

BOLETIN A.S.E.P.
sobre
LA OPINION PUBLICA DE LOS ESPAÑOLES
MARZO - 1.990

"FLASHES"

ALGO HA EMPEZADO A CAMBIAR

En el Boletín del pasado mes de febrero se señalaba que aunque los indicadores no eran muy diferentes de los de meses anteriores, los pequeños cambios parecían presagiar un cambio desde la satisfacción a la insatisfacción, desde el optimismo al pesimismo.

Los datos de este sondeo ASEP de marzo no sólo confirman aquellos presagios, sino que aportan evidencia algo más firme. En efecto, este mes coinciden los siguientes cambios:

- Los dos indicadores económicos más sensibles y significativos, el sentimiento del consumidor y la percepción de la evolución económica nacional, vuelven a ser negativos después de cinco meses seguidos de haber sido positivos.
- El índice de optimismo de los individuos está sólo ligeramente por encima del nivel de equilibrio, y previsiblemente será negativo en los próximos meses.
- La satisfacción con el Gobierno, aunque ligeramente positiva, está en su nivel más bajo (el mismo que en febrero) desde hace seis meses.

- Ha disminuído la valoración del Gobierno (su valoración más baja desde octubre) y la de Felipe González (su valoración más baja desde octubre).

- Ha disminuído la intención directa de voto hacia el PSOE (su intención más baja desde septiembre pasado), así como el voto estimado (su valor más bajo desde junio).

Es cierto que todas las variaciones son pequeñas, pero resulta muy significativo que todas se produzcan en la misma dirección, lo que parece indicar cambios importantes en la sociedad española.

EL DESGASTE POR EL CASO JUAN GUERRA

Parece inevitable atribuir al "caso Guerra" una parte considerable de influencia en los cambios anteriormente citados.

En efecto, los españoles creen que dicho "caso" ha desencadenado una importante crisis dentro del PSOE, y además, rechazan la afirmación de que Guerra tenga el respaldo de la sociedad. Por ello, no es extraño que la actuación de Felipe González, al no aceptar la dimisión de Guerra, sea una cuestión muy controvertida (apoyada por los votantes socialistas y criticada por los demás).

El hecho cierto es que, a diferencia de lo que sucedía hasta hace sólo unos meses, Guerra recibe una valoración (4,1) más baja que otros ministros socialistas como Matilde Fernández (4,5) y similar a la de Rosa Conde (4,0), que por su papel de Portavoz del Gobierno está más expuesta a la crítica social. Pero lo curioso es que García Damborenea, enfrentado al poder del PSOE como crítico, recibe una valoración de 4,7 puntos, y por tanto superior a la de los líderes ya citados.

En resumen, el caso Juan Guerra parece haber provocado algunos hechos ya de por sí importantes:

- Ha perjudicado la imagen del propio Felipe González, y sobre todo de su hermano Alfonso, hasta el punto de que probablemente ha acabado con su vida política.
- Ha erosionado más que ningún otro hecho la imagen de honestidad del PSOE.
- Ha provocado disensiones internas de mayor envergadura que ningún otro acontecimiento anterior.
- Ha enfrentado al PSOE y al Gobierno con los medios de comunicación con una virulencia hasta ahora desconocida.

Y los efectos últimos de este caso no parecen haber concluido todavía.

LA INTENCION DE VOTO

La ajustada victoria del PSOE en las elecciones del pasado mes de octubre, junto con el desgaste de credibilidad del caso Guerra, están empezando a hacerse notar en los diferentes indicadores de intención de voto, tal y como se resume a continuación:

	Resultados X/89	Recuerdo de Voto	Intención Directa de Voto	Estimación de Voto ASEP
PP	17,9%	13,4%	15,0%	18,9%
CDS	5,5	3,3	2,9	3,5
PSOE	27,4	31,5	29,5	26,1
IU	6,3	6,0	7,2	8,1
Nac. Derecha	7,2	5,7	6,0	7,2
Nac. Izquierda	1,8	1,5	1,4	1,8
Otros	2,9	2,5	3,4	4,1
Abstención	31,0	17,2	9,7	30,3
NS/NC	-	18,9	24,9	-
Total	100,0	100,0	100,0	100,0

Este mes es el primero, desde el sondeo de noviembre, en el que el voto estimado para el PSOE es inferior a sus recientes resultados de X/89. Y es el segundo mes consecutivo en que el voto estimado para el PP es superior a sus resultados reales en las pasadas elecciones.

Y las diferencias de valoración entre Felipe González y Aznar, aunque muy grandes todavía, se han ido reduciendo sistemáticamente. En efecto, era de 1,7 puntos en octubre, de 1,6 puntos en noviembre, de 1,5 puntos en diciembre y enero, de 1,4 puntos en febrero, y en este sondeo de marzo es sólo de 1,2 puntos.

En conclusión, y como se decía al principio de este comentario, algo parece haber empezado a cambiar.

Sistema de Indicadores Sociales ASEP

- El sistema de indicadores refleja, en su conjunto, una situación que todavía es algo favorable al Gobierno, (pero con una clara tendencia a empeorar), una situación social de menor satisfacción, optimismo y confianza, e incluso de insatisfacción y desconfianza que comienza a reflejar el desgaste del Gobierno desde las elecciones de octubre del '89 y la crítica que el PSOE y el Gobierno están recibiendo de los medios de comunicación. El caso Guerra sigue siendo el principal factor responsable de esta erosión.
- Los indicadores económicos y de consumo reflejan este mes un nivel inferior al de estos últimos meses, lo que se plasma en el valor negativo de los dos indicadores más significativos, el ISC (sentimiento del consumidor) y el IESE (evaluación de la situación económica), tal y como se había pronosticado el pasado mes de febrero. Es posible, además, que estos indicadores sean todavía más negativos los próximos meses, a causa de las dificultades económicas (con reflejo en el consumo) que probablemente se plantearán.

- Los indicadores sociales muestran pocas variaciones, ya que continúa la satisfacción con la calidad de vida (siempre en un nivel muy alto), se mantiene estable una práctica religiosa media, y se consolida la proporción (un tercio) de post-materialistas. Pero el índice de optimismo, más sensible a los cambios en la situación social, aunque sigue siendo positivo, está solo ligeramente por encima del nivel de equilibrio, y posiblemente disminuirá en los próximos meses.

- Los indicadores políticos muestran una vez más que la proporción de satisfechos con el Gobierno es mayor que la de los insatisfechos, encontrándose en el mismo nivel del mes pasado, al igual que sucede con el funcionamiento de la Democracia, (la satisfacción es alta y similar a la de febrero, pero inferior a los tres meses precedentes), manteniéndose sin embargo el bajo nivel de alienación política de los últimos meses. 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 el mantenimiento del crecimiento experimentado en febrero por el PP, un nuevo y significativo descenso del CDS, valores relativamente inferiores para PSOE e IU, cierto crecimiento del voto a otros partidos, (especialmente a los ecologistas), una disminución de la abstención decidida, y un aumento de los indecisos. En cuanto a la estimación de voto, y por comparación con los resultados reales de 1.989, se observa por segundo mes consecutivo un incremento del PP (un punto porcentual por encima de sus resultados de 1.989), un descenso del PSOE, (que pierde dos puntos porcentuales respecto a octubre'89), y un aumento de IU, (aunque menor que el de los últimos cuatro meses), resultados similares para los nacionalistas de centro y derecha, y un fuerte incremento de los "otros" partidos, como consecuencia principalmente del aumento del voto ecologista. Solo el PP, IU y los "otros" partidos presentan un voto estimado superior al de 1.989.

- La interpretación que estos datos sugieren, como en febrero, es que las confrontaciones políticas en que se ha visto envuelto el Gobierno, y de manera especial el 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 ya indicativo de una clara mejora de imagen), en la pérdida de voto del PSOE, en el aumento del voto a IU, y en un crecimiento del voto "verde" o ecologista (coherente con el incremento de post-materialistas).

Cuadro 1.

Sistema de Indicadores Sociales ASEP

	IV-89	V-89	VI-89	IX-89	X-89	XI-89	XII-89	I-90	II-90	III-90
<u>ECONÓMICOS Y DE CONSUMO</u>										
1 -ISC	95	97	95	97	100	101	100	100	100	96
2 -IPA	109	106	110	117	115	114	117	116	119	119
3 -IESE	92	94	91	97	100	103	101	103	100	94
4 -IGA	37,8	38,9	39,1	40,5	42,6	41,3	40,9	43,0	40,9	43,2
<u>SOCIALES</u>										
5 -ISCV	170	166	166	169	169	167	173	168	170	174
6 -IO	100	103	100	99	105	102	102	101	105	101
7 -IPR	2,6	2,6	2,6	2,6	2,5	2,6	2,5	2,4	2,5	2,5
8 -IPM	24	25	30	30	27	30	31	32	34	30
<u>POLITICOS</u>										
9 -ISD	126	128	124	130	128	143	146	140	137	138
10 -ISG	105	95	97	108	110	113	123	114	108	108
11 -IAP	46	43	45	42	41	31	34	35	32	34
12 -IPI	3,5	3,4	3,2	3,4	3,3	3,2	3,3	3,3	3,4	3,4
13 -ISN	3,4	3,4	3,3	3,3	3,3	3,2	3,3	3,1	3,1	3,1
<u>MEDIOS DE COMUNICACION</u>										
14 -IEMC	-	-	-	39	41	38	38	37	39	39
<u>INTENCION DIRECTA DE VOTO</u>										
- PP	8,7	9,6	7,3	8,1	7,7	13,0	11,5	11,0	14,7	15,0
- CDS	9,3	8,6	6,3	3,8	4,6	3,0	3,8	4,1	3,5	2,9
- PSOE	23,9	27,0	25,1	28,4	30,4	31,9	29,8	30,8	30,9	29,5
- IU	4,9	5,1	6,8	8,2	7,0	11,1	11,1	8,4	8,5	7,2
- Otros	7,5	7,1	9,2	9,4	9,4	10,0	9,4	10,8	9,7	10,8
- No Votará	15,8	12,5	15,3	8,2	9,0	7,1	8,2	8,3	14,7	9,7
- NS/NC	29,9	30,1	30,0	33,9	31,9	23,9	26,2	26,6	18,0	24,9
<u>INTENCION DE VOTO ESTIMADA</u>										
- PP	13,9	15,7	13,6	15,5	13,8	19,5	17,7	16,5	19,3	18,9
- CDS	9,6	9,0	8,5	6,1	6,9	4,6	5,1	5,5	4,4	3,5
- PSOE	21,0	23,7	22,2	26,7	26,9	30,7	27,9	27,7	28,3	26,1
- IU	5,5	4,7	6,9	7,6	7,2	10,8	11,5	9,2	8,6	8,1
- Nacional Derecha	7,4	4,8	6,1	6,7	6,3	7,1	7,9	8,0	7,3	7,2
- Nacional Izquierda	3,5	4,6	4,0	2,3	3,4	1,6	1,3	2,0	1,0	1,8
- Otros	1,8	2,7	2,3	4,2	4,5	4,1	4,0	4,3	4,5	4,1
- Abstención	37,3	34,8	36,4	30,9	31,0	21,6	24,6	26,8	26,6	30,3

Cuadro 2.

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

INDICADORES:	III-90

Total	(1.202)
<u>Propensión al Ahorro</u>	
Ahorran	28%
Se Endeudan	9
<u>Satisfacción con Calidad de Vida</u>	
Satisfechos	84%
Insatisfechos	10
<u>Optimismo Personal</u>	
Optimistas	24%
Pesimistas	22
<u>Evaluación Situación Económica</u>	
Optimistas	20%
Pesimistas	26
<u>Satisfacción con Democracia</u>	
Satisfechos	61%
Insatisfechos	23
<u>Satisfacción con Gobierno</u>	
Satisfechos	44%
Insatisfechos	36
<u>Posicionamiento Ideológico</u>	
Izquierda	41%
Centro	11
Derecha	15
<u>Sentimiento Nacionalista</u>	
Más nacionalistas	22%
Más españoles	27
<u>Práctica Religiosa</u>	
Alta	24%
Baja	50
<u>Exposición a Medios</u>	
Alta	3%
Baja	65
<u>Postmaterialismo</u>	
Materialistas	70%
Post-materialistas	30
<u>Posición Social</u>	
Alta	20%
Baja	36
<u>Intención de Voto Directa</u>	
PP	15%
CDS	3
PSOE	30
IU	7

Actitudes Económicas y de Consumo

Se mantiene la propensión al ahorro

- Se mantiene el índice de propensión al ahorro como en febrero, y por tanto es positivo, y el más alto de los últimos diez meses.

Retorna el pesimismo sobre la situación económica

- De los cuatro componentes del sentimiento del consumidor (situación económica personal y de España, presente y futura), solo uno es este mes positivo aunque inferior al de febrero, el correspondiente a la evolución futura de la situación económica personal. Los cuatro índices ofrecen por tanto una evaluación de la situación económica peor que la del mes pasado, ya que sus valores son en todos los casos inferiores a los de febrero, y tres de ellos están por debajo del nivel de equilibrio.

Aumenta el gasto promedio de los hogares en alimentación, y disminuyen los gastos de casa y en gasolina

- Los españoles han gastado en marzo un promedio de 43.200 ptas. en alimentación en casa, 15.900 ptas. en gastos de casa, 8.800 ptas en pago de deudas y créditos, 5.700 ptas. en gasolina, y 3.600 ptas. en servicio doméstico.

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 la educación y la familia

- La mayoría de los entrevistados afirma haber recibido una educación bastante liberal pero dentro de unas normas, haberse llevado siempre bien con sus padres, haber dado/ o pensado dar a sus hijos una educación bastante liberal pero dentro de ciertas normas, y cree que hoy en día no se puede tener más de 1 o 2 hijo.

Los españoles afirman que los intereses de las supercuentas no son tan altas como anuncian

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

"A la hora de la verdad, los intereses que dan las supercuentas de los Bancos no son tan altas como anuncian".

Pero existe controversia de opiniones respecto a las siguientes frases:

"En los últimos meses han mejorado mucho las relaciones entre el Gobierno, los Sindicatos y las Patronales.

"Todos los bancos públicos deberían fusionarse en uno solo" y

"España exporta poco porque nuestros productos no son competitivos en calidad y precio en los mercados internacionales".

Mahou, la mejor empresa en el sector de bebidas alcohólicas

- Al preguntar por la mejor empresa en el sector de bebidas alcohólicas, la más mencionada fue Mahou, con muy poca diferencia sobre Larios, JB y Cruz Campo.

El BBV, el banco con más clientes

- El 82% de los españoles tiene al menos una cuenta corriente o una cartilla de ahorros. El banco con mayor número de clientes resulta ser el B.B.V. (8%), después de las Cajas de Ahorro en su conjunto (77%).

Actitudes y Comportamientos Políticos

Actitudes Básicas

- El electorado español se autopositiona ideológicamente sobre todo en la izquierda (41%), y en proporción inferior en el centro (11%) y en la derecha (15%), lo que implica este mes cierto incremento de la izquierda, y una ligera disminución del centro. Un 24% afirma tener una práctica religiosa alta, mientras que la mitad (50%) dicen que su práctica religiosa es baja. Casi la mitad de los entrevistados (47%) se consideran tan españoles como nacionalistas, pero la proporción que se considera más español (27%) es superior a la que se considera más nacionalista (21%). Finalmente, un tercio de los entrevistados (30%) 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 75% 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 (7,1), los Sindicatos (5,8), los Empresarios (5,4), el Gobierno de la Nación y las Organizaciones Empresariales (5,3), las Fuerzas Armadas (4,8), y los Bancos (4,7).

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 Justicia y la Corona.

Ranking de
Valoración de
Instituciones

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

Imagen de
Personajes
Públicos

- En cuanto a los líderes políticos incluidos en el sondeo de marzo, los más conocidos son Felipe González, Adolfo Suárez, Aznar y Guerra (por más del 80% de los entrevistados), seguidos de Anguita (por más del 75%), de Rosa Conde e Isabel Tocino (por más del 60%), y de García Damborenea y Matilde Fernández (por más del 40%). La valoración más alta corresponde a Felipe González (5,7), seguido de Anguita (5,0), García Damborenea (4,7), Aznar y Matilde Fernández (4,5), Suárez y Guerra (4,1), Rosa Conde (4,0) e Isabel Tocino (3,9). Además, Guerra, 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^a 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^a Sofía, el Príncipe Felipe, Gorbachov, Samaranch, Morán, Felipe González y Fernández Ordoñez.

Los españoles
creen que el
caso Juan
Guerra ha de-
sencadenado
una crisis
importante
dentro del PSOR

- Los españoles están claramente de acuerdo con la siguiente afirmación:

"El caso Juan Guerra ha desencadenado una crisis importante dentro del PSOE".

- La opinión pública es bastante controvertida respecto a las cuestiones siguientes:

"Las sentencias del Tribunal Constitucional rechazando la repetición de elecciones (excepto en Melilla, donde sí se van a repetir) han sido acertadas", y

"La manifestación en Sevilla en apoyo a Alfonso Guerra demuestra que cuenta con el respaldo de una gran parte de las sociedad española".

- Y existe un claro desacuerdo con la afirmación de que:

"Las explicaciones de Suárez para justificar su reciente pacto con el PSOE son muy justificadas y convincentes".

- Fuerte controversia respecto a que Felipe González no aceptase la dimisión de Guerra - En relación con la política y actuaciones recientes del Gobierno, se ha observado una opinión muy controvertida respecto a:
- "El proyecto de ampliar la ley del aborto",
 - "El proyecto de reforma educativa",
 - "La afirmación de que el Gobierno podría ser generoso con ETA si ésta abandona sus actividades terroristas", y
 - "El que Felipe González no haya aceptado la dimisión de Alfonso Guerra como Vicepresidente del Gobierno".
- Se mantiene cierta satisfacción con el Gobierno de la Nación y mas 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 más que los insatisfechos), igual que en febrero. Y persiste un grado alto de satisfacción con el funcionamiento de la democracia.

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 (9,5%), seguido de ABC, La Vanguardia, El Periódico y Diario 16. Por comparación con el mes anterior, parece observarse cierto incremento de lectores de casi todos los diarios. Debe resaltarse que El Mundo llega al 1,5 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 (6,1%), seguida de Semana, Hola, Lecturas, Interviú, Tiempo y Diez Minutos. Se mantiene por tanto, con pequeñas variaciones, el ranking del mes pasado y aumenta la lectura de algunas revistas como Pronto, Semana y Diez Minutos.

Radio

- La audiencia de radio baja al 50%. 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, como el mes pasado. En Frecuencia Modulada, la SER supera ligeramente este mes otra vez 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 29% de la población española ve alguno de los canales autonómicos, proporción que ha sido este mes mayor en Cataluña, (55%) e inferior en Madrid (33 por ciento).
- Debe resaltarse que un 9% de los entrevistados dicen ver Telecinco, y que un 5% ven Antena 3.

Telediarios

- La audiencia de telediarios es casi igual este mes para la primera y segunda edición (33 y 34%), pero disminuye mucho respecto al de la noche (13%), Noticias 2 (4%) y Buenos Días (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 17 y un 10 por ciento de la población, respectivamente.

El Tiempo es Oro y Las Películas los más mencionados

- En cuanto a programas concretos, los más mencionados este mes son El Tiempo es Oro (91 citas), Películas (83), El Precio Justo (72 citas), Telediario (54 citas) e Informe Semanal (53), y todos los demás programas mencionados son citados por 50 entrevistados o menos.

- El anuncio de la ONCE es el más recordado - El anuncio de la ONCE es este mes el más recordado como el que más ha gustado (con 85 menciones), seguido del de Coca Cola (38 menciones).
- Mayra Gómez Kemp la comunicadora más conocida, y Martín Ferránd el más valorado - De los cinco comunicadores sociales por los que se ha preguntado este mes, Mayra Gómez Kemp es la más conocida (76%), seguida de Pepe Navarro (72%), Francisco Umbral (42%), Manuel Martín Ferránd (28%) y Pilar Cernuda (26%). En cuanto a valoración, el orden de este mes ha sido: Martín Ferránd (6,5), Pepe Navarro (6,3), Pilar Cernuda y Mayra Gómez Kemp (5,6), y Francisco Umbral (4,9).
- 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, Mayra Gómez Kemp, José María García, Rosa Mª Mateo, Pepe Navarro 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, Paco Lobatón, Forges, Lalo Azcona, Joaquín Prats, Martín Ferránd, Aberastury, Mercedes Milá, Joaquín Arozamena, Jesús Hermida, María Escario, Eduardo Sotillos, Juan Luis Cebrián y José Luis Balbín sobrepasan los 6,5 puntos.

Fuerte acuerdo
con el cese de
Luis Solana en
RTVE

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:

"El cese de Luis Solana como director de RTVE".

Pero se observa una fuerte controversia respecto a:

"La información de TVE sobre las elecciones de Nicaragua no ha sido neutral sino favorable al anterior Presidente Daniel Ortega", y

"Al haber tantos canales de televisión ya no se sabe qué programa ver".

Y un alto grado de desacuerdo respecto a las afirmación:

"En el enfrentamiento actual entre el Gobierno y los medios de comunicación tiene razón el Gobierno".

Cuadro 3.

Conocimiento y Valoración de Instituciones y Grupos Sociales

MARZO 1.990

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

Cuadro 4.

Conocimiento y Valoración de Personajes Públicos

MARZO 1990

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

Cuadro 5.

Conocimiento y Valoración de Comunicadores Sociales

MARZO 1.990

		<u>VALORACION</u>		
		Alta (+6,5)	Media (5,5-6,5)	Baja (-5,5)
<u>CONOCIMIENTO</u>	Alto (+70%)	I. Gabilondo	José M. Garcia	
		Rosa Mª Mateo	Concha Velásco	
		Jesús Hermida	Pepe Navarro	
		Joaquín Prats	Mayra Gómez Kemp	
		Julia Otero		
		Mercedes Milá		
	Medio (30-70%)	J. Arozamena	Jesús Mariñas	Francisco Umbral
		Lalo Azcona	Anna Castells	Fernando G ^a . Tola
		Forges	Emilio Romero	
		Constant. Romero	Luis del Olmo	
		Eduardo Sotillos	Encarna Sánchez	
		Juan Luis Cebrián	A. Aberastury	
			Antonio Gala	
			Inma de Santis	
			Elena Santoja	
			Alfredo Amestoy	
			José Luis Balbín	
			José Antonio Plaza	
		Bajo (-30%)		Julio César Iglesias
			Jaime Capmany	
	Manuel Campo		Pedro Piqueras	
	Paco Lobatón		Maruja Torres	
	María Escario		Julián Lago	
	M. Martín Ferrand		Pedro J. Ramirez	
			Gallego y Rey	
			María de San Juan	
			Julián Marias	
			Peridis	
		E. Saenz de Buruaga		
		Manuel Hidalgo		
		Miguel A. Gozalo		
		Pilar Cernuda		

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)

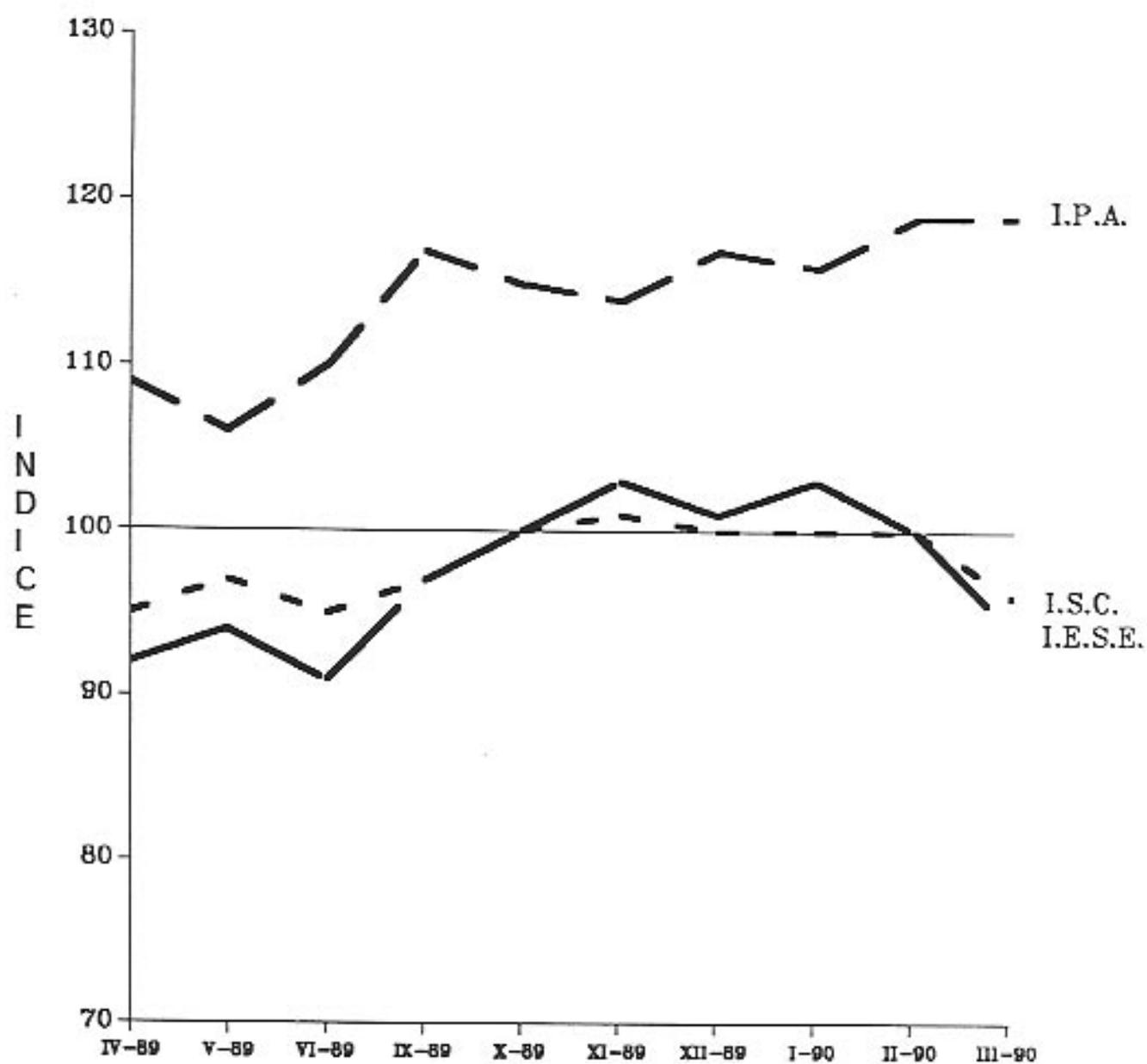
El Sistema de Indicadores Sociales (SIS) de ASEP

ASEP, ha elaborado un Sistema de Indicadores Sociales que pretende ofrecer una visión rápida y de conjunto sobre los aspectos 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.

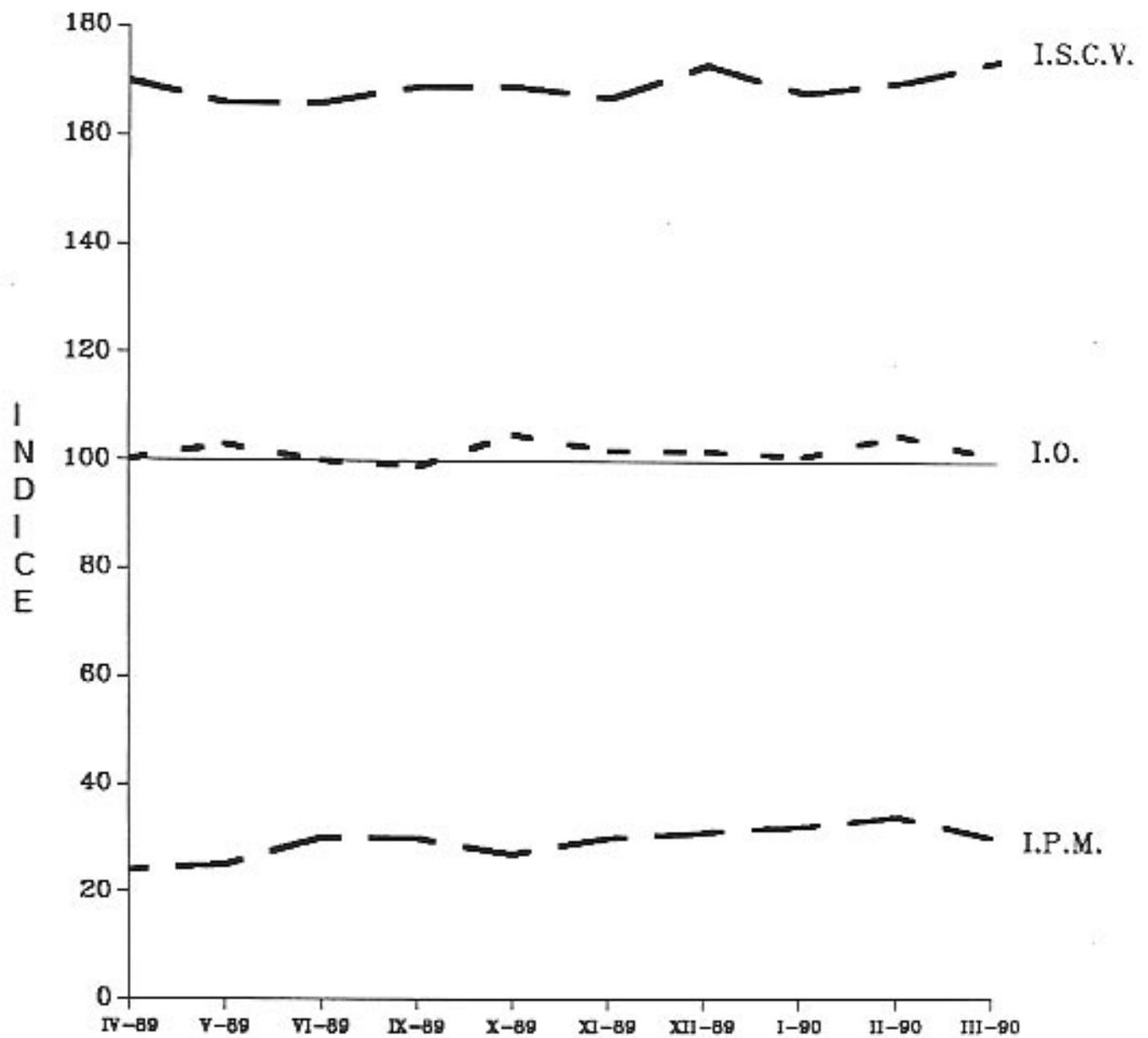
De los catorce indicadores que componen ahora el SIS de ASEP (dejando aparte la intención directa de voto), ocho pueden variar en una escala de 0 a 200, con punto de equilibrio en 100 (ISC, IPA, ISCV, IO, IESE, ISD, ISG, IEMC). De los demás, cuatro constituyen medias aritméticas de puntuaciones en escalas 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.

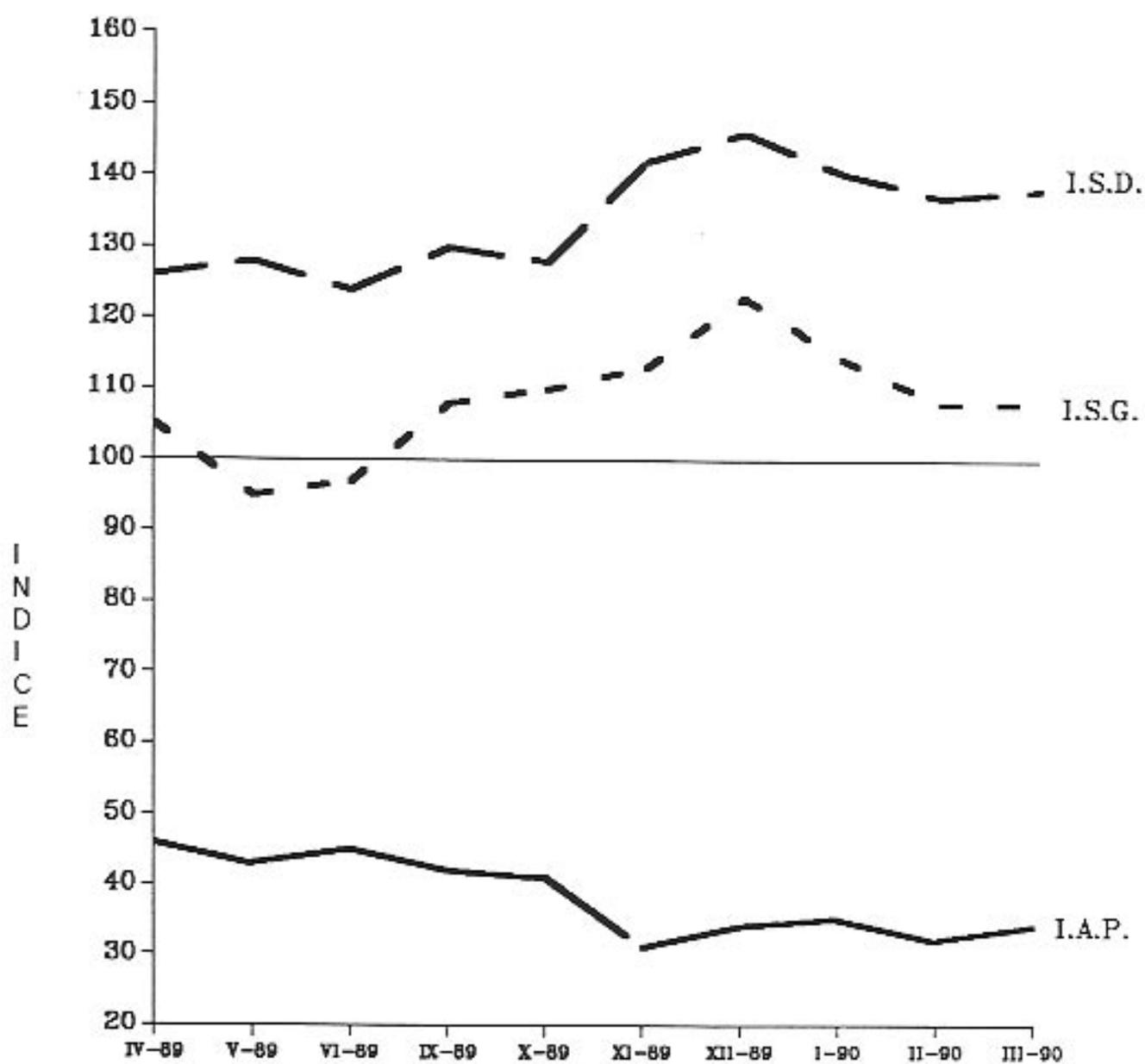
EVOLUCION DE LOS INDICADORES ECONOMICOS Y DE CONSUMO



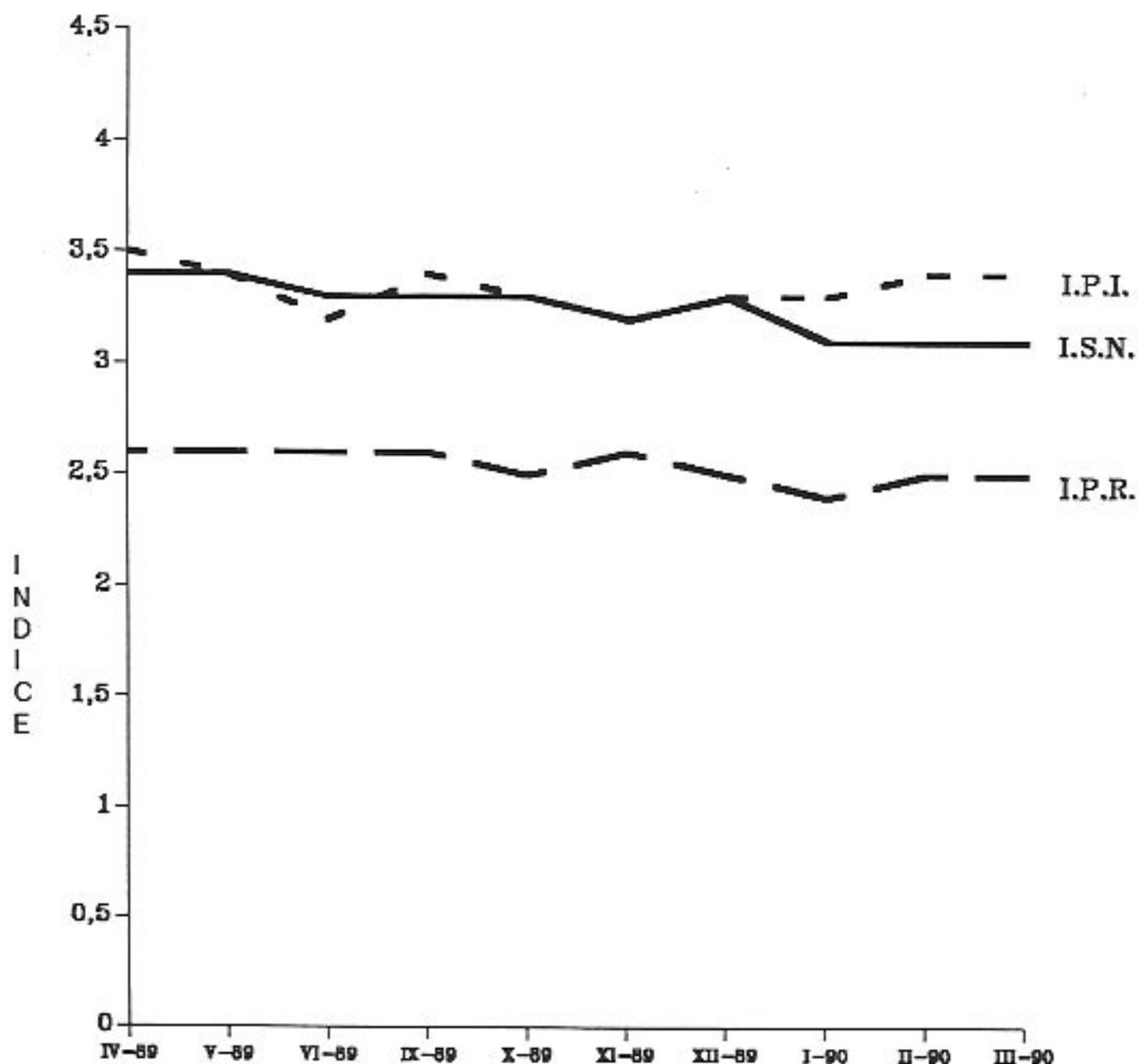
EVOLUCION DE LOS INDICADORES SOCIALES



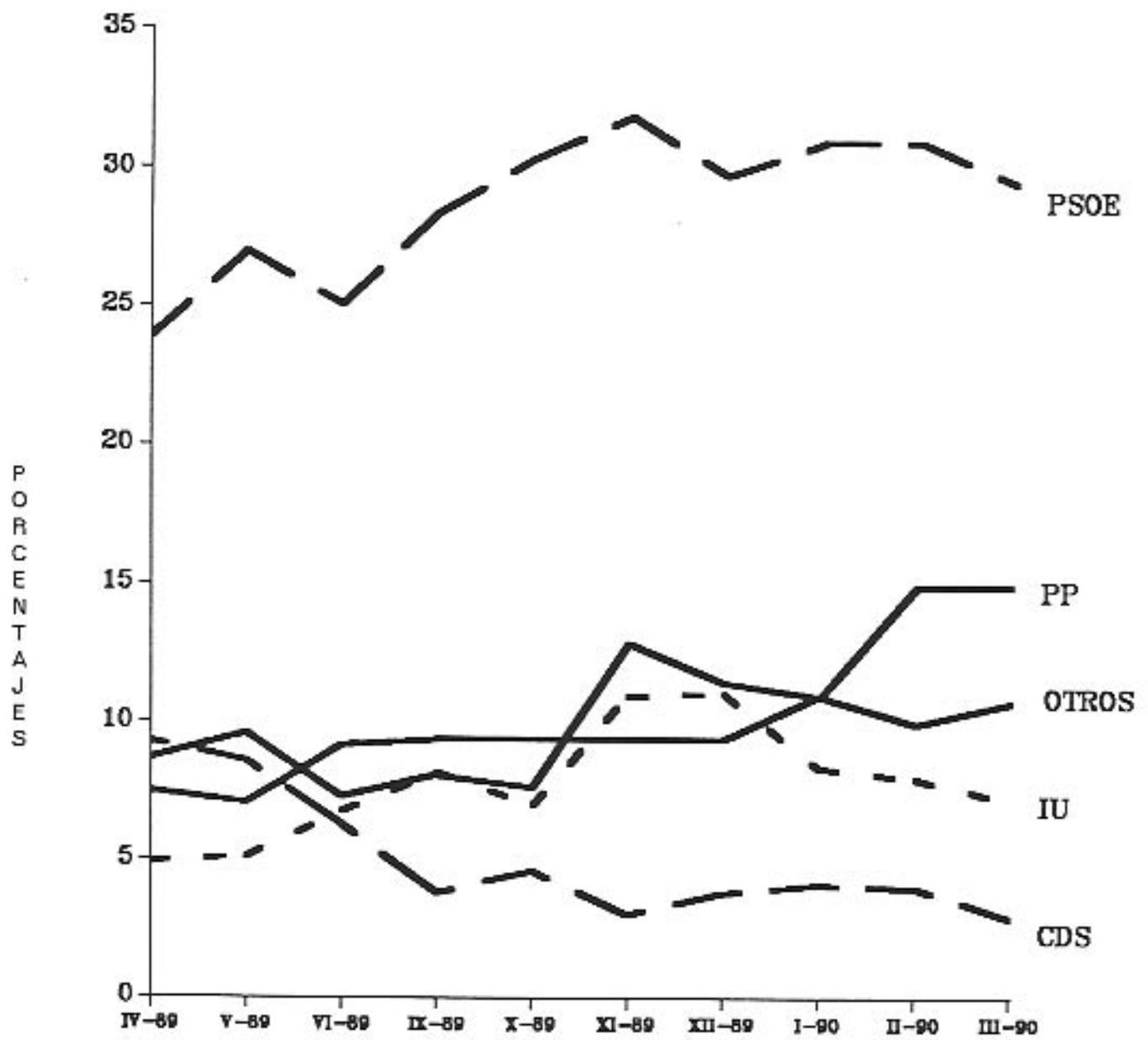
EVOLUCION DE LOS INDICADORES POLITICOS



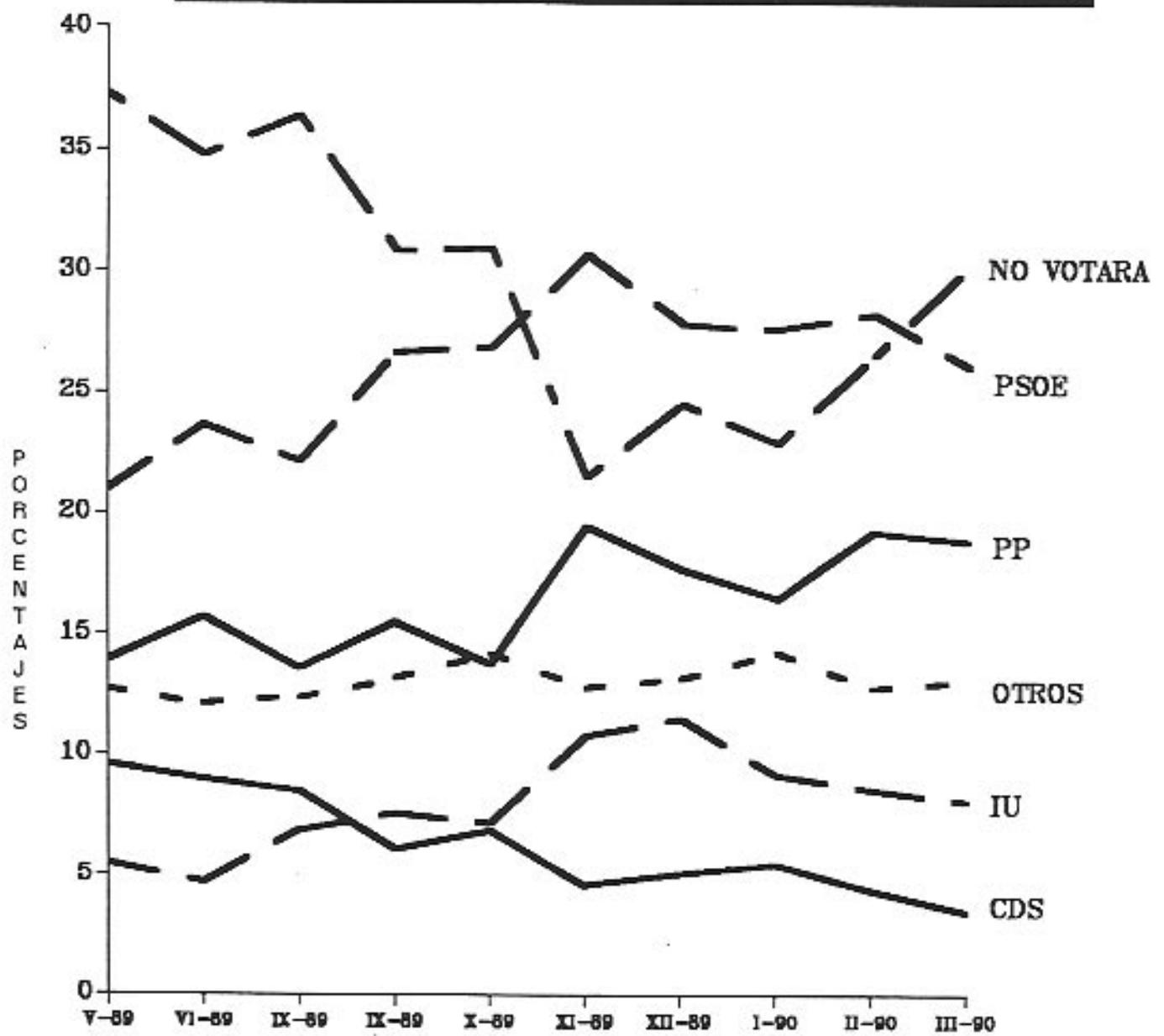
EVOLUCION DE LOS INDICADORES DE POSICIONAMIENTO IDEOLOGICO



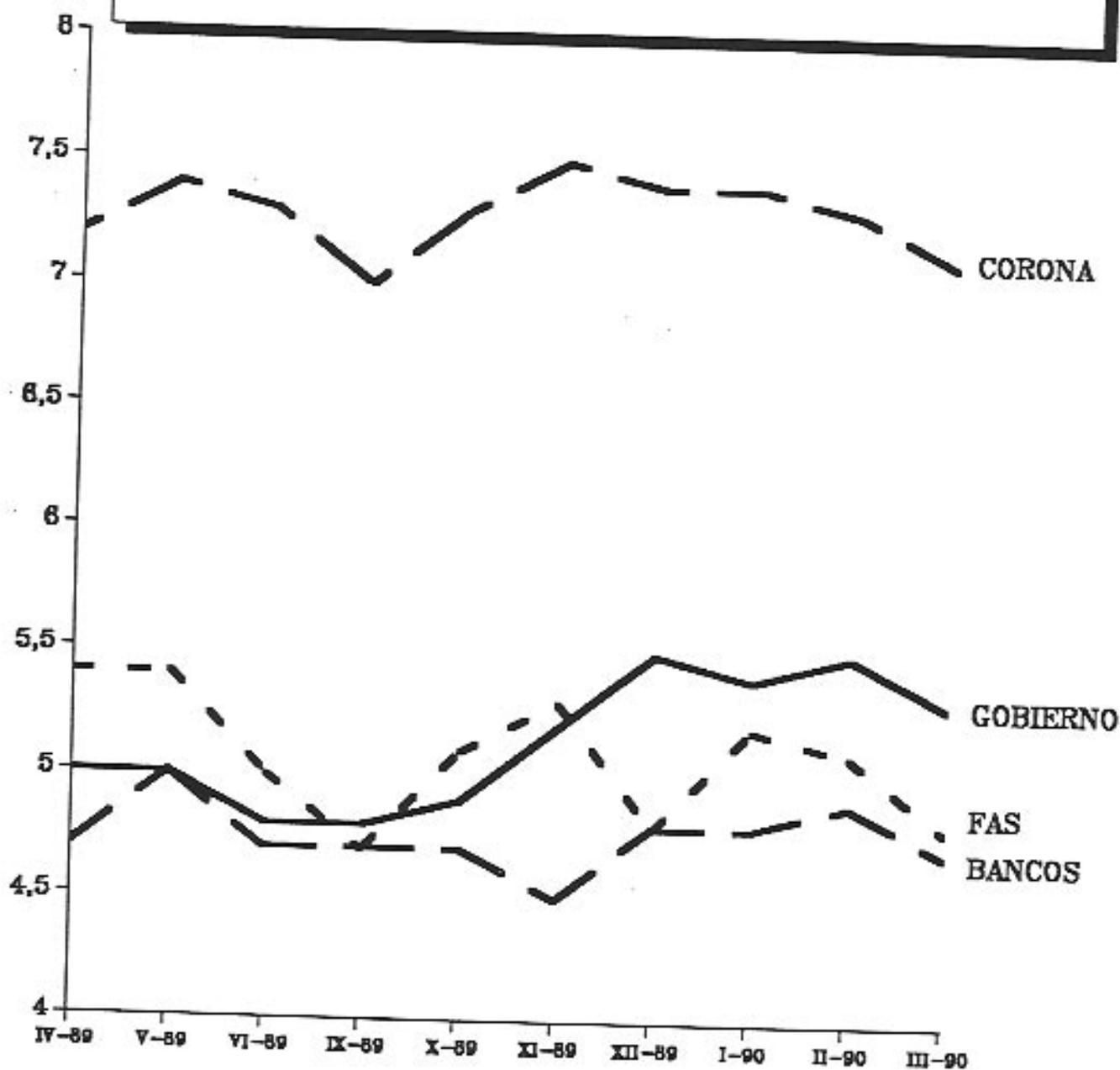
INTENCION DE VOTO DIRECTA



ESTIMACION DE VOTO SEGUN MODELO ASEP



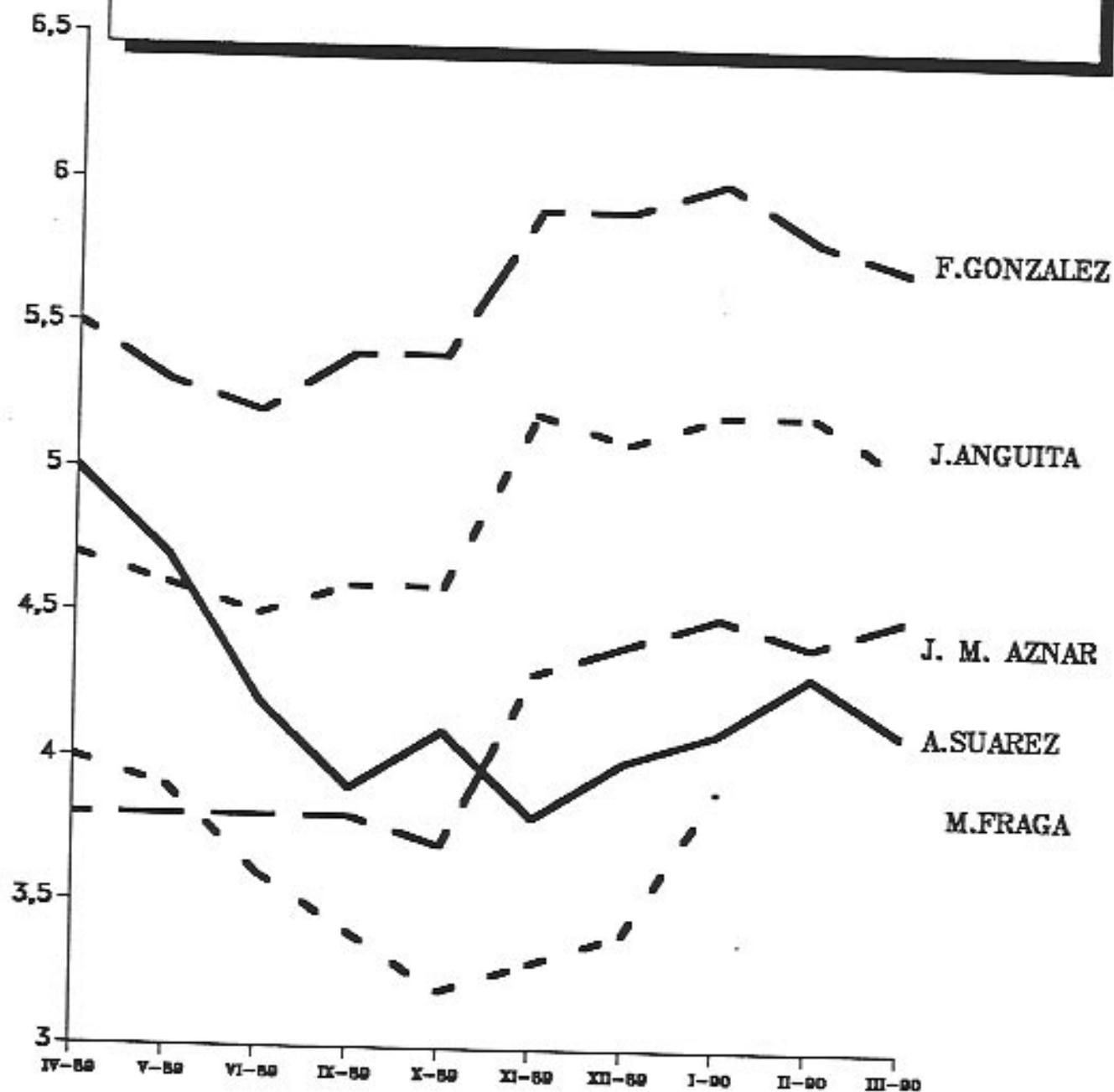
VALORACION DE LAS INSTITUCIONES



P
S
C
E
A
S

VALORACION DE LOS PRINCIPALES LIDERES POLITICOS

VALORACION
MEDIA



EVOLUCION DEL PORCENTAJE DE AUDIENCIA DE MEDIOS DE COMUNICACION

