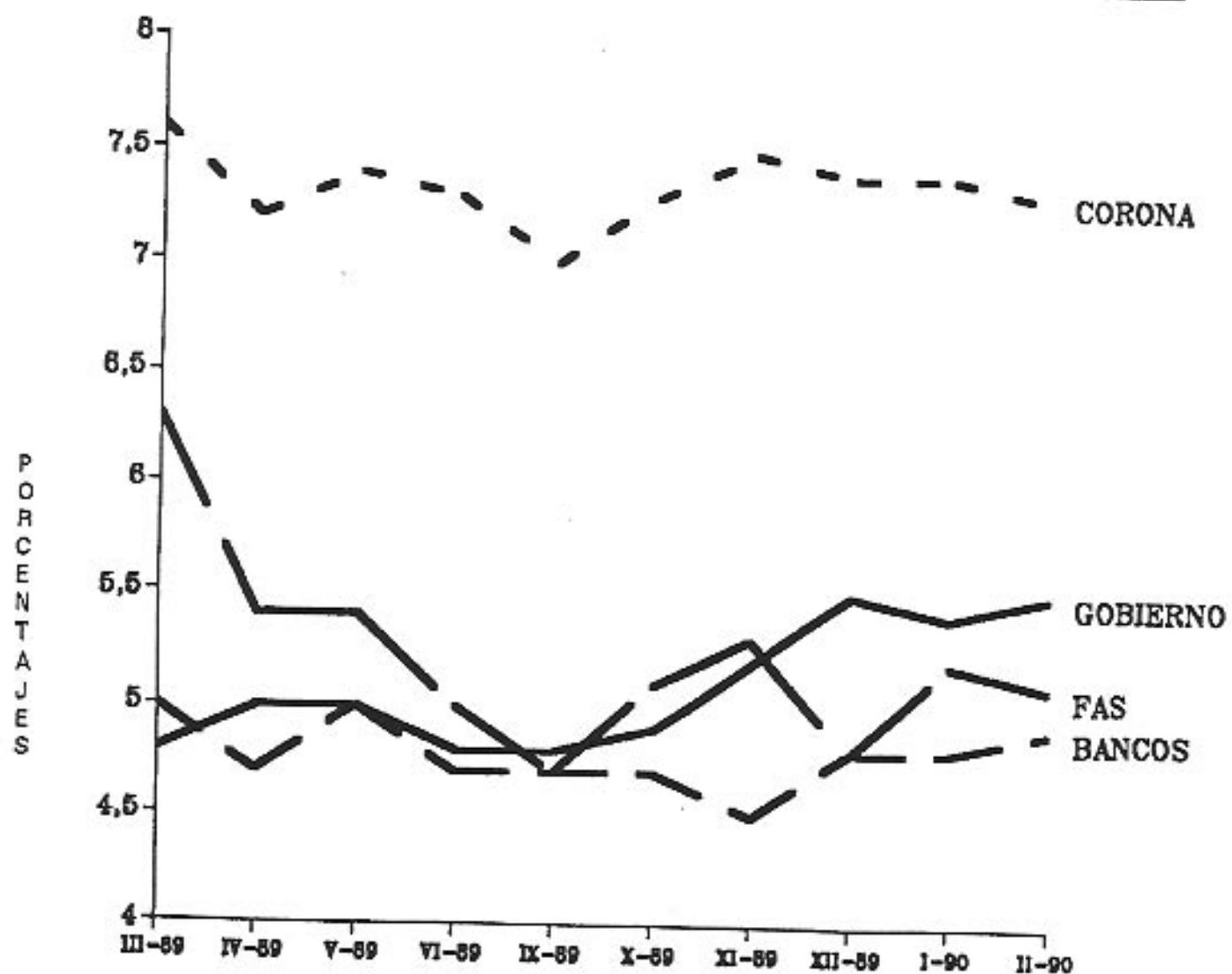
## INTENCION DE VOTO DIRECTA



**ESTIMACION DE VOTO SEGUN MODELO ASEP**



## VALORACION DE LAS INSTITUCIONES



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 contruidos para el análisis

Además, se utilizan otras variables explicativas que constituyen índices o indicadores contruidos 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)

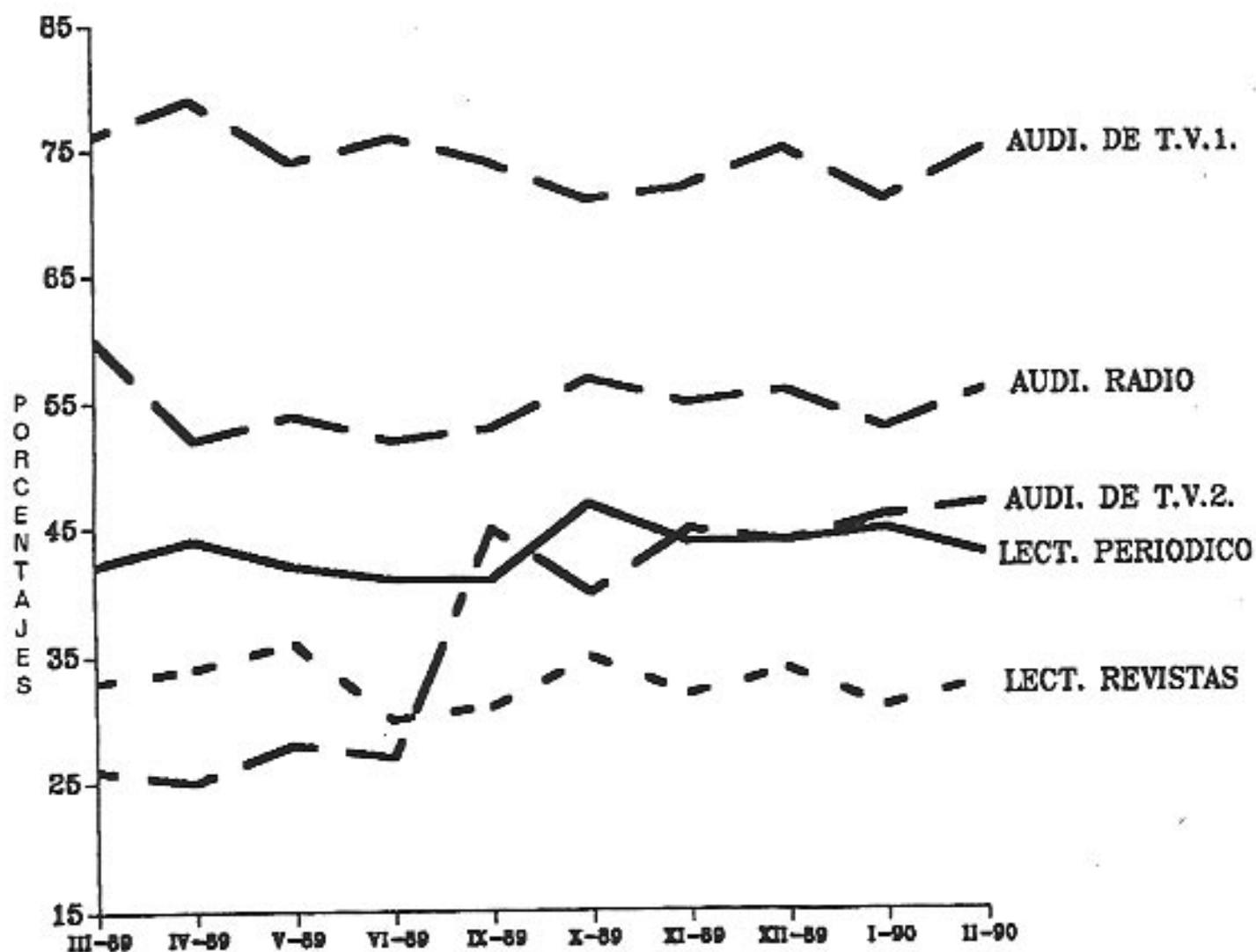
El Sistema de  
Indicadores  
Sociales (SIS)  
de ASEP

ASEP, ha elaborado un Sistema de Indicadores Sociales que pretende ofrecer una visión rápida y de conjunto sobre los aspectos más 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 DEL PORCENTAJE DE AUDIENCIA DE MEDIOS DE COMUNICACION



**VALORACION DE LOS PRINCIPALES  
LIDERES POLITICOS**

