

BOLETIN A.S.E.P.
sobre

LA OPINION PUBLICA DE LOS ESPAÑOLES

ABRIL - 1.991

"FLASHES"

Los datos correspondientes a este mes, una vez pasada la aparente euforia y optimismo del pasado mes de marzo, probablemente provocados por el fin de la Guerra del Golfo Pérsico y por el cambio de Gobierno, sugieren cierta estabilidad e incluso cierto retroceso que podrían indicar un ajuste realista del excesivo optimismo del pasado mes.

La opinión pública parece ahora en situación de expectación ante las próximas elecciones autonómicas y municipales, por lo que serían previsibles cambios más importantes en el sondeo del próximo mes de mayo, en el que las opiniones habrían cristalizado en actitudes más específicas ante las diversas opciones políticas.

Los indicadores económicos y sociales se encuentran en general próximos al nivel de equilibrio entre satisfechos e insatisfechos, optimistas y pesimistas.

Pero los indicadores políticos son más favorables al Gobierno, con una clara satisfacción con el funcionamiento de la democracia, y una satisfacción con el Gobierno que ha sido positiva durante los últimos doce meses, y que ha logrado sus valores más altos en los últimos dos meses de marzo y abril. Solo la alienación política parece estar aumentando, al tiempo que, al acabar la Guerra del Golfo, desciende el índice de exposición a la información, alcanzando su nivel más bajo desde octubre.

En realidad, cabría interpretar esta situación como de incertidumbre. Los españoles no parecen estar muy satisfechos con la situación actual, especialmente la económica, pero tampoco parecen descubrir a su alrededor alternativas que puedan despertar sus ilusiones, de manera que optan por cierto desentendimiento que se traduce en mayor alienación política, mayores expectativas de abstencionismo electoral y, como consecuencia, triunfo de la inercia frente al cambio, puesto que la opinión pública no parece percibir alternativas al Gobierno socialista.

No deja de ser significativo que, de las cuatro instituciones cuya imagen se mide todos los meses, la del Gobierno sea la única que no solo no mejora, sino que empeora algo. Pero la imagen de Felipe González continúa sin sufrir deterioro por los acontecimientos, y en estos dos últimos meses ha alcanzado las

valoraciones más altas de los últimos doce meses, mientras que se deterioraron las de Guerra, Suárez, Anguita y Aznar. Actualmente existe mayor diferencia entre la valoración de González y la de estos otros cuatro líderes que la que existía hasta diciembre pasado.

Y es esta imagen aparentemente inalterable de Felipe González la que mantiene el voto hacia el PSOE, que continúa sólo ligeramente por debajo de sus resultados de 1.989, tal y como se puede comprobar a continuación:

INDICADORES DE VOTO ABRIL 91

	Resultados Reales 1989	Recuerdo de Voto	Intención de Voto	Estimación ASEP
PP	17,9%	12,3%	12,1%	16,4%
CDS	5,5	3,3	2,6	3,6
PSOE	27,4	31,1	29,6	26,9
IU	6,3	5,5	6,4	7,1
Nac. Derecha	7,2	3,6	4,4	6,1
Nac. Izquierda	1,8	1,1	0,7	1,0
Otros	2,9	1,6	3,0	4,6
Abstención	31,0	21,6	12,6	34,3
NS/NC	-	19,9	28,6	-
Total	100,0	100,0	100,0	100,0

Sistema de Indicadores Sociales ASEP

1. Todos los indicadores parecen reflejar este mes la sensación de optimismo y satisfacción generalizadas ya observadas el mes pasado, aunque algo atenuadas este mes, y que parecían derivarse del fin de la guerra del Golfo Pérsico y del cambio de Gobierno. Se confirma así el fin del paréntesis que se abrió en septiembre, con una caída espectacular de todos los indicadores, y se vuelve a los niveles de antes del verano de 1.990.

2. En efecto, comparando los datos de este mes con los del pasado mes de marzo se observa:
 - Indicadores económicos: Estabilidad en la proporción de ahorradores y muy ligera disminución de los índices de sentimiento del consumidor, evaluación de la situación económica y propensión al ahorro.

 - Indicadores sociales: Estabilidad de los índices de práctica religiosa y postmaterialismo, y disminución de los de satisfacción con la calidad de vida y de optimismo.

- Indicadores políticos: Estabilidad de los índices de posicionamiento ideológico y nacionalismo, importante disminución de la satisfacción con la democracia y con el Gobierno, y aumento de la alienación política.

 - Disminución significativa de la exposición a la información.
3. La estimación de voto ASEP, por comparación con los resultados reales de 1.989, implica los siguientes cambios significativos:
- Incremento de la abstención.
 - Ligeró crecimiento de IU.
 - Ligeras pérdidas para el PP y el PSOE.
 - Mayores pérdidas para los nacionalistas de centro y derecha y nacionalistas de izquierda, y sobre todo para el CDS.
 - Crecimiento de los "otros" partidos (principalmente ecologistas).

Cuadro 1.

Sistema de Indicadores Sociales ASEP

	V-90	VI-90	VII-90	IX-90	X-90	XI-90	XII-90	I-91	II-91	III-91	IV-91
<u>ECONOMICOS Y DE CONSUMO</u>											
1 - ISC	97	96	99	76	79	84	86	77	77	99	98
2 - IESE	92	90	98	57	63	70	71	56	56	97	96
3 - IPA	119	119	118	117	112	115	117	119	119	119	118
4 - IA	28	28	30	29	25	26	28	30	29	29	29
<u>SOCIALES</u>											
5 - ISCV	159	166	162	163	168	164	166	166	165	168	160
6 - IO	102	103	102	85	90	95	99	87	89	109	106
7 - IPR	2,6	2,5	2,6	2,6	2,7	2,6	2,6	2,5	2,6	2,5	2,6
8 - IPM	34	33	32	30	29	33	30	33	34	32	30
<u>POLITICOS</u>											
9 - ISD	124	128	132	117	121	131	133	125	127	138	127
10 - ISG	104	108	120	101	100	110	108	104	113	131	116
11 - IAP	43	44	41	43	42	42	37	39	35	33	41
12 - IPI	3,4	3,3	3,3	3,5	3,4	3,4	3,5	3,5	3,5	3,4	3,4
13 - ISN	3,2	3,3	3,2	3,3	3,3	3,3	3,2	3,2	3,3	3,3	3,3
<u>EXPOSICION A INFORMACION</u>											
14 - IEI	-	-	-	60	62	63	61	65	61	66	59
<u>INTENCION DIRECTA DE VOTO</u>											
- PP	11,8	10,6	13,2	12,7	13,9	13,1	15,5	13,2	12,8	12,5	12,1
- CDS	1,9	3,9	3,2	1,7	2,4	2,0	4,2	3,1	4,2	3,5	2,6
- PSOE	27,3	25,3	28,6	27,0	24,5	27,5	26,0	26,0	28,7	33,8	29,6
- IU	6,6	7,5	6,5	5,4	6,5	5,5	7,4	8,6	8,4	6,5	6,4
- Otros	9,7	8,9	7,7	10,2	10,8	10,0	10,2	9,7	10,5	10,6	8,1
- No Votará	11,6	11,1	9,2	11,1	10,8	13,0	12,0	13,2	13,1	9,7	12,6
- NS/NC	31,1	32,7	31,6	31,9	31,1	28,8	24,7	26,2	22,3	23,4	28,6
<u>INTENCION DE VOTO ESTIMADA</u>											
- PP	17,5	14,7	17,1	17,7	17,7	16,9	18,8	18,3	17,9	17,1	16,4
- CDS	2,4	4,9	4,0	2,3	2,8	3,3	3,8	4,1	4,7	3,8	3,6
- PSOE	25,1	22,9	24,8	26,3	23,9	25,5	24,1	23,1	25,2	29,0	26,9
- IU	7,2	7,6	6,6	6,2	6,6	6,4	6,7	7,5	7,2	7,0	7,1
- Nacional.Derecha	7,3	6,1	5,8	6,5	6,5	6,2	6,8	6,5	6,5	7,2	6,1
- Nacional. Izquierda	1,8	2,2	1,6	1,5	1,6	1,5	1,8	1,4	1,3	1,5	1,0
- Otros	4,5	2,6	4,3	5,1	4,7	4,2	3,8	4,2	3,9	3,3	4,6
- Abstención	34,2	39,0	35,8	34,4	36,2	36,0	34,2	34,9	33,3	31,1	34,3

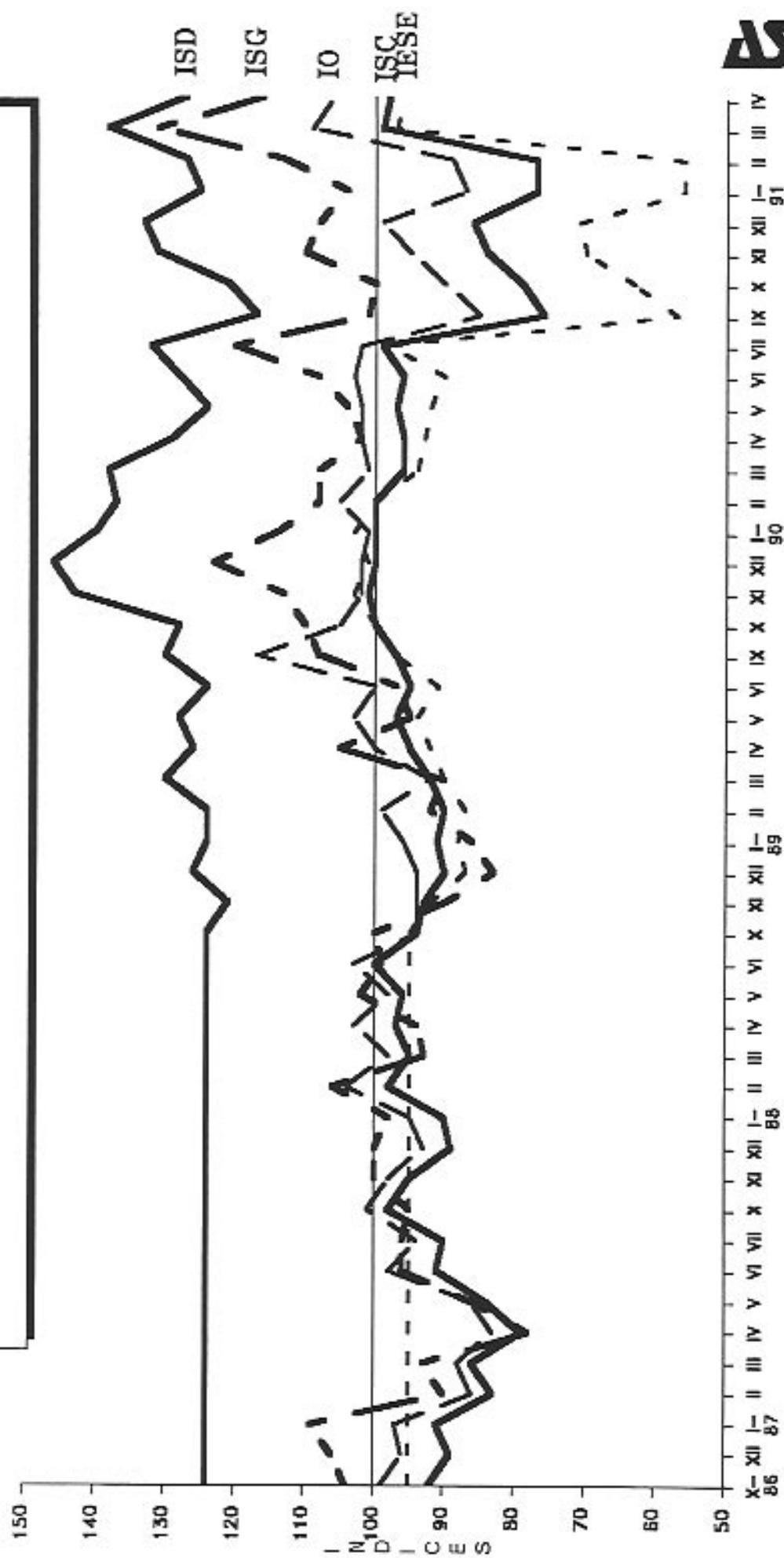
Cuadro 2.

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

INDICADORES:	IV-91

Total	(1.211)
<u>Evaluación Situación Económica</u>	
Optimistas	24%
Pesimistas	28
<u>Propensión al Ahorro</u>	
Ahorran	29%
Se Endeudan	12
<u>Satisfacción con Calidad de Vida</u>	
Satisfechos	75%
Insatisfechos	15
<u>Optimismo Personal</u>	
Optimistas	28%
Pesimistas	22
<u>Práctica Religiosa</u>	
Alta	26%
Baja	44
<u>Postmaterialismo</u>	
Materialistas	70%
Post-materialistas	30
<u>Satisfacción con Democracia</u>	
Satisfechos	55%
Insatisfechos	28
<u>Satisfacción con Gobierno</u>	
Satisfechos	49%
Insatisfechos	33
<u>Posicionamiento Ideológico</u>	
Izquierda	37%
Centro	15
Derecha	15
<u>Sentimiento Nacionalista</u>	
Más nacionalistas	20%
Más españoles	32
<u>Exposición a Información</u>	
Alta	14%
Ninguna	55
<u>Posición Social</u>	
Alta	13%
Baja	41
<u>Intención de Voto Directa</u>	
PP	12%
CDS	3
PSOE	30
IU	6

EVOLUCION DE INDICADORES MAS SIGNIFICATIVOS



Actitudes Económicas y de Consumo

Se mantienen la propensión al ahorro y la proporción de ahorradores

- Se mantiene más o menos en el mismo nivel de meses anteriores el índice de propensión al ahorro, que continúa siendo positivo y alcanza el segundo valor más alto de los últimos doce meses. Y la proporción de ahorradores (29%) es también el segundo valor más alto de los últimos doce meses.

Se mantiene la mejora en la evaluación de la situación económica, aunque continúa sin ser positiva

- De los cuatro componentes del sentimiento del consumidor (situación económica personal y de España, presente y futura), se mantienen en sus niveles negativos los referidos a la situación económica presente (individual y de España), y vuelve a ser otra vez ligeramente negativa la evaluación futura del país. Por tanto, sólo se ve positivamente la futura situación económica personal, en el mismo nivel que el mes pasado.

Se reducen ligeramente los gastos en ropa

- 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 o en deudas y créditos, y alrededor de la mitad no gastaron nada en salud, tabaco, en copas y aperitivos o en ropa. Y alrededor de un tercio no gastó nada en gasolina o transportes, o en periódicos y

revistas. La variación más importante respecto a meses anteriores parece ser el ligero aumento en la proporción de entrevistados que no gastaron nada en ropa.

Ligera disminución en 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, aunque el índice de este mes, siendo como es habitual alto, es el segundo más bajo de los últimos doce meses.

Fuerte controversia de opiniones en cuestiones económicas

- Existe una fuerte controversia de opiniones este mes respecto a las cuatro cuestiones planteadas:

"Al bajar los intereses, los créditos bancarios y de Cajas son asequibles a todo el mundo, incluidas las familias económicamente débiles",

"Los trabajadores españoles están preparados para competir con los europeos en el futuro mercado único",

"Se deberían prohibir las huelgas en los servicios públicos y de primera necesidad", y

"La mejor manera de celebrar el V Centenario sería perdonar la deuda económica de los países latinoamericanos".

El BBV, el
banco con más
clientes

- Casi el 90% de los españoles tiene al menos una cuenta corriente o una cartilla de ahorros en algún tipo de entidad financiera, y un 38% tiene su cuenta o libreta en un banco. El banco con mayor número de clientes resulta ser el B.B.V., seguido de Banesto, Central, Hispano Americano, Santander y Popular.

Actitudes y Comportamientos Políticos

Actitudes Básicas

- El electorado español se autoposiciona ideológicamente este mes sobre todo en la izquierda y en proporción inferior en el centro izquierda y en el centro, lo que significa, respecto a meses precedentes, la confirmación de recuperación de la izquierda, después de su disminución en enero y febrero, frente al centro izquierda. Una cuarta parte afirma tener una práctica religiosa alta, mientras que alrededor de 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 vuelve a ser este mes mucho mayor que la que se considera más nacionalista. Finalmente, prácticamente 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 confirma su vuelta a sus pautas habituales.

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 (7,3), la Guardia Civil (6,4), las Fuerzas Armadas (6,1), el Congreso de los Diputados (5,6), el Gobierno de la Nación (5,5), los Bancos (5,3) y, con gran diferencia, como es habitual, ETA (0,2). De las cuatro instituciones fijas, y por comparación con el mes anterior, se observa una valoración alta de la Corona (superior a la del mes pasado), y un incremento también en la valoración de las Fuerzas Armadas y de los Bancos, de manera que sólo el Gobierno de la Nación disminuye su valoración respecto al mes pasado.

Por otra parte, y comparando con valoraciones anteriores, se observa estabilidad en la alta valoración de la Guardia Civil, en la buena valoración del Congreso de los Diputados, y en la muy baja valoración de ETA.

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, ETA, Ayuntamientos, el Cuerpo Nacional de Policía, la Iglesia, los Médicos, la Guardia Civil, Correos, Telefónica, el Gobierno de la Nación, la Corona, y los Obispos.

Ranking de
Valoración de
Instituciones

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

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 Felipe González (6,1) seguido de Narcís Serra (4,7), Javier Solana (4,4), Anguita (4,3), Aznar (4,2), Solchaga (4,2), Suárez (4,1), Borrell (3,9) y Guerra (3,7).

Todos los líderes, excepto Guerra y Borrell (que bajan), han visto incrementada o igualada su valoración respecto a la última que tenían.

Ranking de
Conocimiento
de Líderes

- De los 35 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: el Rey Juan Carlos, la Reina D^a Sofía, Felipe González, Sadam Hussein, Alfonso Guerra, Adolfo Suárez, Mijail Gorbachov, el Príncipe Felipe y José M^a Aznar.

Ranking de
Valoración
de Líderes

- Y solo trece de los treinta y cinco superan una puntuación de 5 puntos: el Rey Juan Carlos, la reina D^a Sofía, el Príncipe Felipe, Gorbachov, Garzón, la Infanta Cristina, la Infanta Elena, Felipe González, Fernando Morán, Cristina Almeida, Fernández Ordoñez, Villapalos y Mitterand.

Opinión casi unánimemente favorable a que se reduzcan los gastos de las campañas electorales - Los españoles se muestran de acuerdo con las siguientes afirmaciones:

"En las próximas elecciones municipales deberían limitarse aún más los elevados gastos de las campañas electorales",

"El último conflicto bélico internacional ha demostrado que España necesita un ejército profesional", y

"Los problemas de la Unión Soviética y otros países del Este tendrán consecuencias muy negativas para Europa".

Y se observa un claro desacuerdo con la afirmación de que:

"Las declaraciones del médico de Málaga contra los jueces españoles merecerían un castigo ejemplar".

Acoyida favorable del indulto a Sáenz de Santamaría y a la remodelación del Gobierno - En relación con la política y actuaciones recientes del Gobierno, se ha observado una opinión favorable a:

"El indulto al ginecólogo de Málaga que practicó un aborto",

"La remodelación del Gobierno".

Pero se observa una opinión muy controvertida respecto a:

"Las medidas adoptadas para legalizar el dinero negro".

Y se observa una clara opinión desfavorable respecto a:

"La ausencia de Felipe González del Consejo de Ministros por estar de vacaciones".

Considerable
reducción de la
satisfacción con
el Gobierno y con
el funcionamiento
de la democracia

- El índice 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. Ambos indicadores siguen siendo positivos, especialmente el 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) es similar (44%) al habitual del 40-45 por ciento. El diario más leído sigue siendo, con gran diferencia, El País. La mayoría de los diarios parecen haber reducido su audiencia, que habría aumentado mucho durante enero y febrero a causa, posiblemente, de la Guerra del Golfo.
- Revistas - Se mantiene la proporción de lectores de revistas (34%), dentro de su nivel habitual de 30-35 por ciento. La revista más leída sigue siendo Pronto, seguida este mes otra vez por Hola, pero ambas experimentan una notable disminución respecto al mes anterior, continuando la reducción de la proporción de lectores desde julio en todas las revistas individualmente consideradas, (más marcadas aún durante enero y febrero).
- Radio - Se mantiene también la audiencia de radio (54%), en el límite de su nivel habitual de 50 a 55 por ciento, siendo el bloque matutino (7 a 14 h.) el de mayor audiencia (62%). En Onda Media, la SER logra el liderazgo este mes pero sólo ligeramente por encima de RN-1 y de la COPE. En Frecuencia Modulada, la SER vuelve a superar este mes a ANTENA-3, pero ambas emisoras registraron una audiencia muy superior al resto de las cadenas.

Televisión

- Algo menos de tres de cada cuatro españoles mayores de 18 años ve TVE-1, y un tercio este mes ve TVE-2. Alrededor de un tercio de la población española ve alguno de los canales autonómicos, proporción que ha sido este mes mayor en Andalucía (52%) e inferior en Madrid (28%).
- Se mantiene, como en marzo, una significativa reducción de audiencia de TV2 y un fuerte incremento en la audiencia de los canales autonómicos y privados.
- Debe resaltarse que un 36% de los entrevistados dicen ver Telecinco, y que un 18% ven Antena 3 siendo los valores de Telecinco los más altos alcanzados hasta ahora. En consecuencia, se observa un persistente crecimiento de audiencia de los canales autonómicos y de los privados.
- En Madrid, concretamente, las audiencias de Telecinco (57%), Antena 3 (29%) y Telemadrid (27%) son inferiores a TV-1 (67%) y superiores o casi iguales a TV-2 (31%). Y en Cataluña, Telecinco (39%) se sitúa por encima de TV-2 (17%), aunque por debajo de TV-1 (57%) y TV-3 (41%). El bloque horario de mayor audiencia de televisión es lógicamente el de noche (21 a 24 h.), alcanzando un 80% de audiencia.

Informativos

- Alrededor de una cuarta parte de los entrevistados no ha visto ningún boletín informativo este mes en ningún canal de televisión el día anterior a la entrevista, lo que significa cierta consolidación de la audiencia de informativos. Más de la mitad vieron alguno en TVE-1, 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, aunque Telecinco y Antena 3 logran superar este mes la audiencia en TVE-2.

El anuncio de COCA-COLA, es otra vez el más recordado

- El anuncio de COCA-COLA, seguido de los de KAS, ONCE y Papel Scotex son este mes los más recordados como los que más han gustado (con 136, 26, 22 y 21 menciones respectivamente).

Narciso Ibáñez Serrador el comunicador más valorado y Camilo José Cela el más conocido

- De los cinco comunicadores sociales por los que se ha preguntado este mes, Camilo José Cela es el más conocido (82%), seguido de Ibáñez Serrador (72%), Doña Adelaida (65%), Amando de Miguel (19%) y Mercedes Remoli (16%). En cuanto a valoración, la más alta fue asignada a Ibáñez Serrador (7,0), seguido de Cela (6,6), Mercedes Remoli (6,2), Amando de Miguel (6,1) y Doña Adelaida (3,3).

Ranking de
Conocimiento de
Comunicadores

- En el ranking de conocimiento de los últimos doce meses destacan Joaquin Prats, Camilo José Cela, Jesús Hermida, Matías Prats, Mayra Gómez Kemp, Mercedes Milá, José Maria García, Ibañez Serrador 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.

Los españoles
favorables a
multar a perio-
distas y/o me-
dios que difundan
información falsa

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

"Se deberían poner multas importantes a los periodistas y/o a los medios de comunicación por difundir información sin confirmar", y

"Debería haber una comisión encargada de controlar la programación infantil que se emite en todas las cadenas de televisión".

Y parece haber fuerte controversia respecto a que:

"Debería limitarse aún más la emisión de series extranjeras por televisión", y

"Es evidente que España necesitaba tener un periódico sensacionalista".

Cuadro 3.

Conocimiento y Valoración de Instituciones y Grupos Sociales

ABRIL 1991

		<u>VALORACION</u>		
		Alta (+6,0)	Media (4,5-6,0)	Baja (-4,5)
<u>CONOCIMIENTO</u>				
	Alto (+85%)	Corona Cuerpo Nacional de Policía Guardia Civil Los Médicos	Gobierno Nación Televisión Española Ayuntamientos La Iglesia Correos Telefónica	ETA
	Medio (70-85%)	Universidad CEE Medios de Comunicación Los Periodistas	Fuerzas Armadas Bancos Congreso de los Diputados Los Sindicatos Los Tribunales de Justicia Los Funcionarios Los Jueces Los Partidos Políticos ONU Organizaciones Empresariales	OTAN Los Políticos Los Obispos Tabacalera
Bajo (-70%)		Tribunal Constitucional El Senado El Comité Olímpico La Comisión del V Centenario		

Cuadro 4.
Conocimiento y Valoración de Personajes Públicos

ABRIL 1991

	<u>VALORACION</u>		
	<u>Alta (+5,5)</u>	<u>Media (4,0-5,5)</u>	<u>Baja (-4,0)</u>
<u>CONOCIMIENTO</u>	El Rey Juan Carlos	J. María Aznar	Alfonso Guerra
	Reina D ^a Sofía	Julio Anguita	Sadam Hussein
Alto (+70%)	Príncipe Felipe	François Mitterrand	
	Mijaíl Gorbachov	Rosa Conde	
	Felipe González	George Bush	
	Infanta Cristina	Adolfo Suárez	
	Infanta Elena	Narcís Serra	
		Javier Solana	
		Carlos Solchaga	
		F. Fernández Ordoñez	Enrique Múgica
Medio (50-70%)		Manuel Chaves	
		Cristina Almeida	
		José Luis Corcuera	
		José Barrionuevo	
		Fernando Morán	
		José Borrel	
	Baltasar Garzón	Matilde Fernández	Alejandro Rojas Marcos
Bajo (-50%)		Jorge Sepúlveda	Soledad Becerril
		Alicia Koplowitz	Carlos Romero
		Gustavo Villapalos	
		Francisco Álvarez Cascos	

Cuadro 5.

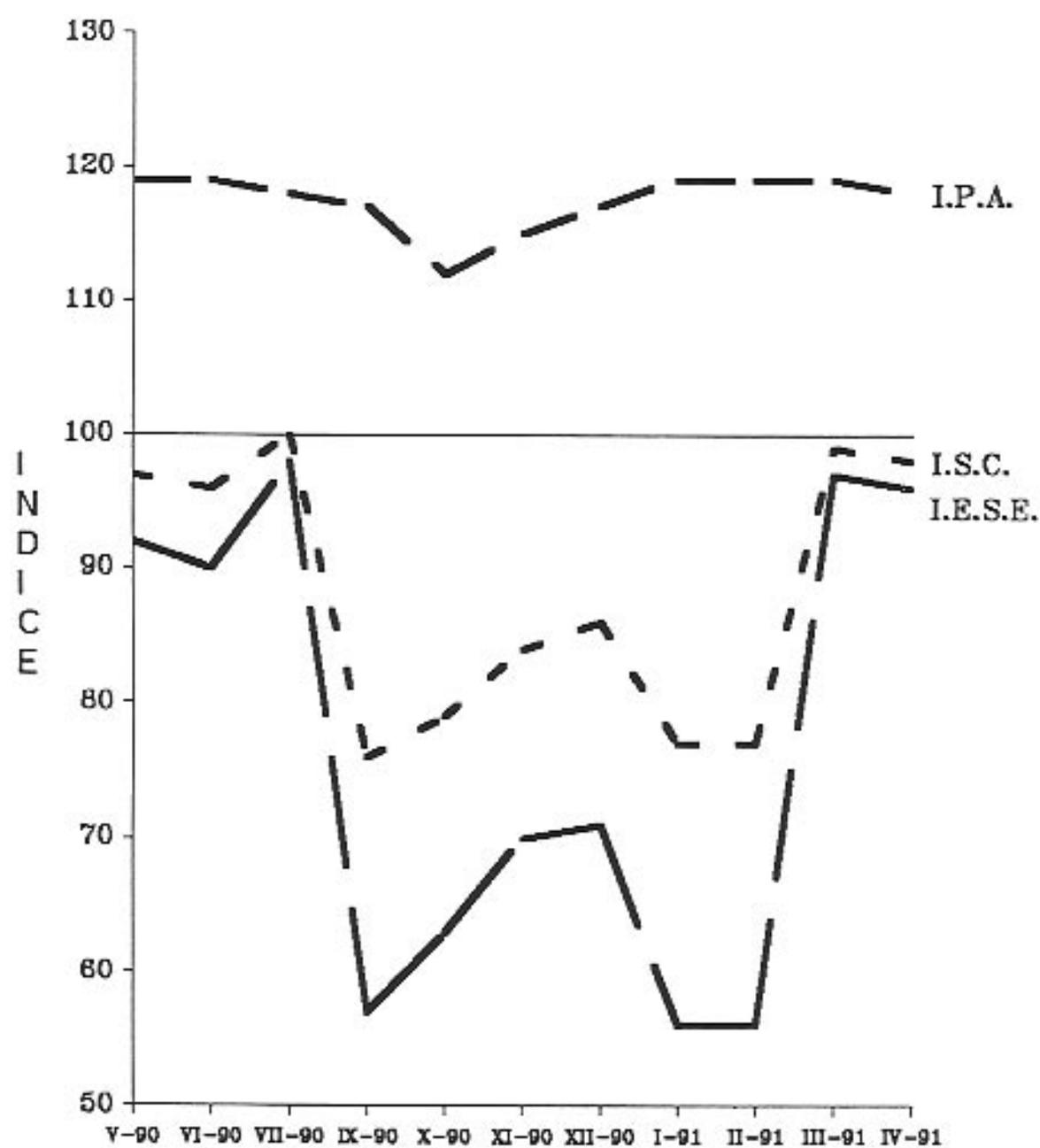
Conocimiento y Valoración de Comunicadores Sociales

ABRIL 1991

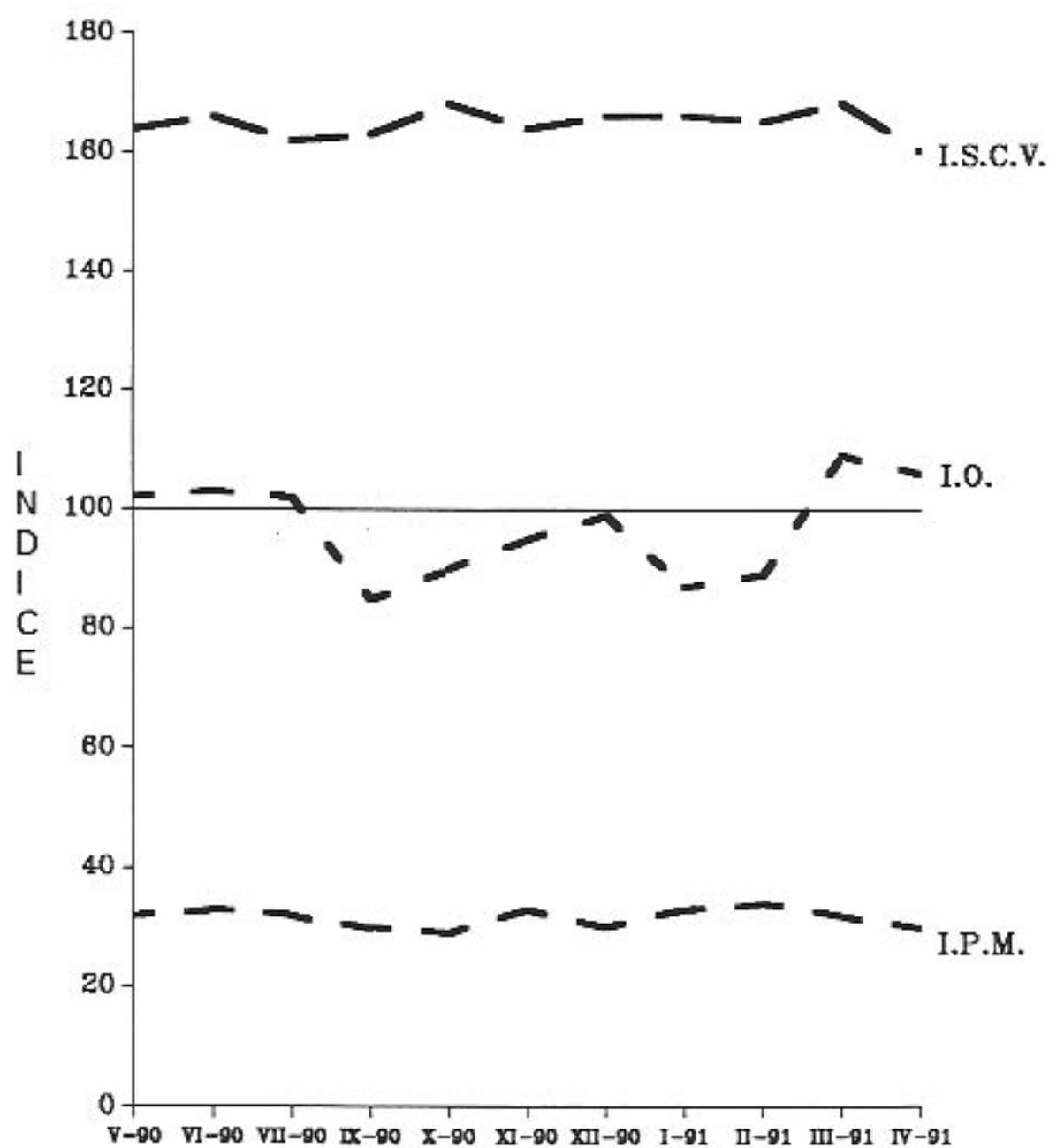
VALORACION

	Alta (+6,5)	Media (5,5-6,5)	Baja (-5,5)
<u>CONOCIMIENTO</u>	Joaquín Prats	José M. García	Mayra Gómez Kemp
	Mercedes Milá	Jesús Hermida	
	Matias Prats	Camilo José Cela	
	N. Ibañez Serrador		
Alto (+70%)	-----		
Medio (30-70%)	Julia Otero	J. Arozamena	
	Constant. Romero	Emilio Romero	Francisco Umbral
	Manuel Campo Vidal	Encarna Sánchez	Carlos Mata
	Mingote	Juanjo Menéndez	Doña Adelaida
	Jesús Puente	Jose Luis Balbín	
	Rosa Mª Mateo	Maria Teresa Campos	
	Andrés Aberasturi	Luis Mariñas	
	Doctora Ochoa	Laura Valenzuela	
	Antonio Martín	Lalo Azcona	
	Benítez	Juan Luis Cebrián	
	Emilio Aragón	Eduardo Sotillos	
	Cristina Gª Ramos	Irma Soriano	
	Luis del Olmo	José Coronado	
		Nieves Herrero	
Bajo (-30%)	-----		
	M. Martín Ferrand	Jaime Campmany	Jacqueline de
	Pedro Piqueras	Paco Lobatón	la Vega
		Enric Sopena	Francine Gálvez
		Julian Lago	Olga Viza
		Pedro J. Ramírez	
		Amando de Miguel	
		Pablo Sebastián	
		Luis M. Anson	
		M. Angel Gª Juez	
		José María Carrascal	
		Antxon Sarasqueta	
		Esmeralda Velasco	
		Merce Remolí	

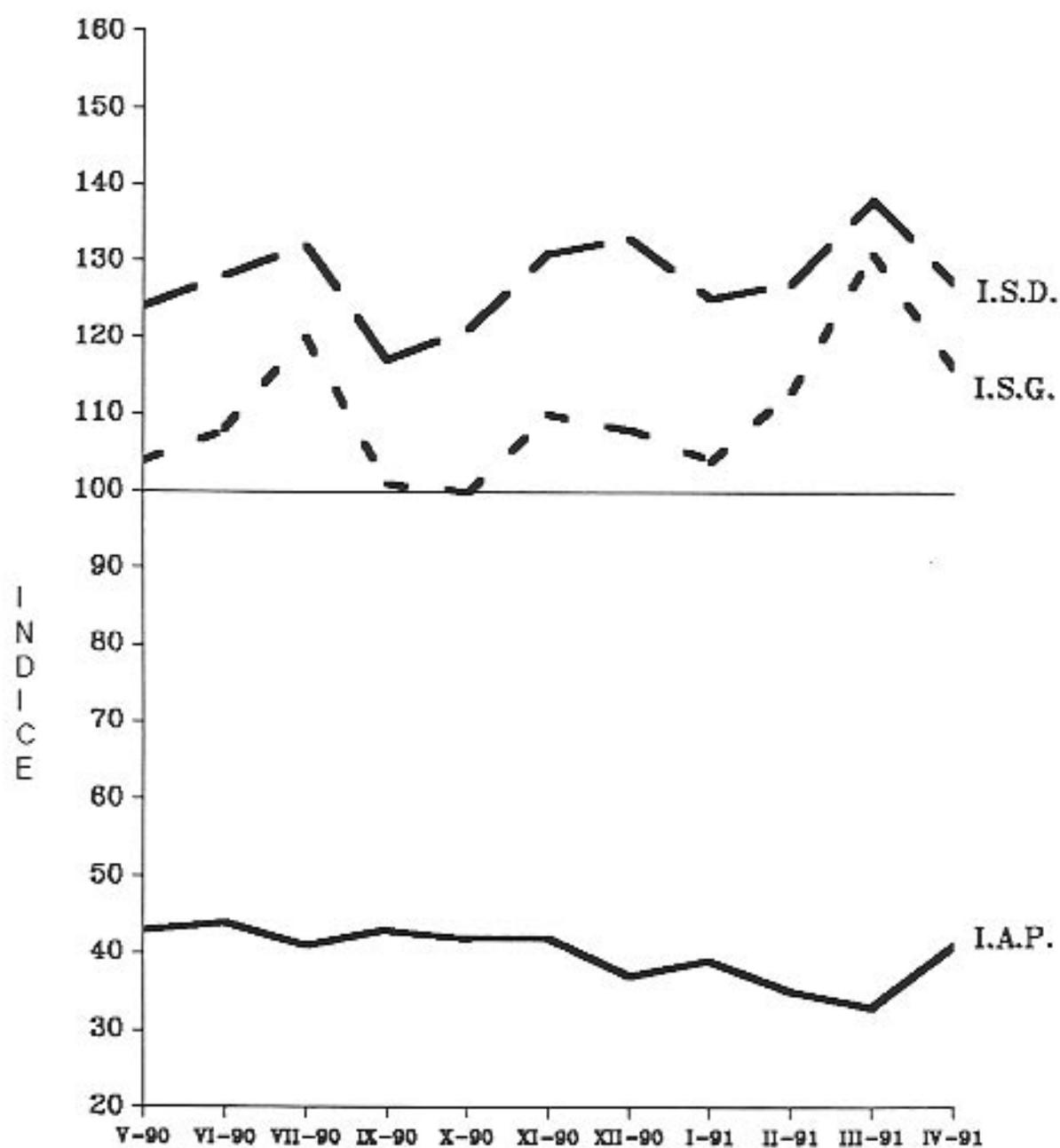
EVOLUCION DE LOS INDICADORES ECONOMICOS Y DE CONSUMO



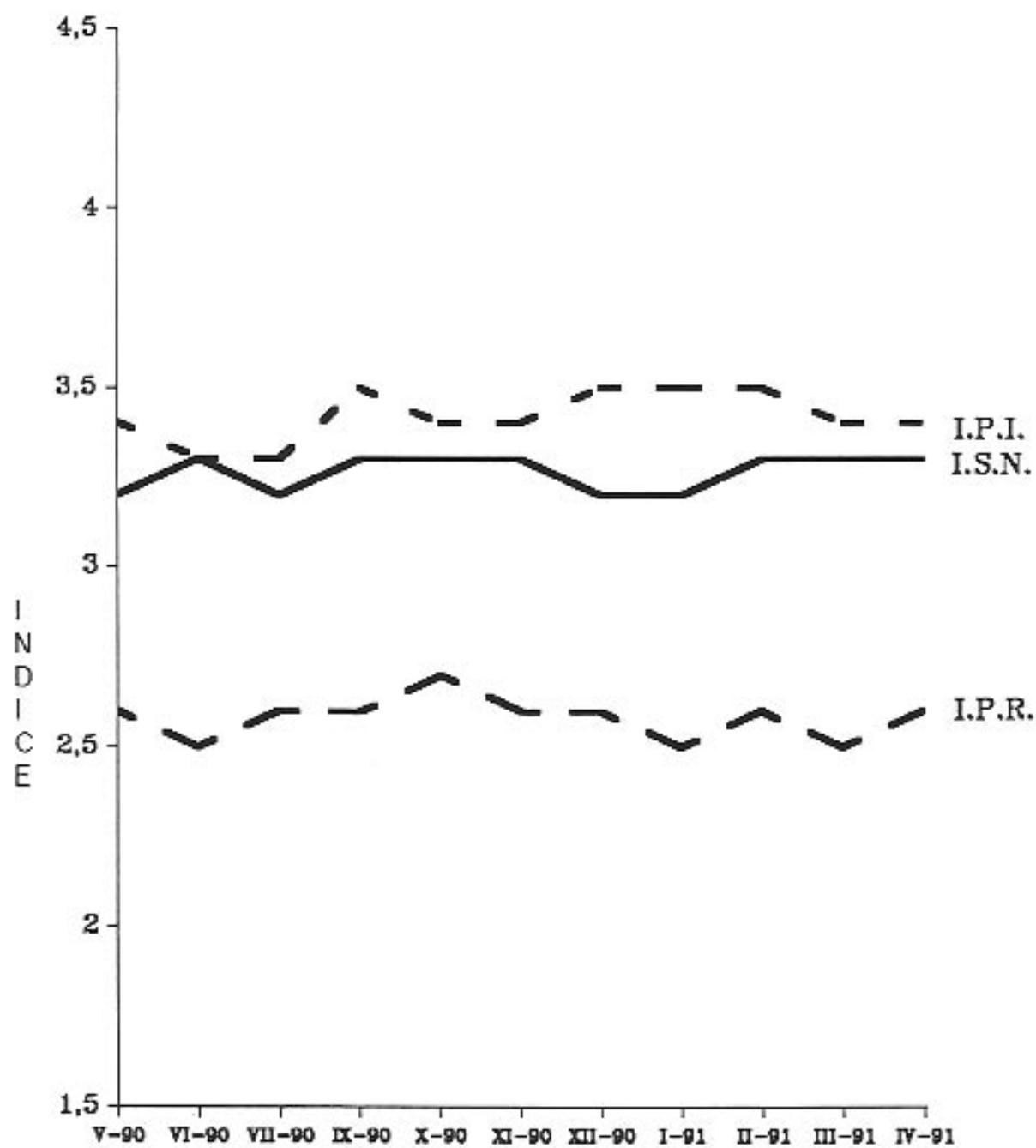
EVOLUCION DE LOS INDICADORES SOCIALES



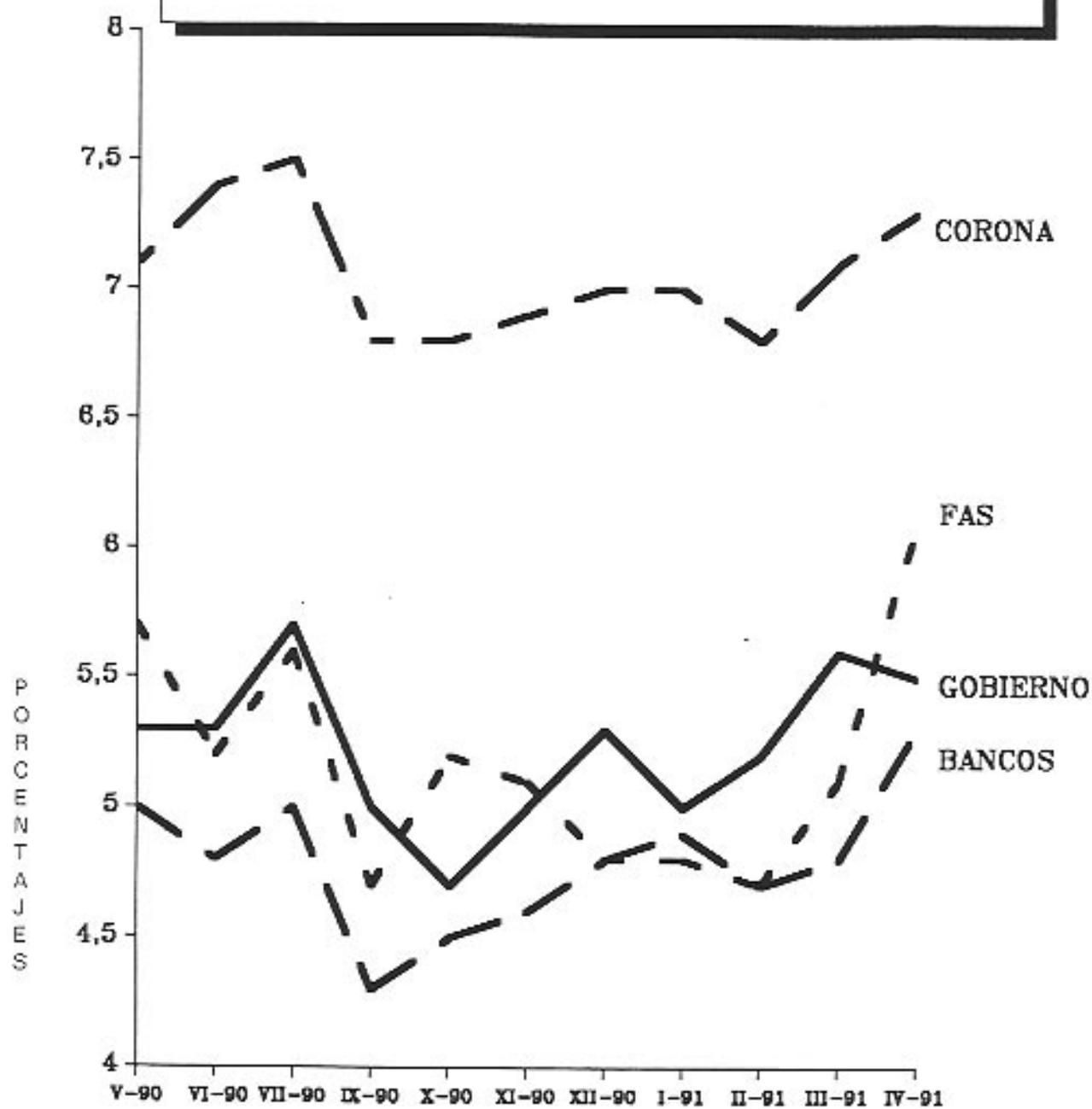
EVOLUCION DE LOS INDICADORES POLITICOS



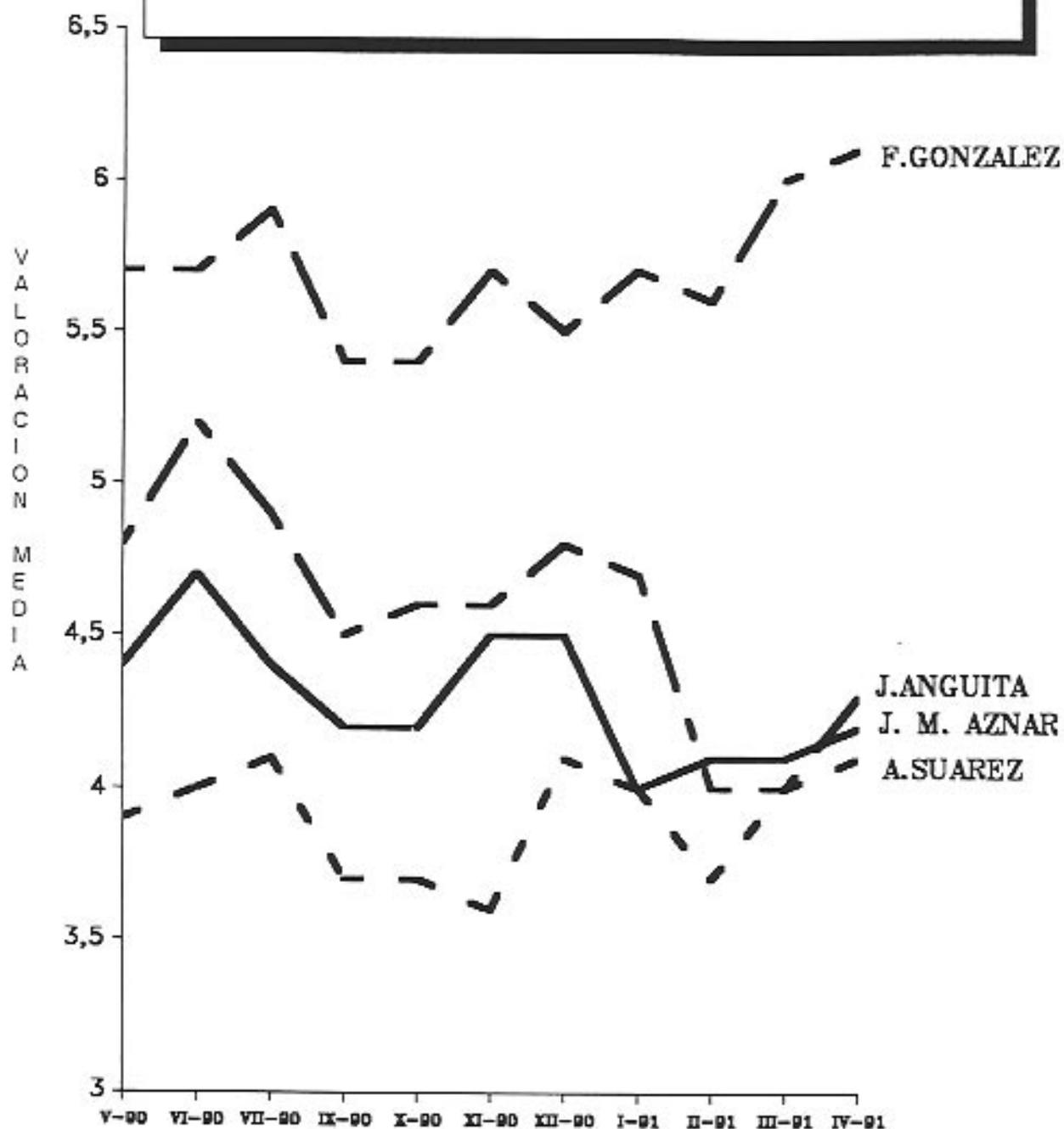
EVOLUCION DE LOS INDICADORES DE POSICIONAMIENTO IDEOLOGICO



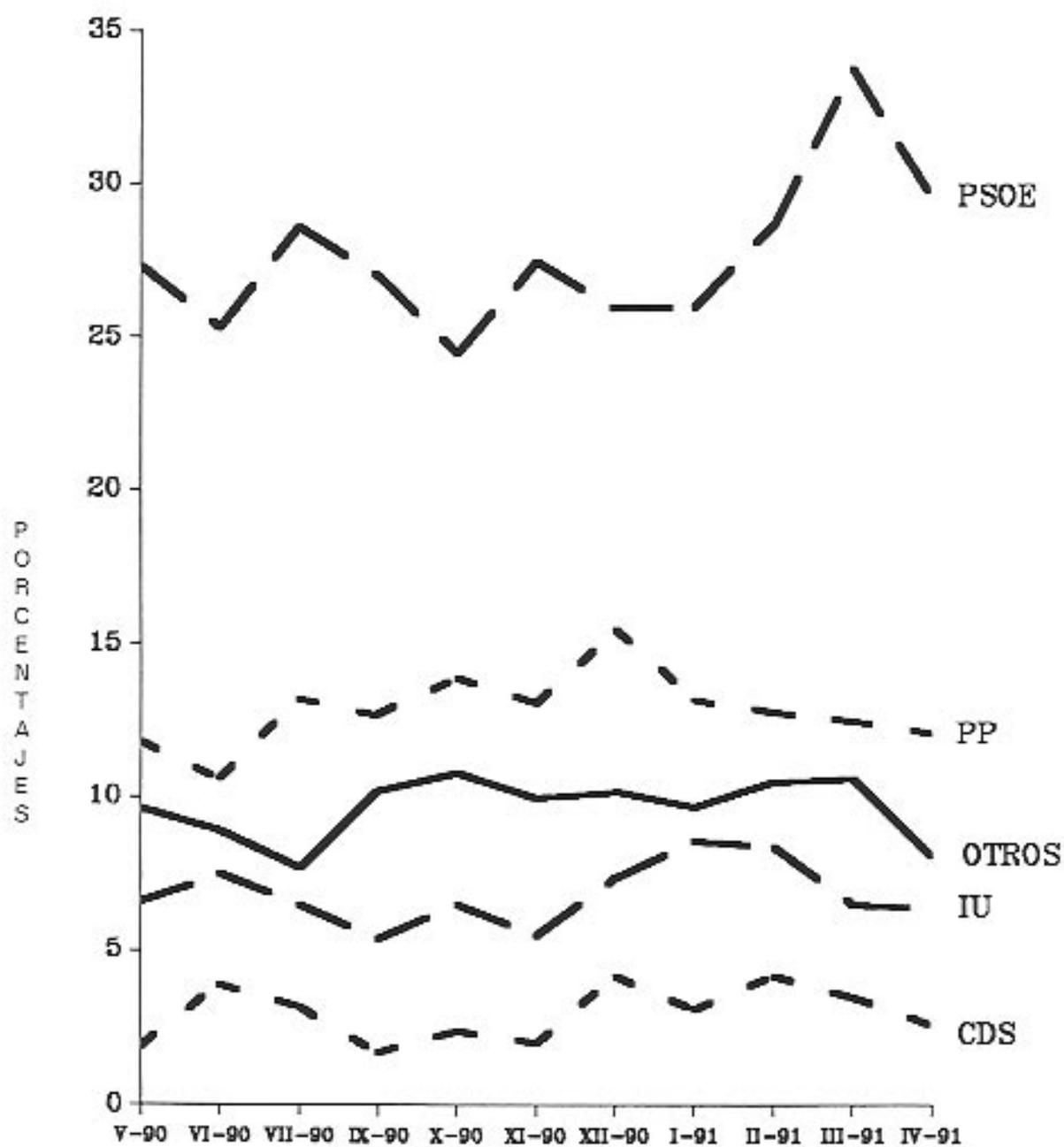
VALORACION DE LAS INSTITUCIONES



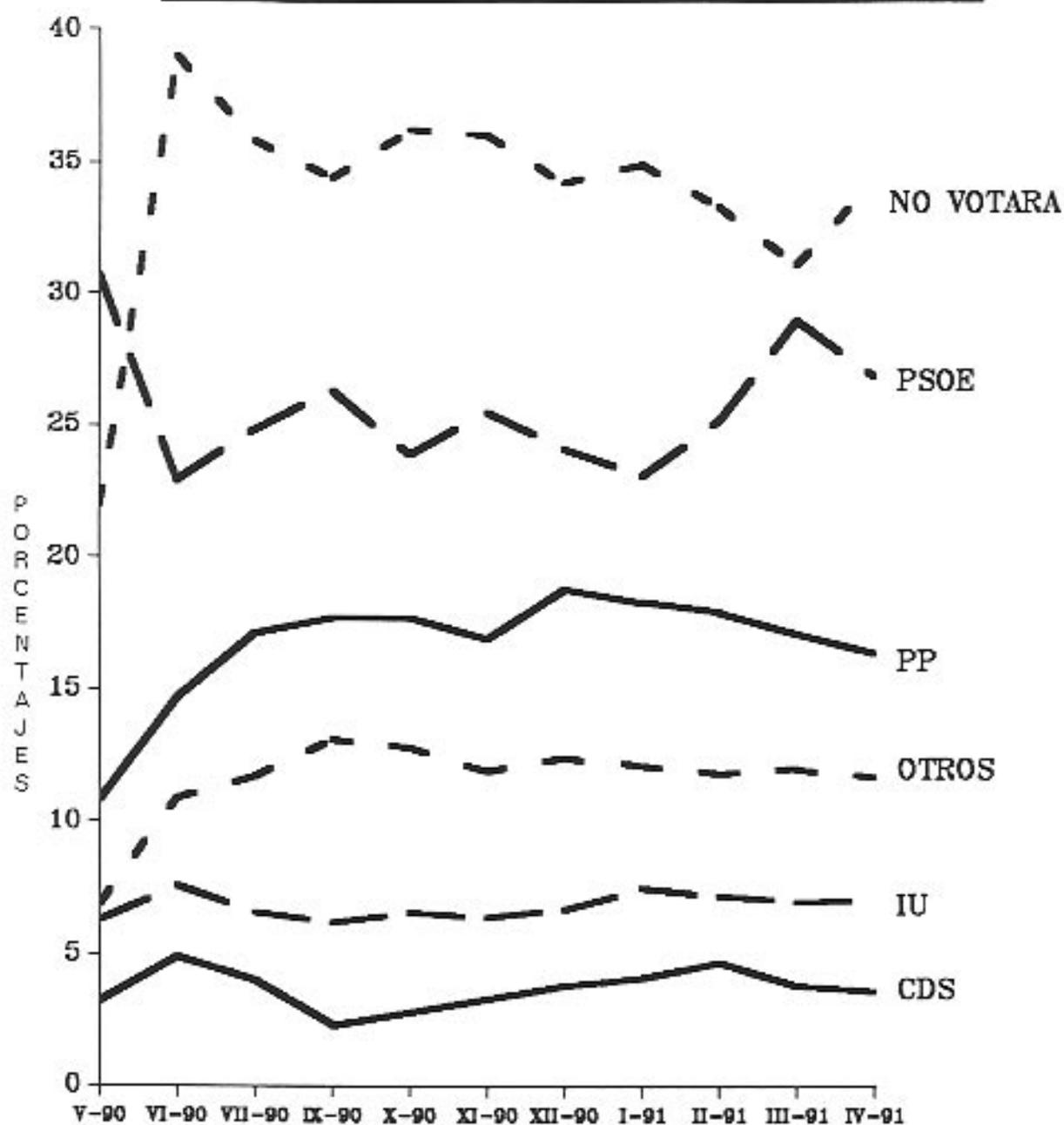
VALORACION DE LOS PRINCIPALES LIDERES POLITICOS



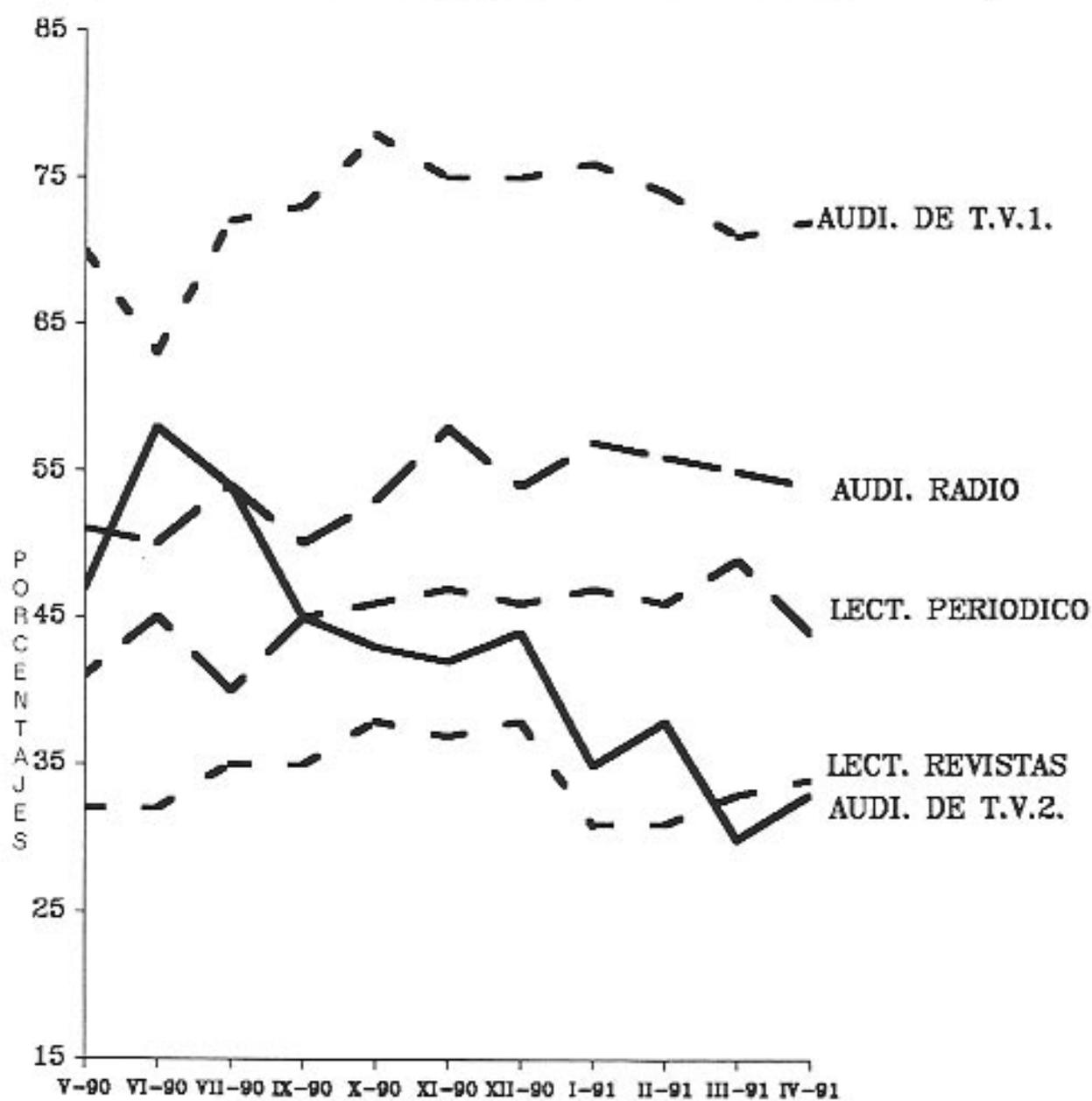
INTENCION DE VOTO DIRECTA



ESTIMACION DE VOTO SEGUN MODELO ASEP



EVOLUCION DEL PORCENTAJE DE AUDIENCIA DE MEDIOS DE COMUNICACION



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

El Sistema de Indicadores Sociales (SIS) de ASEP

ASEP, ha elaborado un Sistema de Indicadores Sociales que pretende ofrecer una visión rápida y de conjunto sobre los aspectos mas significativos de la sociedad española. El SIS de ASEP que ahora se utiliza constituye la quinta 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, tres constituyen medias aritméticas de puntuaciones en escalas de 1 a 5 (ISN), DE 1 A 7 (IPI), y de 1 a 5 (IPR). Y los otros, finalmente, son porcentajes, y por tanto puede variar entre 0 y 100 (IA, 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.