BOLETIN A.S.E.P.

sobre

LA OPINION PUBLICA DE LOS ESPAÑOLES

ENERO - 1.991

"FLASHES"

El sondeo de ASEP correspondiente al mes de enero de 1991 se realizó precisamente cuando la opinión pública tuvo conocimiento de dos hechos de gran transcendencia politica y, consiguientemente, económica y social: la dimisión/cese de Alfonso Guerra y el inicio de la Guerra en el Golfo Pérsico. En efecto, las entrevistas se realizaron entre el 14 y el 19 de enero, y la dimisión de Guerra fué anunciada el 12 de ese mes, mientras que la guerra comenzaba en la madrugada del 16 al 17. Afortunadamente, hubo tiempo para incluir una pregunta sobre la dimisión de Guerra, y las relativas al conflicto en el Golfo Pérsico habian sido redactadas pensando en la posibilidad de que se iniciase la guerra.

El impacto de ambas noticias sobre la opinión pública, especialmente la relativa a la guerra en el Golfo Pérsico, ha sido muy importante y con efectos visibles en gran parte de los indicadores habituales del Sistema de Indicadores de ASEP.

LA GUERRA EN EL GOLFO PERSICO

El efecto más inmediato del inicio de la guerra en el Golfo Pérsico ha sido de pesimismo e incertidumbre, tanto individual como social. En efecto, los principales indicadores de evaluación de la situación

económica y su futuro (ISC e IESE) se han desplomado hasta el bajo nivel de septiembre, interrumpiéndose la tímida recuperación que se había observado entre octubre y diciembre, cuando la opinión pública todavía creía en la posibilidad que se llegase a un arreglo-no-bélico en el conflicto del Golfo Pérsico.

La cruda realidad de la guerra ha hecho que aumente muy significativamente el pesimismo individual y, como respuesta habitual en situaciones de crisis e incertidumbre, se ha elevado ligeramente la propensión al ahorro y la proporción de ahorradores.

La opinión pública parece haber "olfateado" que se avecinan malos tiempos para la economía nacional y la personal, lo que explica que se observe cierta controversia de opiniones respecto al hecho de que no se haya autorizado una subida de salarios superior a la tasa de inflación, que en definitiva constituye una cierta aceptación, "de mala gana", de esa medida, impopular pero posiblemente realista.

El impacto de la guerra no se ha hecho notar solamente en los indicadores económicos, sino también en los políticos. Todos los datos parecen indicar un estado de opinión que podría resumirse así:

- Fuerte oposición a la guerra y a la participación de España en ella, o al respaldo a los Estados Unidos o a las fuerzas aliadas. La valoración de Bush (3,9) es muy inferior a la de Mitterand (5,0), González (5,7) o Gorvachov (6,8), y probablemente disminuirá más en próximos meses, a medida que se prolongue la guerra y se noten más sus consecuencias.

- Controversia de opiniones (que indican crítica pero también comprensión) al apoyo que el Gobierno está prestando a los Estados Unidos en esta guerra.

- Pero todo lo anterior no implica en absoluto un apoyo a Irak o a su Presidente. De hecho, la valoración de Sadam Hussein (0,7) es la más baja registrada nunca en los sondeos ASEP de los últimos cuarenta meses para cualquier personaje público por el que se haya preguntado.

Naturalmente, el malestar creado por el inicio de la guerra y la participación de España probablemente explican la disminución en la valoración del Gobierno de la Nación (la segunda más baja de los últimos doce meses), el descenso en el indice de satisfacción con el Gobierno (el cuarto valor más bajo de los últimos doce meses), y el descenso en el índice de satisfacción con el funcionamiento de la democracia (el cuarto valor más bajo también en ese periodo de tiempo).

El único efecto positivo de la guerra parece haber sido cierto incremento en la lectura de periódicos, (no de revistas), en la audiencia de radio, y en la audiencia de informativos de televisión, especialmente de las cadenas privadas y algunas autonómicas.

Lo que si parece razonable afirmar es que, si la guerra continúa, y si la participación española aumenta, habrá efectos aún más notables en la opinión pública española.

LA DIMISION/CESE DE ALFONSO GUERRA

Al haberse producido este acontecimiento pocos dias antes del comienzo de la guerra en el Golfo Pérsico, sus efectos e impacto han sido probablemente menores que en otro momento.

Alfonso Guerra habia ido perdiendo, poco a poco, el apoyo de la opinión pública española, aunque menos de lo que cabria haber esperado a causa de la critica a que ha estado sometido durante meses por los medios de comunicación.

La evolución de su valoración, a través de los sondeos de ASEP, puede resumirse asi:

	Valoración media de Alfonso Guerra en escala de 0 a 10 puntos
1986	
Diciembre	4,3
1987	
Mayo	4,0
Octubre	4,1
1988	
Abril	3,7
Octubre	4,0
1989	
Septiembre	4,1
Noviembre	3,9
1990	
Febrero	4,0
Marzo	4,1
Abril	3,9
Mayo	3,6
Junio	4,0
Julio	4,0
Septiembre	3,5
Octubre	3,4
Noviembre	3,5
Diciembre	3,5
1991	
Enero	3,7

Como puede comprobarse, y después de una ligera recuperación poco antes del verano (posiblemente a causa de las elecciones andaluzas), su imagen entró en una baja y estable valoración que, al parecer, ha sido irrecuperable. El ligero aumento de enero es, posiblemente, consecuencia de su dismisión.

Por otra parte, si la opinión pública se manifestaba más o menos controvertida sobre la conveniencia de su cese, la tendencia era cada vez más favorable a que este se produjera. Y los datos de este sondeo de enero no dejan lugar a dudas de que la mayoría de los entrevistados, incluso los de izquierda y centro izquierda, están claramente de acuerdo con su dimisión/cese.

LAS INTENCIONES DE VOTO

Los indicadores de voto están posiblemente afectados, pero lo estarán aún más, por el desarrollo de los acontecimientos en el Golfo Pérsico. No obstante, se mantienen o refuerzan algunas de las tendencias de estos últimos meses, como puede comprobarse a continuación:

INDICADORES DE VOTO ENERO 91

	Resultados Reales 1989	Recuerdo de Voto	Intención de Voto	Estimación ASEP
PP	17,9%	10,6%	13,2%	18,3%
CDS	5,5	3,2	3,1	4,1
PSOE	27,4	30,5	26,0	23,1
IU	6,3	5,8	8,6	7,5
Nac. Derecha	7,2	4,6	5,4	6,5
Nac. Izquierda	1,8	0,9	0,9	1,4
Otros	2,9	1,6	3,4	4,2
Abstención	31,0	22,3	13,2	34,9
NS/NC	-	20,5	26,2	-
Total	100,0	100,0	100,0	100,0

Probablemente el cambio más importante (el incremento de IU respecto a 1989) sea el más coyuntural (por la guerra del Golfo Pérsico) pero el menos realista, de momento al menos, respecto a unas futuras elecciones.

Lo que si parece confirmarse es que el PP está manteniendo su electorado (incluso incrementándolo) respecto a 1989, mientras que el PSOE ha obtenido este mes la segunda estimación más baja de los últimos doce meses.

No debe pasarse por alto, sin embargo, que la valoración de Felipe González ha aumentado este mes, y que la de Aznar ha disminuido significativamente, después de su aumento en noviembre y diciembre, hasta su nivel más bajo de los últimos doce meses, situándose así en la misma valoración que Suárez creciente desde noviembre, aunque todavia sin superar los 4,0 puntos.

Sistema de Indicadores Sociales ASEP

1. Este mes vuelven a disminuir hasta el bajo nivel alcanzado en septiembre, (interrumpiéndose así la pequeña recuperación advertida desde octubre a diciembre), los indicadores siguientes:

   - Sentimiento del Consumidor (ISC).
   - Evaluación de la Situación Económica (IESE).
   - Optimismo (IO)

2. Disminuyen también, pero menos que los anteriores:

   - Satisfacción con el funcionamiento de la democracia (ISD).
   - Satisfacción con la labor del Gobierno (ISG).

3. Y se mantinen estables en sentido estricto:

   - Propensión al Ahorro.
   - Ahorro.
   - Satisfacción con la Calidad de Vida.
   - Práctica religiosa.
   - Postmaterialismo.
   - Alienación politica.
   - Posicionamiento ideológico.
   - Sentimiento nacionalista.

4. La estimación de voto ASEP, por comparación con los resultados reales de 1.989, implica los siguientes cambios significativos:

   - Incremento de la abstención.
   - Crecimiento del PP y sobre todo de IU.
   - Estabilidad para nacionalistas de izquierda.
   - Pérdidas importantes para PSOE y CDS, y menos importantes para nacionalistas de centro y derecha.
   - Fuerte crecimiento de los "otros" partidos (principalmente ecologistas).

Cuadro 1.

Sistema de Indicadores Sociales ASEP

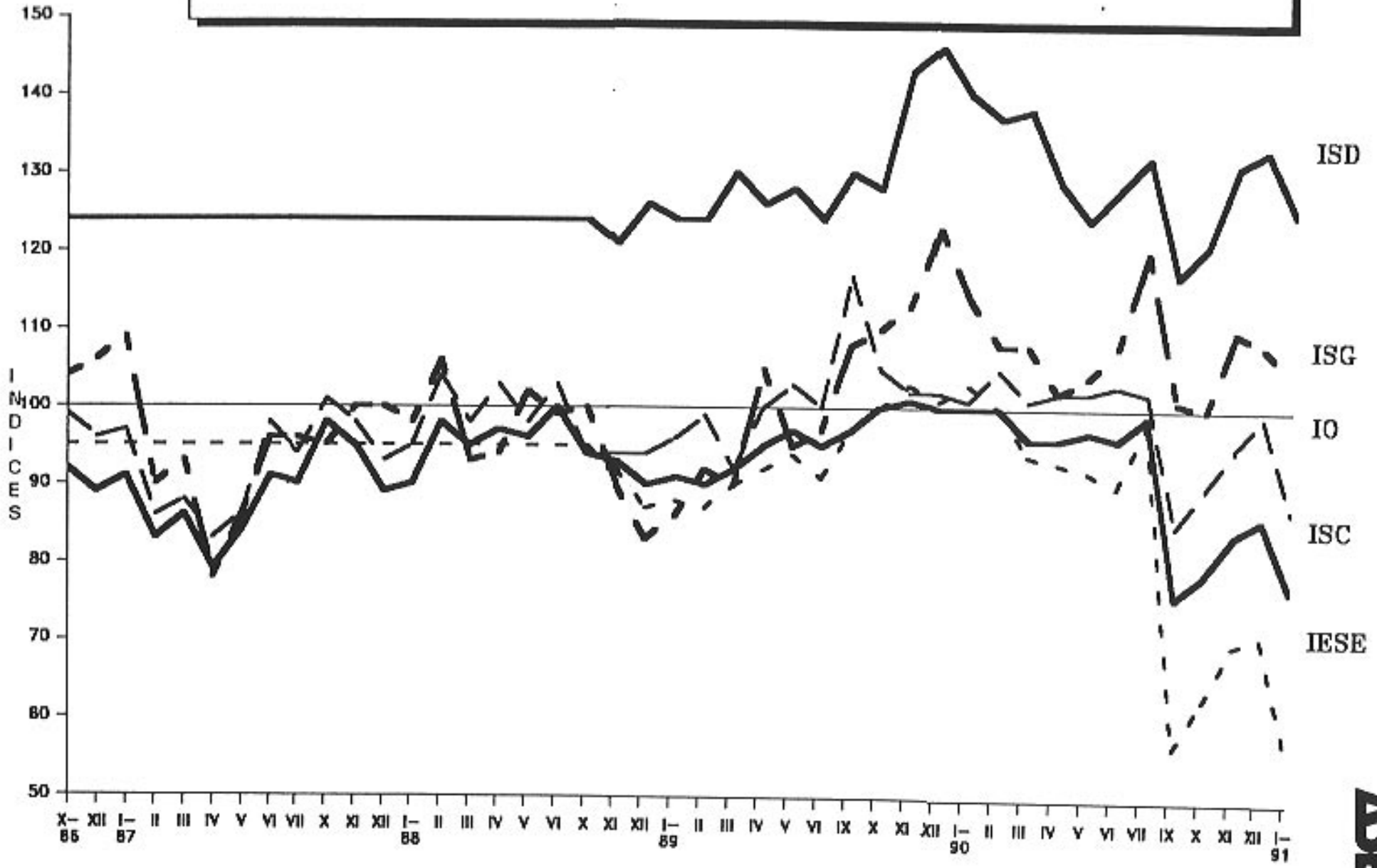
	II-90	III-90	IV-90	V-90	VI-90	VII-90	IX-90	X-90	XI-90	XII-90	I-91
ECONOMICOS Y DE CONSUMO											
1 -ISC	100	96	96	97	96	99	76	79	84	86	77
2 -IESE	100	94	93	92	90	98	57	63	70	71	56
3 -IPA	119	119	118	119	119	118	117	112	115	117	119
4 -IA	29	28	28	28	28	30	29	25	26	28	30
SOCIALES											
5 -ISCV	170	174	164	159	166	162	163	168	164	166	166
6 -ID	105	101	102	102	103	102	85	90	95	99	87
7 -IPR	2,5	2,5	2,5	2,6	2,5	2,6	2,6	2,7	2,6	2,6	2,5
8 -IPM	34	30	32	34	33	32	30	29	33	30	33
POLITICOS											
9 -ISD	137	138	129	124	128	132	117	121	131	133	125
10-ISG	108	108	102	104	108	120	101	100	110	108	104
11-IAP	32	34	40	43	44	41	43	42	42	37	39
12-IPI	3,4	3,4	3,4	3,4	3,3	3,3	3,5	3,4	3,4	3,5	3,5
13-ISN	3,1	3,1	3,2	3,2	3,3	3,2	3,3	3,3	3,3	3,2	3,2
EXPOSICION A INFORMACION											
14-IEI	-	-	-	-	-	-	60	62	63	61	65
INTENCION DIRECTA DE VOTO											
- PP	14,7	15,0	13,8	11,8	10,6	13,2	12,7	13,9	13,1	15,5	13,2
- CDS	3,5	2,9	2,8	1,9	3,9	3,2	1,7	2,4	2,0	4,2	3,1
- PSOE	30,9	29,5	25,8	27,3	25,3	28,6	27,0	24,5	27,5	26,0	26,0
- IU	8,5	7,2	7,3	6,6	7,5	6,5	5,4	6,5	5,5	7,4	8,6
- Otros	9,7	10,8	9,6	9,7	8,9	7,7	10,2	10,8	10,0	10,2	9,7
- No Votará	14,7	9,7	10,2	11,6	11,1	9,2	11,1	10,8	13,0	12,0	13,2
- NS/NC	18,0	24,9	30,5	31,1	32,7	31,6	31,9	31,1	28,8	24,7	26,2
INTENCION DE VOTO ESTIMADA											
- PP	19,3	18,9	17,7	17,5	14,7	17,1	17,7	17,7	16,9	18,8	18,3
- CDS	4,4	3,5	4,2	2,4	4,9	4,0	2,3	2,8	3,3	3,8	4,1
- PSOE	28,3	26,1	23,1	25,1	22,9	24,8	26,3	23,9	25,5	24,1	23,1
- IU	8,6	8,1	6,6	7,2	7,6	6,6	6,2	6,6	6,4	6,7	7,5
- Nacional.Derecha	7,3	7,2	7,6	7,3	6,1	5,8	6,5	6,5	6,2	6,8	6,5
- Nacional. Izquierda	1,0	1,8	2,0	1,8	2,2	1,6	1,5	1,6	1,5	1,8	1,4
- Otros	4,5	4,1	3,8	4,5	2,6	4,3	5,1	4,7	4,2	3,8	4,2
- Abstención	26,6	30,3	35,0	34,2	39,0	35,8	34,4	36,2	36,0	34,2	34,9

Cuadro 2.

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

INDICADORES:	I-91
Total	(1.233)
Evaluación Situación Económica	
Optimistas	12%
Pesimistas	56
Propensión al Ahorro	
Ahorran	30%
Se Endeudan	11
Satisfacción con Calidad de Vida	
Satisfechos	78%
Insatisfechos	13
Optimismo Personal	
Optimistas	18%
Pesimistas	31
Práctica Religiosa	
Alta	24%
Baja	47
Postmaterialismo	
Materialistas	67%
Post-materialistas	33
Satisfacción con Democracia	
Satisfechos	54%
Insatisfechos	29
Satisfacción con Gobierno	
Satisfechos	42%
Insatisfechos	39
Posicionamiento Ideológico	
Izquierda	37%
Centro	13
Derecha	15
Sentimiento Nacionalista	
Más nacionalistas	19%
Más españoles	29
Exposición a Información	
Alta	17%
Ninguna	52
Posición Social	
Alta	14%
Baja	40
Intención de Voto Directa	
PP	13%
CDS	3
PSOE	26
IU	9

EVOLUCION DE INDICADORES MAS SIGNIFICATIVOS



Actitudes Económicas y de Consumo

Aumenta nuevamente la propensión al ahorro y la proporción de ahorradores

- Aumenta otra vez ligeramente el indice de propensión al ahorro, que continúa siendo positivo y alcanza su valor más alto de los últimos doce meses. Y la proporción de ahorradores aumenta al 30%, siendo también el valor más alto de los últimos doce meses.

Disminuye aún más la negativa evaluación de la situación económica.

- Los cuatro componentes del sentimiento del consumidor (situación económica personal presente, y de España, presente y futura), son muy negativos, volviendo así a los niveles de septiembre, posiblemente a causa del inicio de la guerra en el Golfo Pérsico. Los dos indicadores relativos a España son aún más negativos que los relativos a la persona.

Aumenta el gasto en periódicos y revistas

- Tres cuartas partes o más de los entrevistados no gastaron nada el mes pasado en espectáculos, viajes ni en deporte o gimnasia, dos terceras partes no gastaron nada en comer o cenar fuera de casa, y alrededor de la mitad no gastaron nada en deudas y créditos, salud, copas y aperitivos ni en tabaco. La variación más importante respecto a meses anteriores parece ser la disminución de la proporción de entrevistados que no gastaron nada en periódicos o revistas, lo que implica un posible incremento del gasto en este articulo.

Se mantiene en su alto nivel habitual la satisfacción general con la calidad de vida

- Siguen siendo muchos más, como es habitual, los españoles satisfechos que los insatisfechos con su calidad de vida en general.

Los españoles piensan que no hay control sobre la calidad de los alimentos

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

"Las últimas informaciones sobre las hamburguesas y la carne con hormonas demuestran la falta de control sobre la calidad de los alimentos".

Pero existe controversia de opiniones respecto a las siguientes:

"A poco tiempo de nuestra total integración en la CEE, las empresas y productos españoles no están preparados para competir con las del resto de los países de la Comunidad",

"Teniendo en cuenta la crisis económica actual, parece lógico que el Gobierno no haya permitido que el incremento de los salarios sea superior al incremento de la abstención", y

"Las rebajas son la mejor ocasión para adquirir buenos articulos a bajo precio".

No obstante, debe señalarse que existe cierta tendencia al acuerdo respecto a la primera cuestión (falta de competitividad de las empresas españolas) y cierta tendencia al desacuerdo con la segunda (incremento salarial no superior a la inflación).

El BBV, el banco con más clientes

- Alrededor del 80% de los españoles tiene al menos una cuenta corriente o una cartilla de ahorros en algún tipo de entidad financiera, y un 40% tiene su cuenta o libreta en un banco. El banco con mayor número de clientes resulta ser el B.B.V., seguido de Banesto, Santander y Central, Hispano Americano, y Popular.

Actitudes y Comportamientos Políticos

Actitudes Básicas

- El electorado español se autoposiciona ideológicamente este mes sobre todo en el centro izquierda izquierda y en proporción inferior en la izquierda y en el centro, lo que significa, respecto a los últimos años, un brusco descenso de la izquierda y un fuerte crecimiento del centro izquierda. Una cuarta parte afirma tener una práctica religiosa alta, mientras que la mitad dicen que su práctica religiosa es baja. Algo menos de la mitad de los entrevistados se consideran tan españoles como nacionalistas, pero la proporción que se considera más español es este mes mucho mayor que la que se considera más nacionalista. Finalmente, un tercio de los entrevistados pueden ser considerados como post - materialistas (con ideas más progresistas, vanguardistas). Todos estos indicadores apenas presentan variaciones significativas de un mes a otro, como sería lógico esperar, excepto, como ya se ha indicado, respecto al autoposicionamiento ideológico, que habrá que observar atentamente en meses próximos.

Imagen de Instituciones

- De las instituciones y grupos por los que se ha preguntado este mes, todas ellas, son conocidas por más del 70% de los entrevistados. La valoración, en una escala de 0 a 10 puntos ha sido: La Corona (7,0), Correos (5,2), Telefónica (5,1), el Gobierno de la Nación (5,0), los Bancos (4,9), las

Fuerzas Armadas (4,8), y Tabacalera (3,9). De las cuatro instituciones fijas, y por comparación con el mes anterior, se observa una valoración alta y estable de la Corona, cierto incremento en la valoración de los Bancos, cierta disminución en la del Gobierno de la Nación, y estabilidad en la de las Fuerzas Armadas (que continúan algo por debajo del Gobierno, como el mes pasado).

Ranking de Conocimiento de Instituciones

- Las instituciones sobre las que ha opinado al menos un 85 por ciento de la población durante los últimos doce meses son TVE, Ayuntamientos, el Cuerpo Nacional de Policía, la Iglesia, los Médicos, Correos, Telefónica, la Corona, el Gobierno de la Nación, ETA, la Guardia Civil y los Obispos.

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 Universidad, los Médicos y la CEE.

Imagen de Personajes Públicos

- En cuanto a los personajes políticos incluidos en este sondeo, todos son conocidos por más del 70% de los entrevistados. La valoración más alta corresponde a Gorbachov (6,8), seguido de Felipe González (5,7), Mitterand (5,0), Anguita (4,7), Aznar (4,0), Suárez (4,0), Bush (3,9), Guerra (3,7), y Sadam Hussein (0,7).

Ranking de Conocimiento de Líderes

- De los 40 líderes y personajes públicos por los que se ha preguntado durante los últimos doce meses, sólo nueve son conocidos por al menos un 80 por ciento de los españoles: la Reina Dª Sofía, Felipe González, Sadam Hussein, Adolfo Suárez, Alfonso Guerra, Mijail Gorbachov, el Príncipe Felipe, Miguel Boyer y José Mª Aznar.

Ranking de Valoración de Líderes

- Y solo doce de los cuarenta superan una puntuación de 5 puntos: la Reina Dª Sofía, Gorbachov, el Príncipe Felipe, Garzón, la Infanta Cristina, la Infanta Elena, Felipe González, Fernando Morán, Cristina Almeida, Fernández Ordoñez, Villapalos y Mitterand.

Los españoles se muestran de-acuerdo con la dimisión de Alfonso Guerra

- Los españoles se muestran de acuerdo con las siguientes afirmaciones:

  "La dimisión de Alfonso Guerra como Vicepresidente del Gobierno", y

  "El conflicto del Golfo Pérsico ha proporcionado grandes beneficios económicos a las empresas multinacionales del petróleo, especialmente americanas e inglesas".

Y están en claro desacuerdo con la afirmación de que:

"Si los Estados Unidos declaran la guerra a Irak, España debe respaldar y ayudar con tropas y otros medios a los americanos".

Pero existe controversia respecto a la siguiente:

"Actualmente no hay más oposición a la politica del Gobierno que la que hacen algunos medios de comunicación".

Controversia sobre el respaldo que el Gobierno está prestando a EEUU contra Irak

- En relación con la politica y actuaciones recientes del Gobierno, se ha observado una opinión negativa respecto a:

"Que el Gobierno haya hecho la vista gorda en la falsificación de peonadas para cobrar el subsidio de paro los agricultores andaluces",

"El funcionamiento de los servicios públicos", y

"El rechazo a la propuesta de que haya cabinas para votar, que garanticen el secreto de voto".

Pero se observa una opinión controvertida respecto a:

"El respaldo que el Gobierno está presentando a los Estados Unidos contra Irak".

Disminuye la satisfacción con el Gobierno y con el funcionamiento de la democracia

- El Indice de satisfacción con el Gobierno disminuye con respecto al mes pasado. La satisfacción con el funcionamiento de la democracia también disminuye respecto a su nivel habitual. Pero ambos indicadores siguen siendo positivos, especialmente el de satisfacción con el funcionamiento de la democracia.

Televisión

- Tres de cada cuatro españoles mayores de 18 años ve TVE-1, y un tercio este mes ve TVE-2. Casi la mitad de la población española ve alguno de los canales autonómicos, proporción que ha sido este mes mayor en Cataluña, (60%) e inferior en Galicia (33%).

- Se observa, respecto a meses anteriores, una significativa reducción de audiencia de TV2 y un fuerte incremento en la audiencia de los canales autonómicos.

- Debe resaltarse que un 24% de los entrevistados dicen ver Telecinco, y que un 19% ven Antena 3. En consecuencia, se observa un persistente crecimiento de audiencia de los canales autonómicos y de los privados.

- En Madrid, concretamente, las audiencias de Telemadrid (47%), Telecinco (46%) y Antena 3 (43%) son sólo algo inferiores a TV-1 (55%) y muy superiores a TV-2 (29%). Y en Cataluña, Telecinco y Antena 3 se sitúan al nivel de TV-2, aunque por debajo de TV-1 y TV-3. El bloque horario de mayor audiencia de televisión es lógicamente el de noche (21 a 24 h.), en el que es del 75%.

Informativos

- Menos de una quinta parte de los entrevistados no ha visto ningún boletin informativo este mes en ningún canal de televisión el dia anterior a la entrevista, lo que significa un gran aumento de la audiencia de informativos,

atribuíble al comienzo de la Guerra del Golfo Pérsico. Más de dos tercios vieron alguno en TVE-1, y alrededor del 15% en TVE-2, pero la audiencia de informativos en los demás canales es inferior al 10% en cada uno de ellos, debido como es lógico a que todavía no tienen implantación nacional.

Los anuncios de COCA-COLA, ONCE, Renault CLIO y SCOTEX son los más recordados

- Los anuncios de COCA-COLA, ONCE, RENAULT CLIO y SCOTEX son este mes los más recordados como los que más han gustado (con 79, 42, 36 y 31 menciones respectivamente).

Julia Otero la comunicadora más conocida, y Luis del Olmo el más valorado

- De los cinco comunicadores sociales por los que se ha preguntado este mes, Julia Otero es la más conocida (70%), seguida de Luis del Olmo (60%), Eduardo Sotillos (42%), Lalo Azcona (38%) y Juan Luis Cebrian (30%). Los que aparecen en TVE-1 siguen teniendo, por tanto, cierta ventaja, por su implantancion nacional. En cuanto a valoración, la más alta ha correspondido a Luis del Olmo (7,1), seguido de Julia Otero (6,8), Lalo Azcona (6,5), Eduardo Sotillos y Juan Luis Cebrían (ambos con 6,0).

Ranking de Conocimiento de Comunicadores

- En el ranking de conocimiento de los últimos doce meses destacan Joaquín Prats, Concha Velasco, Jesús Hermida, Mercedes Milá, Matías Prats, Mayra Gómez Kemp, José María García, Pepe Navarro, Camilo José Cela y Julia Otero (conocidos por más del 70%).

Ranking de Valoración de Comunicadores

- Y en el ranking de valoración, Constantino Romero, Manuel Campo Vidal, Rosa Mª Mateo, Doctora Ochoa, Aberasturi, Emilio Aragón, Luis del Olmo, Ibañez Serrador y Matias Prats sobrepasan los 7,0 puntos.

La opinión pública se muestra de acuerdo con las siguientes frases:

"En todos los canales de televisión se debería limitar la publicidad dirigida a los niños", y

"La información que ofrecen los medios de comunicación se ocupa cada vez menos de los temas que efectan a nuestra vida diaria".

Y parece haber fuerte controversia respecto a que:

"La programación Navideña que ha ofrecido Televisión Española ha sido mejor que la de otros canales", y

"Los Boletines Informativos de los Canales Privados dan una información mejor y más veraz que los de la Televisión Pública".

Cuadro 4.

Conocimiento y Valoración de Personajes Públicos

ENERO 1991

	VALORACION		
	Alta (+5,5)	Media (4,0-5,5)	Baja (-4,0)
CONOCIMIENTO			
Alto (+70%)	Reina Dª Sofía Príncipe Felipe Mijail Gorbachov Felipe González Infanta Cristina Infanta Elena	J. María Aznar Julio Anguita Adolfo Suárez Carlos Solchaga Francois Mitterrand	Miguel Boyer Alfonso Guerra George Bush Sadam Husein
Medio (50-70%)		F. Fernández Ordoñez Rosa Conde Miguel Roca Manuel Chaves Cristina Almeida José Luis Corcuera José Barrionuevo Fernando Morán	Luis Solana Isabel Tocino Enrique Múgica Javier Solana Narcís Serra
Bajo (-50%)	Baltasar Garzón	E. Punset Matilde Fernández Ricardo Gª Damborenea Jorge Semprún Alicia Koplowitz José Borrel Gustavo Villapalos Francisco Alvarez Cascos	Alejandro Rojas Marcos Soledad Becerril Carlos Romero

Cuadro 5.

Conocimiento y Valoración de Comunicadores Sociales

ENERO 1991

CONOCIMIENTO	VALORACION		
	Alta (+6,5)	Media (5,5-6,5)	Baja (-5,5)
Alto (+70%)	Joaquín Prats Mercedes Milá Camilo José Cela Matías Prats	José M. García Concha Velásco Pepe Navarro Mayra Gómez Kemp Jesús Hermida	
Medio (30-70%)	Julia Otero Constant. Romero N. Ibañez Serrador Manuel Campo Vidal Mingote Jesús Puente Rosa Mª Mateo Andrés Aberasturi Doctora Ochoa Antonio Martín Benitez Emilio Aragón Cristina Gª Ramos Luis del Olmo	J. Arozamena Emilio Romero Encarna Sánchez Juanjo Menéndez Jose Luis Balbín José Antonio Plaza Lidia Bosch María Teresa Campos Luis Mariñas Laura Valenzuela Lalo Azcona Juan Luis Cebrián Eduardo Sotillos	Francisco Umbral
Bajo (-30%)	M. Martín Ferrand Pedro Piqueras	Jaime Campmany Paco Lobatón Enric Sopena Julian Lago Pedro J. Ramírez Pilar Cernuda Amando de Miguel Pablo Sebastián Luis M. Anson M. Angel Gª Juez José María Carrascal Antxon Sarasqueta Esmeralda Velasco	Jesús Cacho Jacqueline de la Vega Francine Gálvez Olga Viza

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 la Información

Características de la Investigación mensual

Las caracteristicas 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 dias de finalizar el trabajo de campo).

Variables explicativas utilizadas en análisis

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

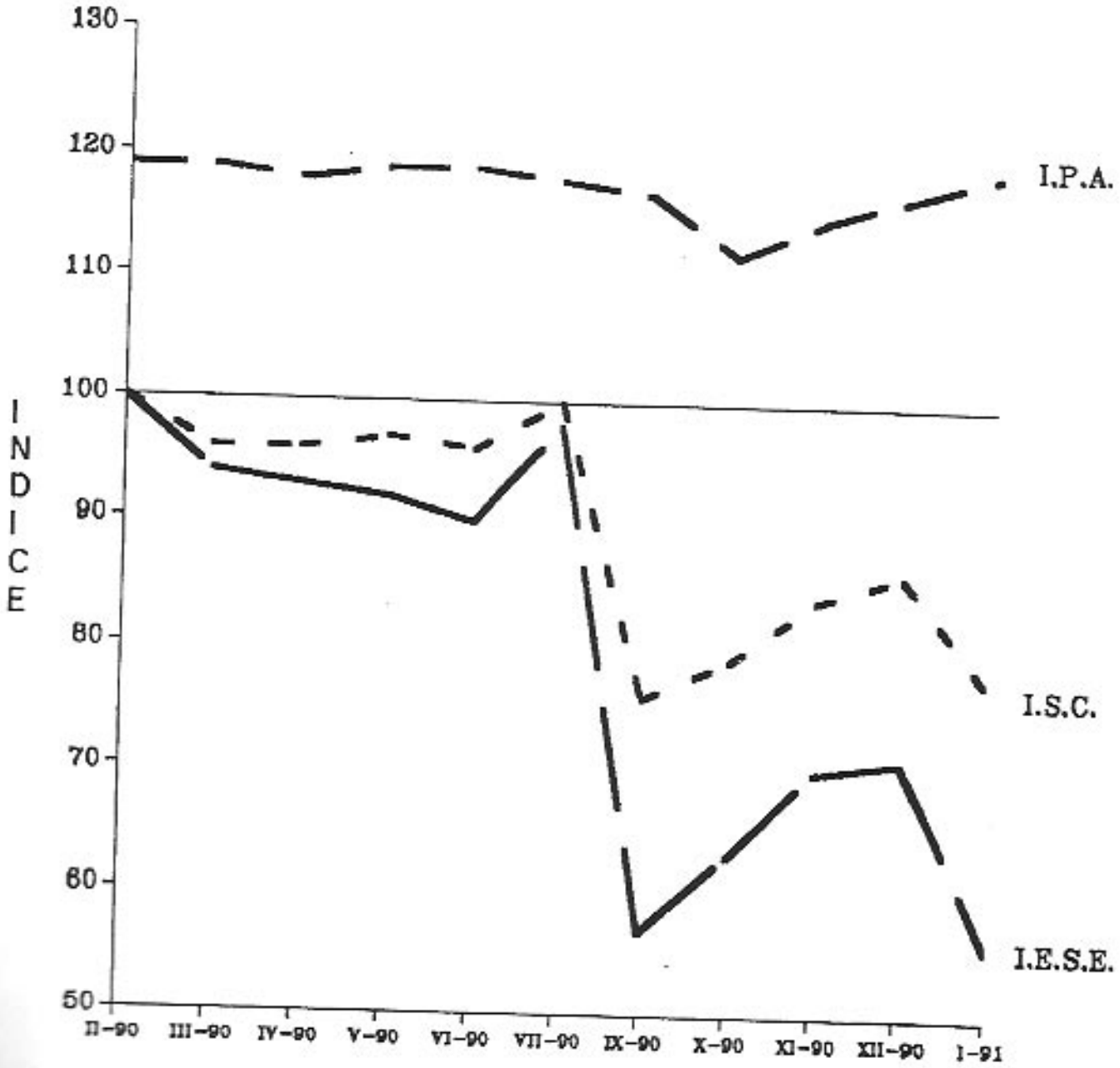
- Sexo
- Edad
- Status Ocupacional (entrevistado)
- Sector Económico (entrevistado)
- Status Ocupacional (cabeza de familia)
- Sector Económico (cabeza de familia)
- Nivel de Estudios terminados
- Tamaño del Hábitat de Residencia
- Clase Social Subjetiva
- Autoposicionamiento Ideológico
- Práctica Religiosa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

Indices construidos para el análisis

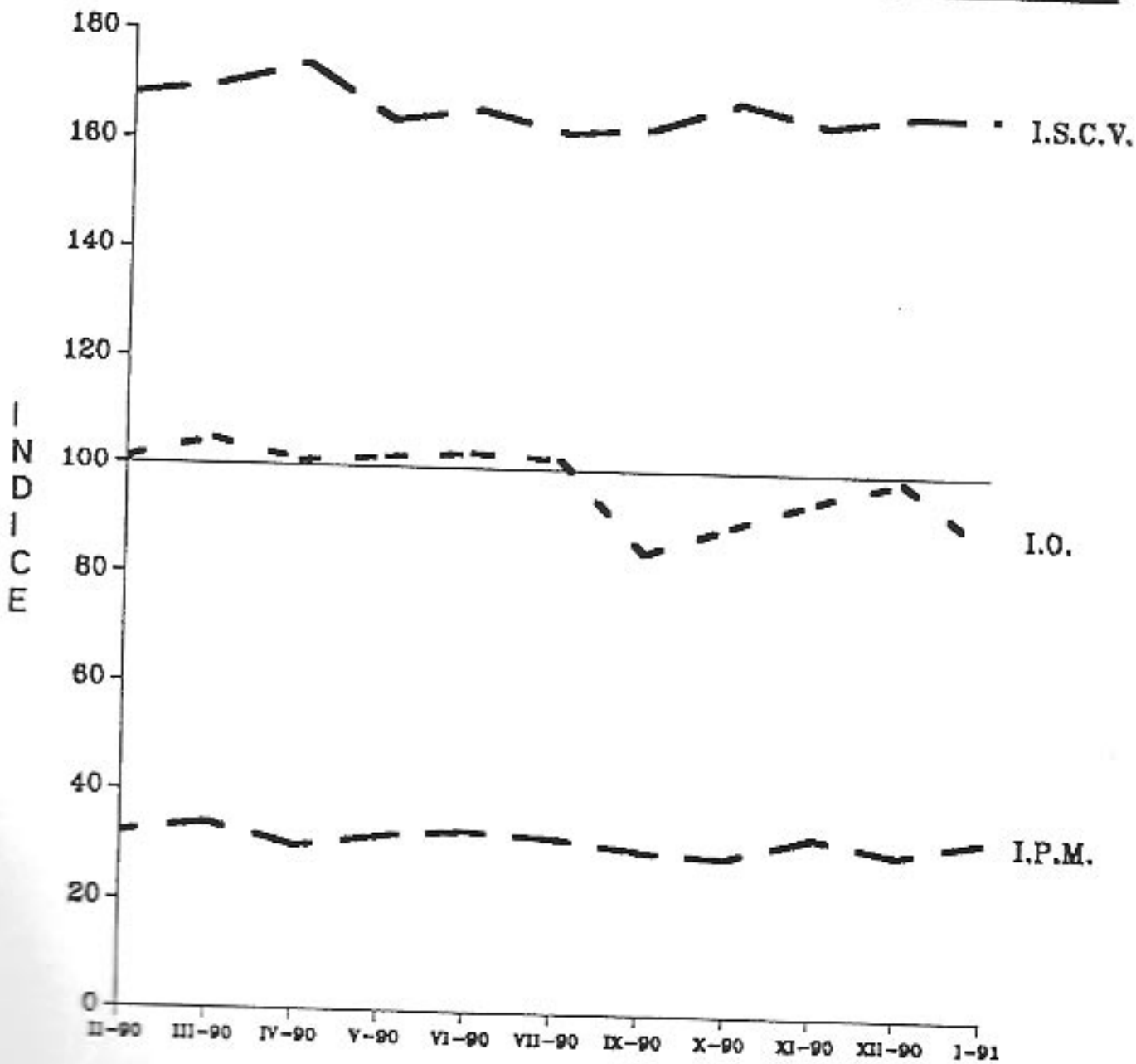
Además, se utilizan otras variables explicativas que constituyen índices o indicadores construidos por ASEP en base a diversas variables:

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

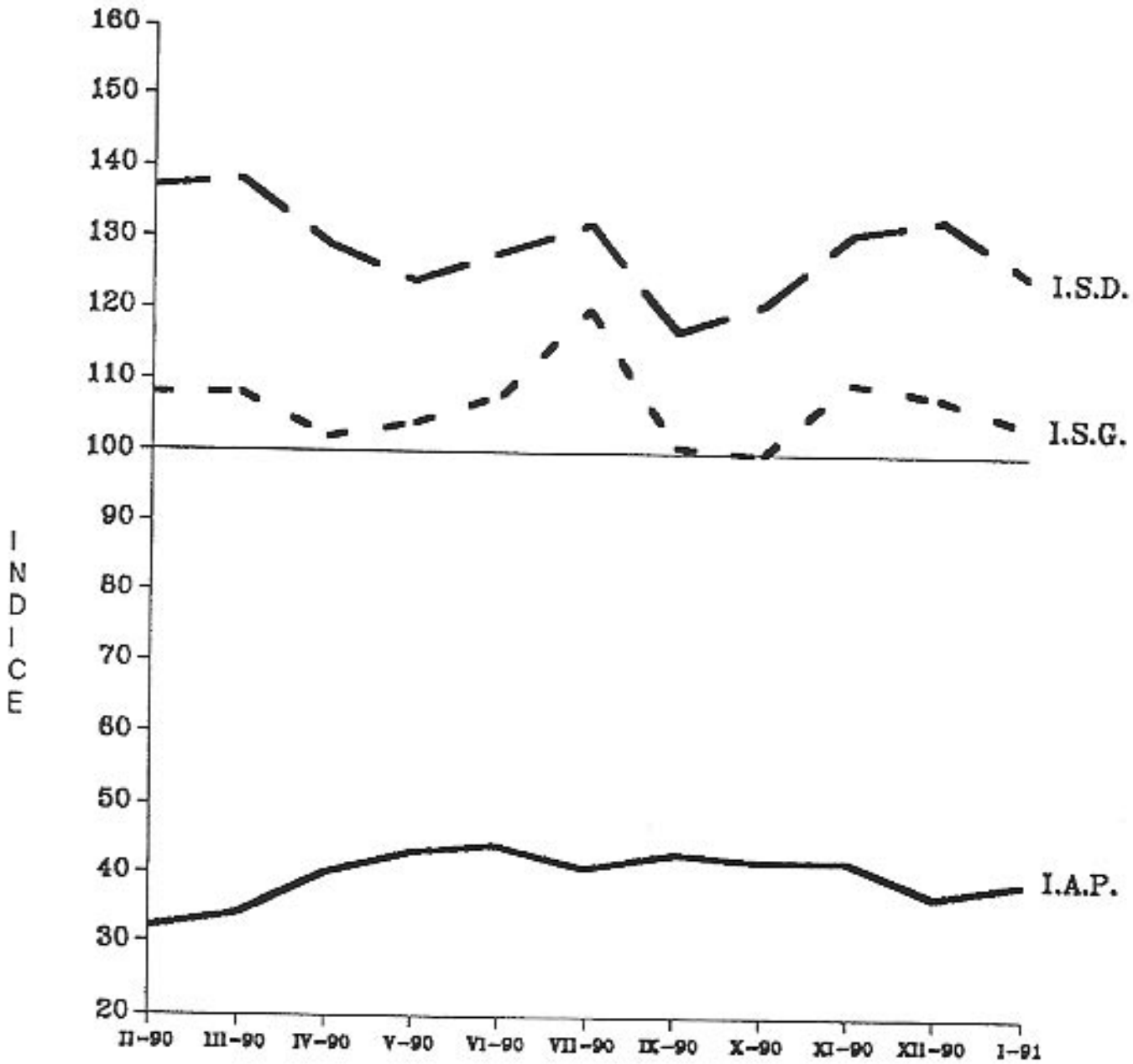
EVOLUCION DE LOS INDICADORES ECONOMICOS Y DE CONSUMO



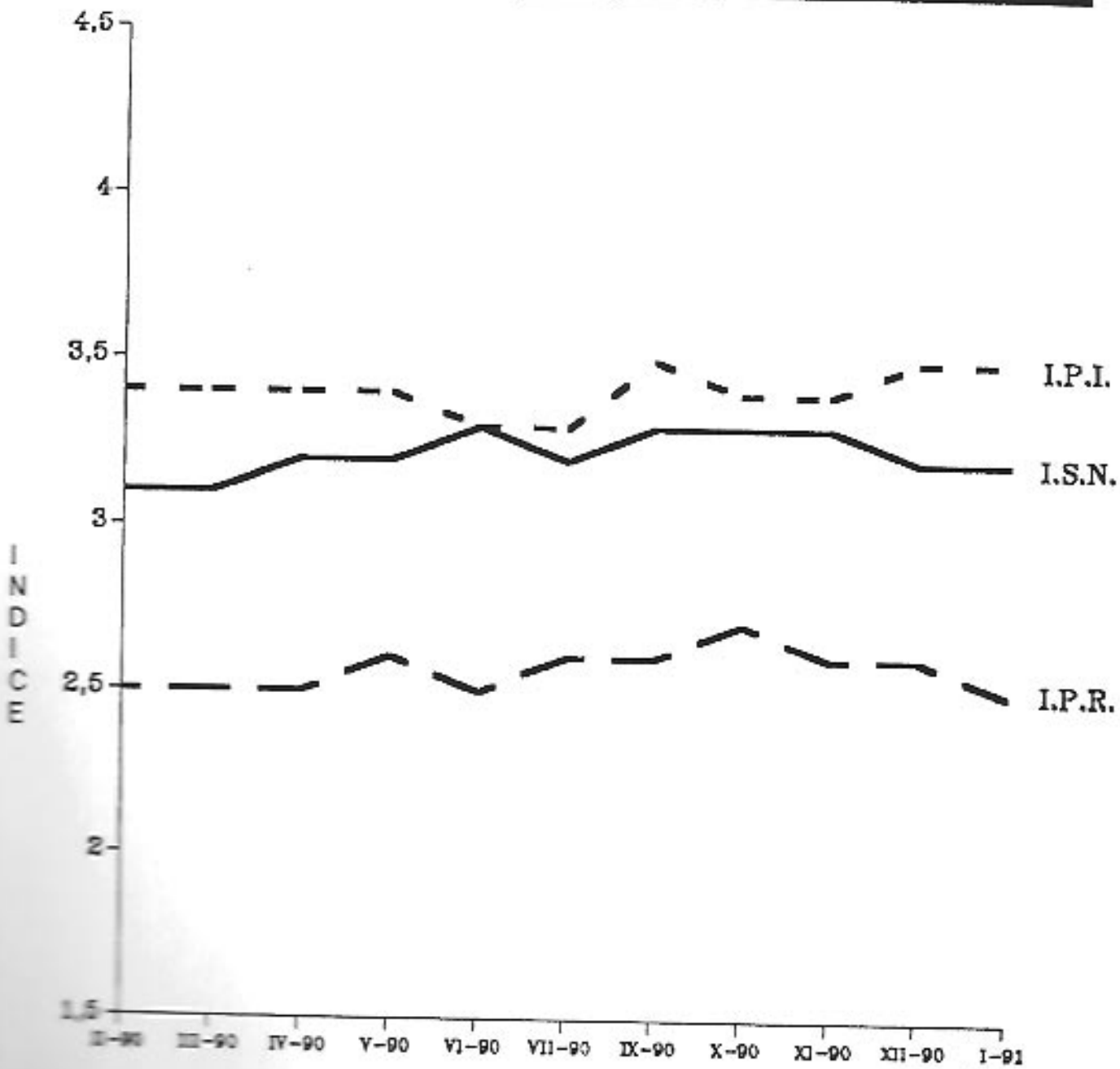
EVOLUCION DE LOS INDICADORES SOCIALES



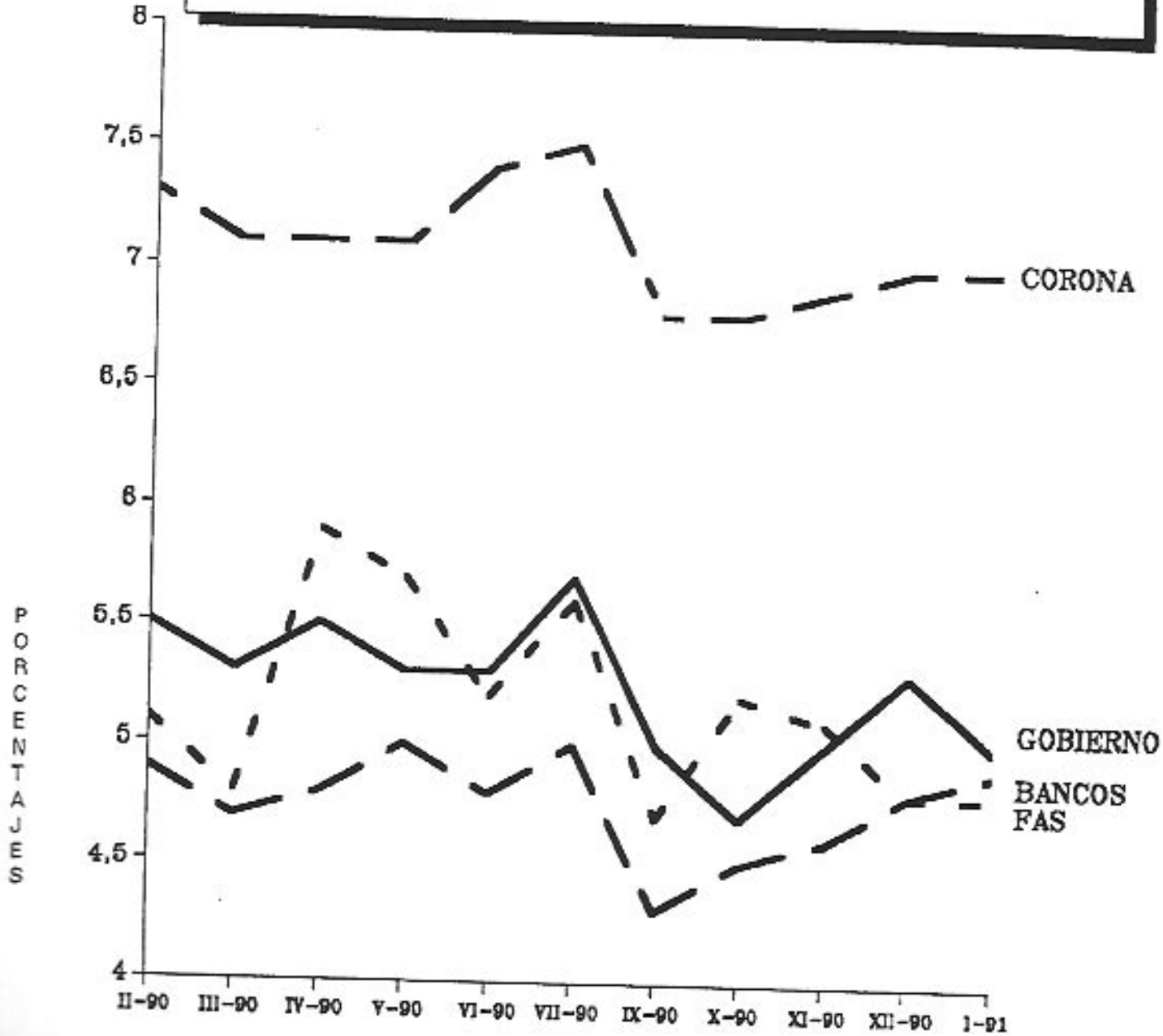
EVOLUCION DE LOS INDICADORES POLITICOS



EVOLUCION DE LOS INDICADORES DE POSICIONAMIENTO IDEOLOGICO

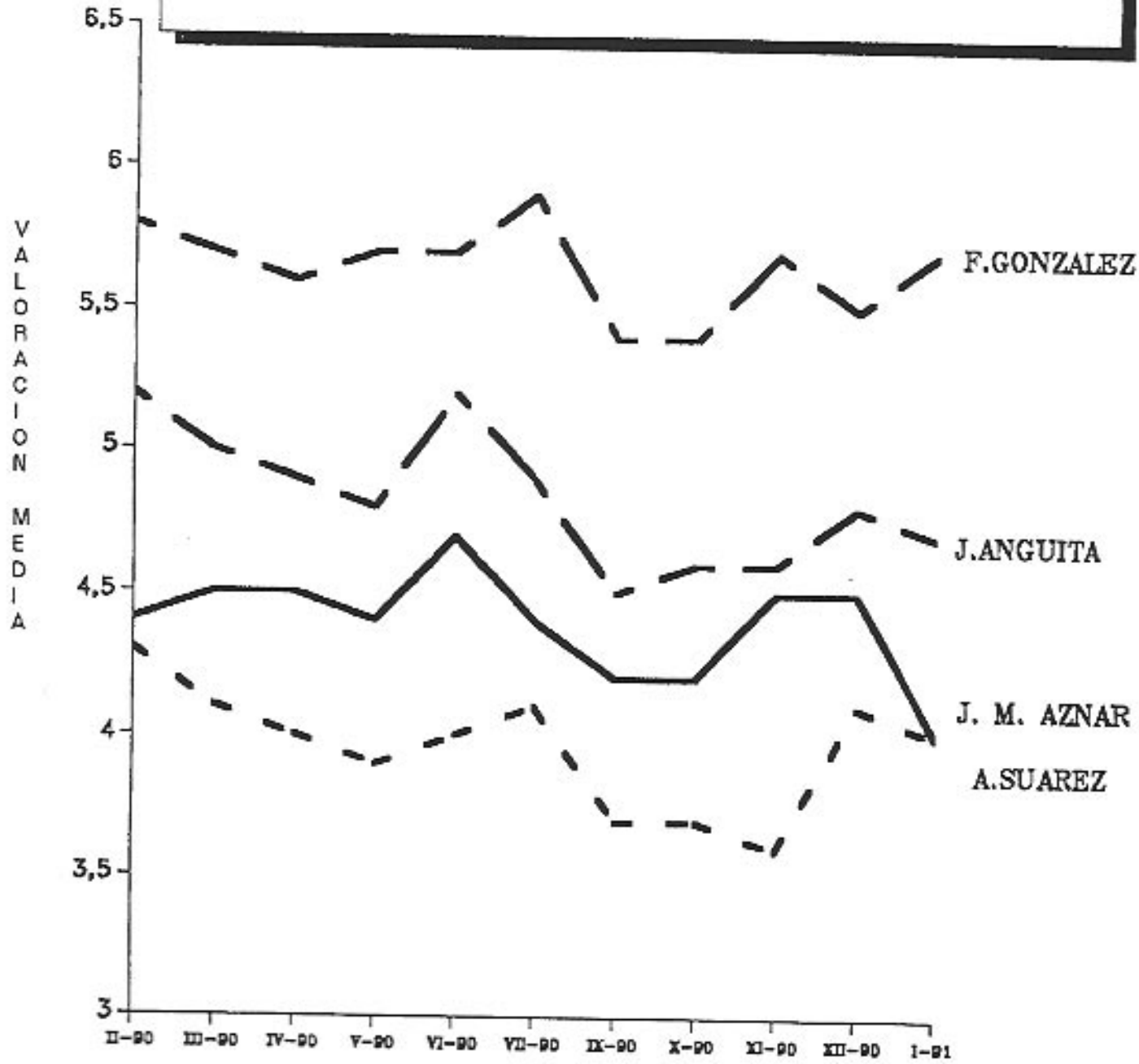


VALORACION DE LAS INSTITUCIONES



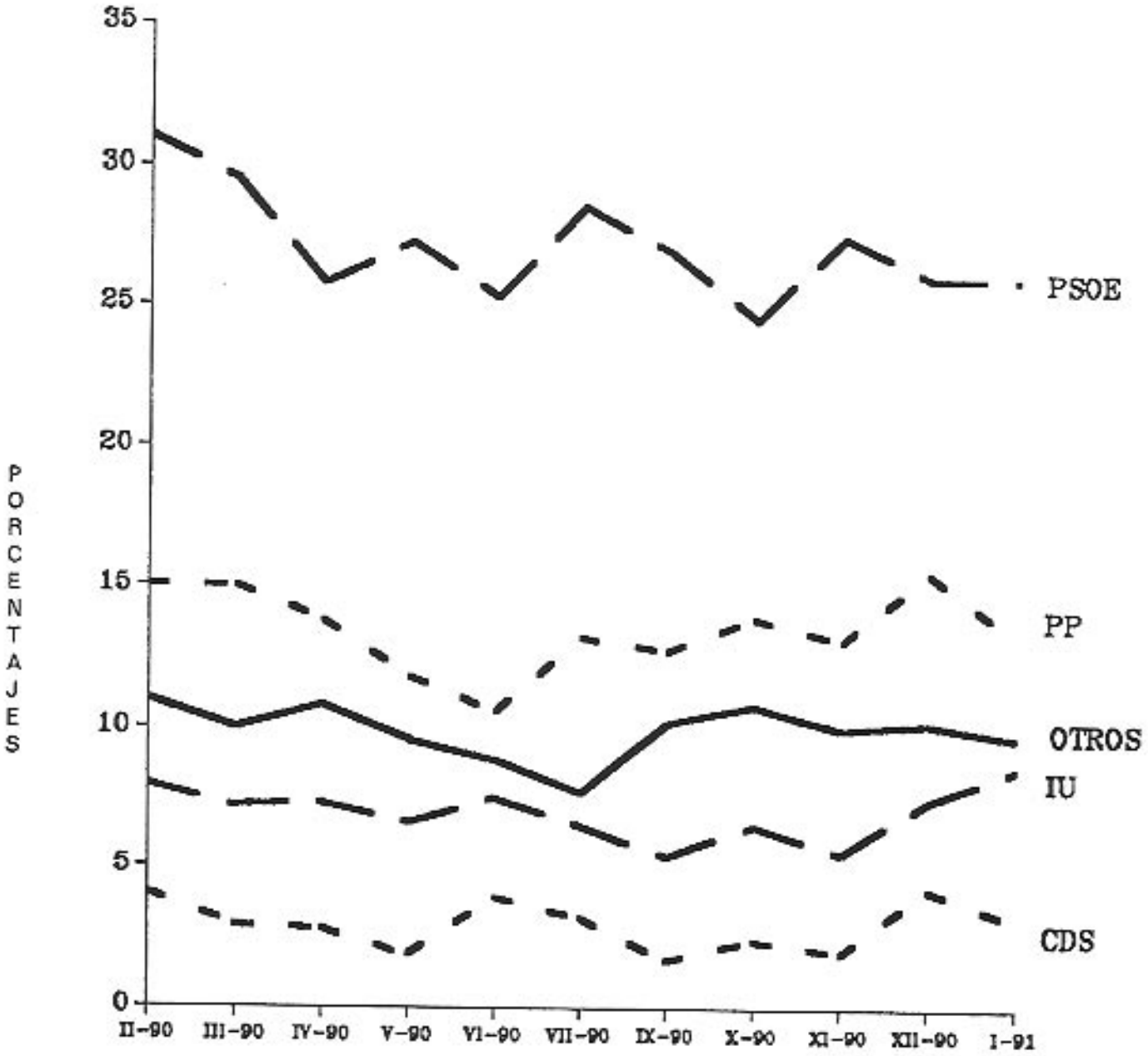
ASEP

VALORACION DE LOS PRINCIPALES LIDERES POLITICOS



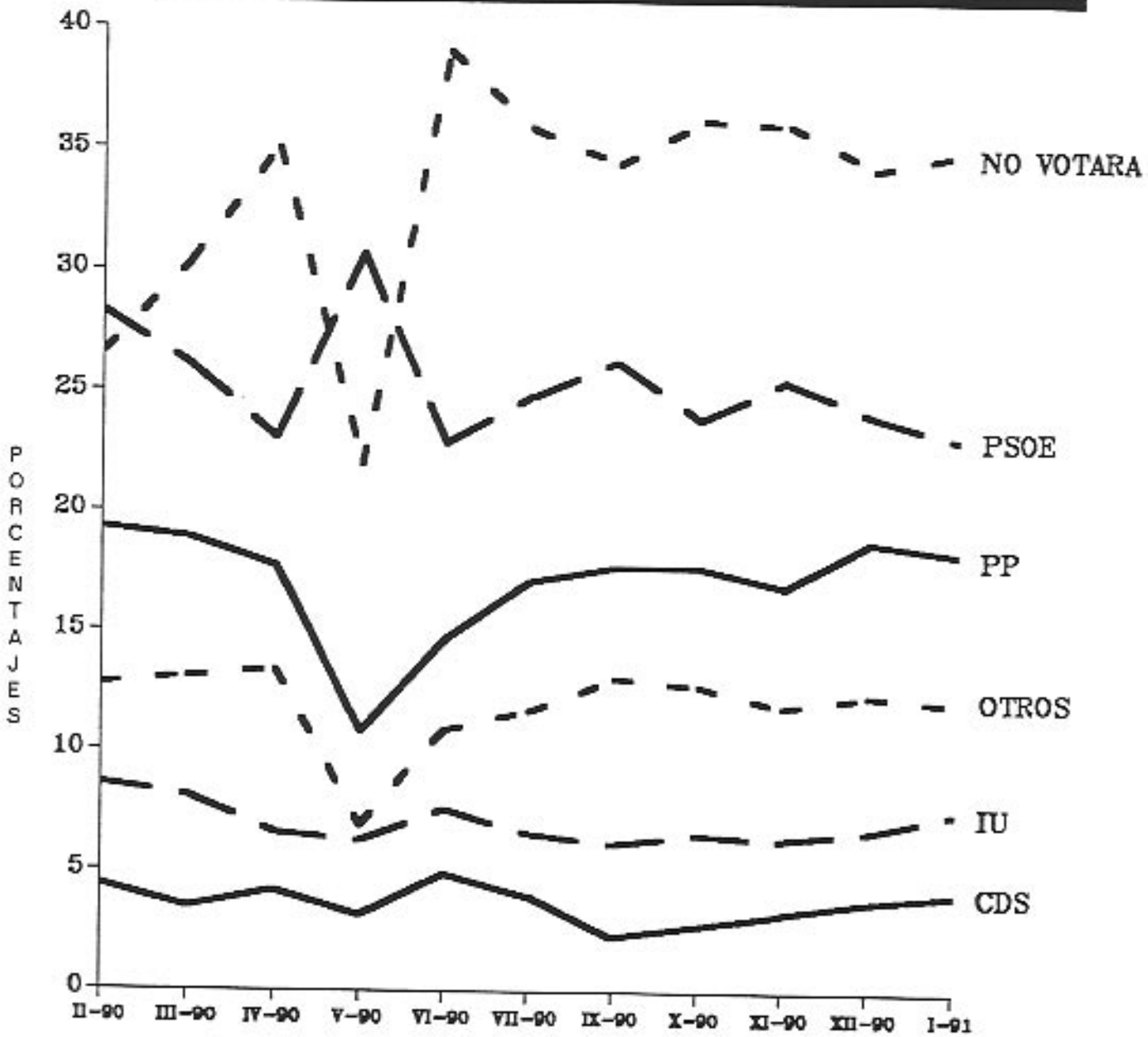
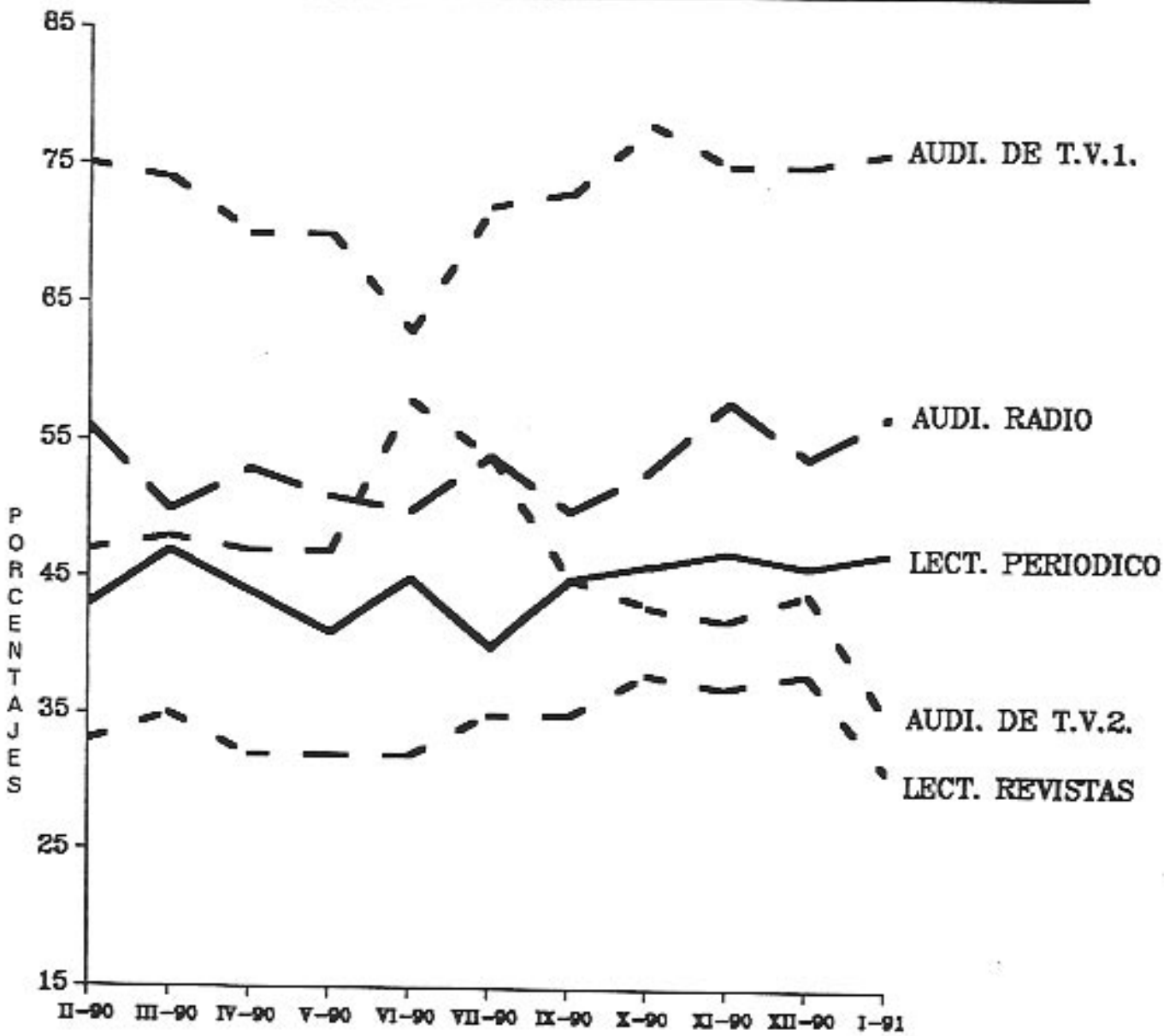
ASEP

INTENCION DE VOTO DIRECTA



ASEP

ESTIMACION DE VOTO SEGUN MODELO ASEP



EVOLUCION DEL PORCENTAJE DE AUDIENCIA DE MEDIOS DE COMUNICACION