

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

sobre

LA OPINION PUBLICA DE LOS ESPAÑOLES

**JUNIO - 1991**

## "FLASHES"

El sondeo ASEP correspondiente al mes de junio, último del curso 1990-91, fue realizado después de conocidos los resultados de las elecciones autonómicas y locales de mayo, y refleja cumplidamente el impacto de dichas elecciones sobre la opinión pública, tal y como puede deducirse de los datos examinados.

### LA SITUACION POLITICA

En efecto, el resultado de las elecciones, así como las informaciones ofrecidas por los medios de comunicación respecto a la corrupción política (especialmente la relativa al PSOE y al Gobierno socialista), parecen haber influido mucho sobre la opinión pública, de manera que, aunque se mantiene una tendencia creciente de mejora en la imagen de Felipe González, persiste la pérdida estimada de voto para el PSOE.

Pero, sobre todo, se observa un crecimiento de la abstención, una pérdida aún mayor de preferencias electorales por el PSOE, y cierto incremento en la intención de voto hacia el PP y, mas aún, de IU. También parece una consecuencia de las elecciones el incremento relativo de la intención de voto hacia los nacionalistas de centro y derecha que, como se había anticipado, han logrado su nivel más alto de los últimos doce meses. Los indicadores de voto para este mes de junio son:

INDICADORES DE VOTO JUNIO 91

	Resultados Reales 1989	Recuerdo de Voto	Intención de Voto	Estimación ASEP
PP	17,9%	12,2%	15,5%	18,2%
CDS	5,5	2,7	2,0	2,1
PSOE	27,4	30,4	30,3	25,9
IU	6,3	5,8	7,0	6,9
Nac. Derecha	7,2	6,6	6,9	7,2
Nac. Izquierda	1,8	0,7	0,9	1,1
Otros	2,9	1,4	3,5	3,6
Abstención	31,0	18,1	9,7	35,0
NS/NC	-	22,1	24,2	-
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Los acontecimientos de estos últimos meses parecen explicar una progresiva radicalización de la opinión pública respecto al castigo que se debe imponer a los terroristas y a sus colaboradores, a la necesidad de modificar la ley electoral, y al rechazo a los gobiernos de coalición. Esta última cuestión había sido ya anticipada en los FLASHES del pasado mes de mayo, en donde se señalaba que dichas coaliciones solo se entenderían si la clase política mejoraba su credibilidad, cosa que no parece haberse producido, debido a las continuas informaciones sobre corrupción en la clase política.

En resumen, puede anticiparse que seguirá aumentando el deterioro de imagen del PSOE, aunque menos de lo que podría aumentar si empeorase la imagen de Felipe González, (que no solo no empeora sino que parece ser cada vez mejor). Y se afianzarán las opciones políticas nacionalistas de centro y derecha, como resultado de la crisis en el PSOE y del continuo recelo hacia el PP, (a pesar de que su imagen ha salido revaluada desde las recientes elecciones). Pero parece evidente la necesidad de cierta "regeneración" en los comportamientos de la clase política, y muy especialmente de la del PSOE.

#### LA SITUACION ECONOMICA Y SOCIAL

Dejando aparte la política, los datos de este mes sugieren que ha acabado definitivamente el pesimismo generado por el conflicto en el Golfo Pérsico. Todos los indicadores económicos y sociales parecen haber mejorado en mayor o menor medida (en términos relativos), habiéndose alcanzado los niveles anteriores al verano de 1990. Este crecimiento del optimismo y la satisfacción parecen reflejar mas bien unos deseos que unas realidades.

En cualquier caso, la evaluación de la situación económica y social parece moderadamente aceptable, lo que contrasta con la mala evaluación de la situación política.

## Sistema de Indicadores Sociales ASEP

1. Todos los indicadores parecen reflejar este mes la sensación de optimismo y satisfacción generalizadas ya iniciadas en marzo, 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 mayo se observa:
  - Indicadores económicos: Estabilidad en la proporción de ahorradores y en el índice de la propensión al ahorro, y aumento de los índices de sentimiento del consumidor y de evaluación de la situación económica, que llegan al nivel de equilibrio por vez primera en los últimos doce meses.
  
  - Indicadores sociales: Estabilidad de los índices de práctica religiosa y de optimismo, aumento del postmaterialismo, (hasta su nivel habitual), y ligera disminución del índice de satisfacción con la calidad de vida.

- Indicadores políticos: Estabilidad de los índices de posicionamiento ideológico (aunque con una ligera derechización) y de nacionalismo, estabilidad en la satisfacción con la democracia y descenso moderado en la satisfacción con el Gobierno. Disminución también de la alienación política.
  
  - Descenso 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.
  - Ligeras pérdidas para los nacionalistas de izquierda.
  - Mayores pérdidas para el PSOE y para el CDS.
  - Estabilidad de los nacionalistas de derecha.
  - Crecimiento de los "otros" partidos (principalmente ecologistas), de IU y del P.P..

Cuadro 1.  
Sistema de Indicadores Sociales ASEP

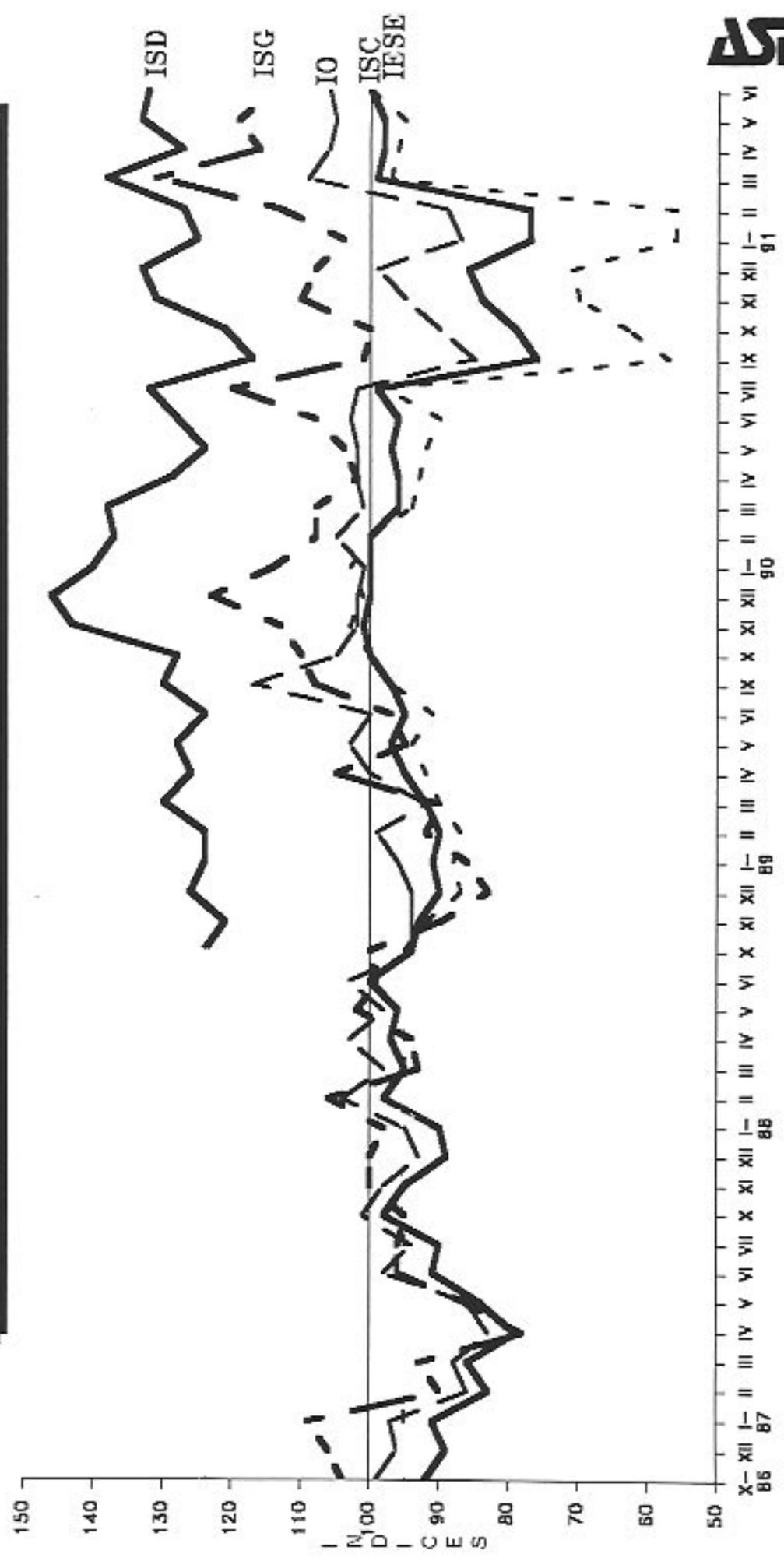
	VII-90	IX-90	X-90	XI-90	XII-90	I-91	II-91	III-91	IV-91	V-91	VI-91
<u>ECONÓMICOS Y DE CONSUMO</u>											
1 -ISC	99	76	79	84	86	77	77	99	98	98	100
2 -IESE	98	57	63	70	71	56	56	97	96	95	100
3 -IPA	118	117	112	115	117	119	119	119	118	123	124
4 -IA	30	29	25	26	28	30	29	29	29	33	33
<u>SOCIALES</u>											
5 -ISCV	162	163	168	164	166	166	165	168	160	169	163
6 -IO	102	85	90	95	99	87	89	109	106	105	106
7 -IPR	2,6	2,6	2,7	2,6	2,6	2,5	2,6	2,5	2,6	2,5	2,5
8 -IPM	32	30	29	33	30	33	34	32	30	26	30
<u>POLITICOS</u>											
9 -ISD	132	117	121	131	133	125	127	138	127	133	132
10-ISG	120	101	100	110	108	104	113	131	116	119	114
11-IAP	41	43	42	42	37	39	35	33	41	39	34
12-IP1	3,3	3,5	3,4	3,4	3,5	3,5	3,5	3,4	3,4	3,3	3,5
13-ISN	3,2	3,3	3,3	3,3	3,2	3,2	3,3	3,3	3,3	3,3	3,2
<u>EXPOSICION A INFORMACION</u>											
14-IE1	-	60	62	63	61	65	61	66	59	68	63
<u>INTENCION DIRECTA DE VOTO</u>											
- PP	13,2	12,7	13,9	13,1	15,5	13,2	12,8	12,5	12,1	12,1	15,5
- CDS	3,2	1,7	2,4	2,0	4,2	3,1	4,2	3,5	2,6	3,5	2,0
- PSOE	28,6	27,0	24,5	27,5	26,0	26,0	28,7	33,8	29,6	28,7	30,3
- IU	6,5	5,4	6,5	5,5	7,4	8,6	8,4	6,5	6,4	7,5	7,0
- Otros	7,7	10,2	10,8	10,0	10,2	9,7	10,5	10,6	8,1	9,3	11,3
- No Votará	9,2	11,1	10,8	13,0	12,0	13,2	13,1	9,7	12,6	10,6	9,7
- NS/NC	31,6	31,9	31,1	28,8	24,7	26,2	22,3	23,4	28,6	28,3	24,2
<u>INTENCION DE VOTO ESTIMADA</u>											
- PP	17,1	17,7	17,7	16,9	18,8	18,3	17,9	17,1	16,4	16,7	18,2
- CDS	4,0	2,3	2,8	3,3	3,8	4,1	4,7	3,8	3,6	4,6	2,1
- PSOE	24,8	26,3	23,9	25,5	24,1	23,1	25,2	29,0	26,9	25,1	25,9
- IU	6,6	6,2	6,6	6,4	6,7	7,5	7,2	7,0	7,1	7,7	6,9
- Nacional.Derecha	5,8	6,5	6,5	6,2	6,8	6,5	6,5	7,2	6,1	7,0	7,2
- Nacional. Izquierda	1,6	1,5	1,6	1,5	1,8	1,4	1,3	1,5	1,0	0,5	1,1
- Otros	4,3	5,1	4,7	4,2	3,8	4,2	3,9	3,3	4,6	4,2	3,6
- Abstención	35,8	34,4	36,2	36,0	34,2	34,9	33,3	31,1	34,3	34,2	35,0

Cuadro 2.

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

INDICADORES:	VI-91
Total	(1.215)
<u>Evaluación Situación Económica</u>	
Optimistas	24%
Pesimistas	24
<u>Propensión al Ahorro</u>	
Ahorran	33%
Se Endeudan	9
<u>Satisfacción con Calidad de Vida</u>	
Satisfechos	76%
Insatisfechos	13
<u>Optimismo Personal</u>	
Optimistas	26%
Pesimistas	20
<u>Práctica Religiosa</u>	
Alta	23%
Baja	47
<u>Postmaterialismo</u>	
Materialistas	70%
Post-materialistas	30
<u>Satisfacción con Democracia</u>	
Satisfechos	57%
Insatisfechos	26
<u>Satisfacción con Gobierno</u>	
Satisfechos	48%
Insatisfechos	33
<u>Posicionamiento Ideológico</u>	
Izquierda	37%
Centro	11
Derecha	18
<u>Sentimiento Nacionalista</u>	
Más nacionalistas	20%
Más españoles	31
<u>Exposición a Información</u>	
Alta	16%
Ninguna	53
<u>Posición Social</u>	
Alta	14%
Baja	39
<u>Intención de Voto Directa</u>	
PP	16%
CDS	2
PSOE	30
IU	7

# EVOLUCION DE INDICADORES MAS SIGNIFICATIVOS



## Actitudes Económicas y de Consumo

Aumenta ligeramente la propensión al ahorro y se estabiliza la proporción de ahorradores

- Aumenta ligeramente el índice de propensión al ahorro, que continúa siendo positivo y alcanza el valor más alto de los últimos doce meses. Y la proporción de ahorradores (33%) se estabiliza y sigue en el el valor más alto de los últimos meses.

Se mantiene la mejora en la evaluación de la situación económica, y el futuro se evalúa de forma 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) aunque ambos aumentan este mes, y la evaluación futura del país alcanza el nivel de equilibrio, lo que supone un aumento. Por tanto, sólo se ve positivamente la futura situación económica personal, que está estabilizada respecto al nivel del mes pasado.

Descienden ligeramente los gastos en los diferentes artículos o servicios propuestos

- 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 al mes anterior parece ser el ligero ascenso en la proporción de entrevistados que no gastaron nada en viajes ni en salud.

Descenso relativo 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, es uno de los más bajos de los últimos doce meses.

Los españoles no creen que su nivel de vida sea muy parecido al de la mayoría de los países europeos

- Los españoles están ligeramente en desacuerdo con:

"El nivel de vida de los españoles es ya muy parecido al de la mayoría de los países europeos".

- Sin embargo, existe una fuerte controversia de opiniones este mes respecto a las otras tres cuestiones planteadas:

"Las recientes huelgas en los servicios públicos demuestran que es necesario prohibirlas",

"Se diga lo que se diga, da igual que las principales empresas estén en manos del capital extranjero, pues lo importante es la actividad económica que provocan",

y

"Mientras que los sindicatos opinan continuamente sobre los temas económicos importantes, las organizaciones empresariales parecen mudas, pues apenas opinan".

El BBV, el  
banco con más  
clientes

- El 83% de los españoles tienen al menos una cuenta corriente o una cartilla de ahorros en en algún tipo de entidad financiera, y un 32% 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, Central, Hispano Americano y Popular.

## Actitudes y Comportamientos Políticos

### Actitudes

#### Básicas

- El electorado español se autopositiona ideológicamente este mes sobre todo en la izquierda y en proporción inferior en el centro izquierda, lo que significa, respecto a meses precedentes, la confirmación de la recuperación de la izquierda, después de su disminución en enero y febrero, frente al centro izquierda. Además este mes se observa cierto aumento de las posiciones de derecha. Menos de una cuarta parte de los españoles afirman 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, casi una tercera parte de los entrevistados pueden ser considerados como post - materialistas (con ideas más progresistas, vanguardistas), lo que supone un ascenso fuerte de este indicador respecto al valor del mes pasado. Todos estos indicadores apenas presentan variaciones significativas de un mes a otro, como sería lógico esperar, excepto, como ya se ha indicado, respecto al posmaterialismo.

Imagen de  
Instituciones

- De las instituciones y grupos por los que se ha preguntado este mes todas, salvo el Tribunal Constitucional (64%), son conocidas por más del 75% de los entrevistados. La valoración, en una escala de 0 a 10 puntos ha sido: La Corona (7,4), los Medios de Comunicación (6,5), las Fuerzas Armadas (5,8), el Gobierno de la Nación (5,6), El Tribunal Constitucional (5,6), los Bancos (5,0) y los Partidos Políticos (4,6). 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 aumento también en la valoración del Gobierno y de las Fuerzas Armadas, mientras que los Bancos disminuyen su valoración respecto al mes pasado.

Por otra parte, y comparando con valoraciones anteriores, se observa cierto aumento en la valoración de los Partidos Políticos, los Medios de Comunicación y el Tribunal Constitucional.

Ranking de  
Conocimiento  
de Instituciones

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

Ranking de  
Valoración de  
Instituciones

- Pero sólo tres instituciones 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, seis son conocidos por más del 70% de los entrevistados, pero Caso, Idígoras y Rojas Marcos son conocidos por entre un 40 y un 55% de los españoles. La valoración más alta corresponde a Felipe González (6,1) seguido de Anguita (4,7), Narcís Serra (4,6), Aznar (4,4), Suárez (3,8), Rojas Marcos (3,8), Guerra (3,5), Caso (3,4) e Idígoras (1,2).

Todos los líderes comparables, excepto Suárez y Guerra (que bajan levemente), han visto ascender 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 once meses, sólo ocho son conocidos por al menos un 80 por ciento de los españoles: el Rey Juan Carlos, la Reina D<sup>a</sup> Sofía, Felipe González, Sadam Hussein, Alfonso Guerra, Adolfo Suárez, Mijail Gorbachov y José M<sup>a</sup> Aznar.

Ranking de  
Valoración  
de Líderes

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

Fuerte acuerdo  
en la necesidad  
de reformar la  
ley electoral,  
en restaurar la  
pena de muerte  
para los asesi-  
natos de ETA, y  
en que los gobier-  
nos de coalición  
son un engaño al  
electorado

- Los españoles muestran un notable acuerdo con tres de las cuatro afirmaciones de actualidad propuestas este mes:

"Las recientes elecciones han puesto otra vez de manifiesto la necesidad de reformar la legislación electoral, en el sentido de que los ciudadanos elijan a sus representantes uno a uno, y no por listas cerradas de candidatos".

"Si ETA continúa cometiendo asesinatos, habrá que pensar en la conveniencia de restaurar la pena de muerte para estos delitos", y

"Los gobiernos de coalición constituyen un engaño para el electorado y reducen la credibilidad en las instituciones democráticas".

- Pero se observa una opinión muy controvertida respecto a la afirmación:

"Las continuas informaciones sobre la corrupción política son normales en una democracia".

Acogida favorable a las acciones del Gobierno y de la Guardia Civil contra Herri Batasuna y ETA

- En relación con las actuaciones recientes del Gobierno, se ha observado una opinión favorable a:

"La captura del comando Barcelona de ETA, en la que la Guardia Civil mató a dos miembros del comando", y

"Las acciones legales emprendidas contra dirigentes de Herri Batasuna por apología del terrorismo".

- Pero se observa una opinión muy controvertida respecto a:

"La actuación del Gobierno en las huelgas de Iberia, Telefónica, Renfe y Campsa", y

"La participación de España en la creación de una nueva fuerza militar europea".

Ligero descenso en la satisfacción con el Gobierno y estabilidad en el funcionamiento de la democracia

- El índice de satisfacción con el Gobierno descende con respecto al mes pasado. La satisfacción con el funcionamiento de la democracia también descende respecto al mes de mayo, pero más levemente. De todos modos, ambos indicadores siguen siendo positivos, especialmente el de satisfacción con el funcionamiento de la democracia.

## Utilización de Medios de Comunicación

### Prrensa diaria

- El porcentaje de lectores de diarios (el día anterior a la entrevista) desciende este mes y se sitúa en el nivel que suele ser habitual (40-47 por ciento). El diario más leído sigue siendo, con gran diferencia, El País. La mayoría de los principales diarios parecen haber reducido su audiencia una vez pasadas las recientes elecciones.

### Revistas

- Desciende también levemente la proporción de lectores de revistas (38%), pero sigue superando su nivel habitual de 30-35 por ciento. La revista más leída este mes es Hola, seguida por Pronto (lo que invierte el orden que solía ser usual), pero ambas experimentan cierto descenso respecto al mes anterior. Sin embargo, la revista Entreviú ha registrado este mes un notable aumento que la sitúa muy próxima a Pronto.

### Radio

- Se mantiene la audiencia de radio (52%), casi 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 (66%). En Onda Media, la Ser logra el liderazgo este mes, pero sólo ligeramente por encima de la COPE, y RN-1 experimenta un fuerte retroceso. En Frecuencia Modulada, ANTENA-3 y la SER están igualadas este mes, y ambas emisoras registran una audiencia muy superior al resto de las cadenas de F.M.

Televisión

- Dos de cada tres españoles mayores de 18 años ve TVE-1, y casi 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 Cataluña e inferior en la Comunidad de Madrid.
- Se mantiene, como los meses pasados, una reducción de audiencia de TV2 y de TVE 1. Por contraste se registra un incremento en la audiencia de la mayoría de los canales autonómicos y sobre todo privados.
- Debe resaltarse que un 35% de los entrevistados dicen ver Telecinco, y que un 23% ven Antena 3 siendo el valor de ambas cadenas uno de 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 (52%), Telemadrid (25%) y Antena 3 (35%) son inferiores a TV-1 (61%), pero superiores o iguales a TV-2 (25%). Y en Cataluña, Telecinco (24%) se sitúa levemente por debajo de TV-2 (27%), de TV-1 (56%) y TV-3 (49%).
- El bloque horario de mayor audiencia de televisión es lógicamente el de noche (21 a 24 h.), alcanzando un 78% de audiencia este mes.

Informativos

- Alrededor de un tercio 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 una notable disminución de la audiencia de informativos. Casi 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 de informativos de 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 Casera son este mes los más recordados como los que más han gustado (con 112, 36, 34 y 26 menciones respectivamente).

Concha Velasco y Jesús Puente los comunicadores más valorados y Concha Velasco es además la más conocida este mes

- De los cinco comunicadores sociales por los que se ha preguntado este mes, Concha Velasco es la más conocida (88%), seguida de Jose Luis Coll (76%), Jesús Puente (74%), Paco Lobatón (36%) y María Escario (33%). En cuanto a valoración, la más alta fue asignada a Jesús Puente y Concha Velasco (6,7, respectivamente) seguidos de Paco Lobatón (6,2), y de Jose Luis Coll y María Escario (6,0, respectivamente).

Ranking de Conocimiento de Comunicadores

- En el ranking de conocimiento de los últimos doce meses destacan Joaquin Prats, Concha Velasco, Camilo José Cela, Jesús Hermida, Matias Prats, Mayra Gómez Kemp y Jose Luis Coll (conocidos por más del 75%).

Ranking de  
Valoración de  
Comunicadores

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

Los españoles  
no comprenden  
que los medios  
de comunicación  
hayan dado una  
imagen tan fa-  
vorable del  
"Dioni"

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

"Es incomprensible que los medios de comunicación, y especialmente los del Estado hayan dado una imagen tan favorable del "Dioni", y

"El poder de los socialistas en los medios de comunicación, públicos y privados, comienza a ser preocupante".

Y parece haber fuerte controversia respecto a que:

"Los avances de resultados electorales ofrecidos por TVE fueron un fracaso", y

"La programación de los canales privados de televisión es mejor que la de los canales del Estado".

Cuadro 3.

Conocimiento y Valoración de Instituciones y Grupos Sociales

JUNIO 1991

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

Cuadro 4.

Conocimiento y Valoración de Personajes Públicos

JUNIO 1991

		<u>VALORACION</u>		
		Alta (+5,5)	Media (4,0-5,5)	Baja (-4,0)
<u>CONOCIMIENTO</u>				
	Alto (+70%)	El Rey Juan Carlos Reina D <sup>a</sup> Sofía Príncipe Felipe Mijaíl Gorbachov Felipe González Infanta Cristina Infante Elena	J. María Aznar Julio Anguita François Mitterrand Rosa Conde George Bush Miguel Durán Narcís Serra Javier Solana Carlos Solchaga F. Fernández Ordoñez	Alfonso Guerra Sadam Husein Adolfo Suárez Txiqui Benegas
	Medio (50-70%)		Cristina Almeida José Luis Concuera José Barrionuevo Fernando Morán José Borrel	Enrique Múgica Jon Idígoras Alejandro Rojas Marcos
Bajo (-50%)	Baltasar Garzón	Matilde Fernández Alicia Koplowitz Gustavo Villapalos Francisco Álvarez Cascos	José Ramón Caso	

Cuadro 5.

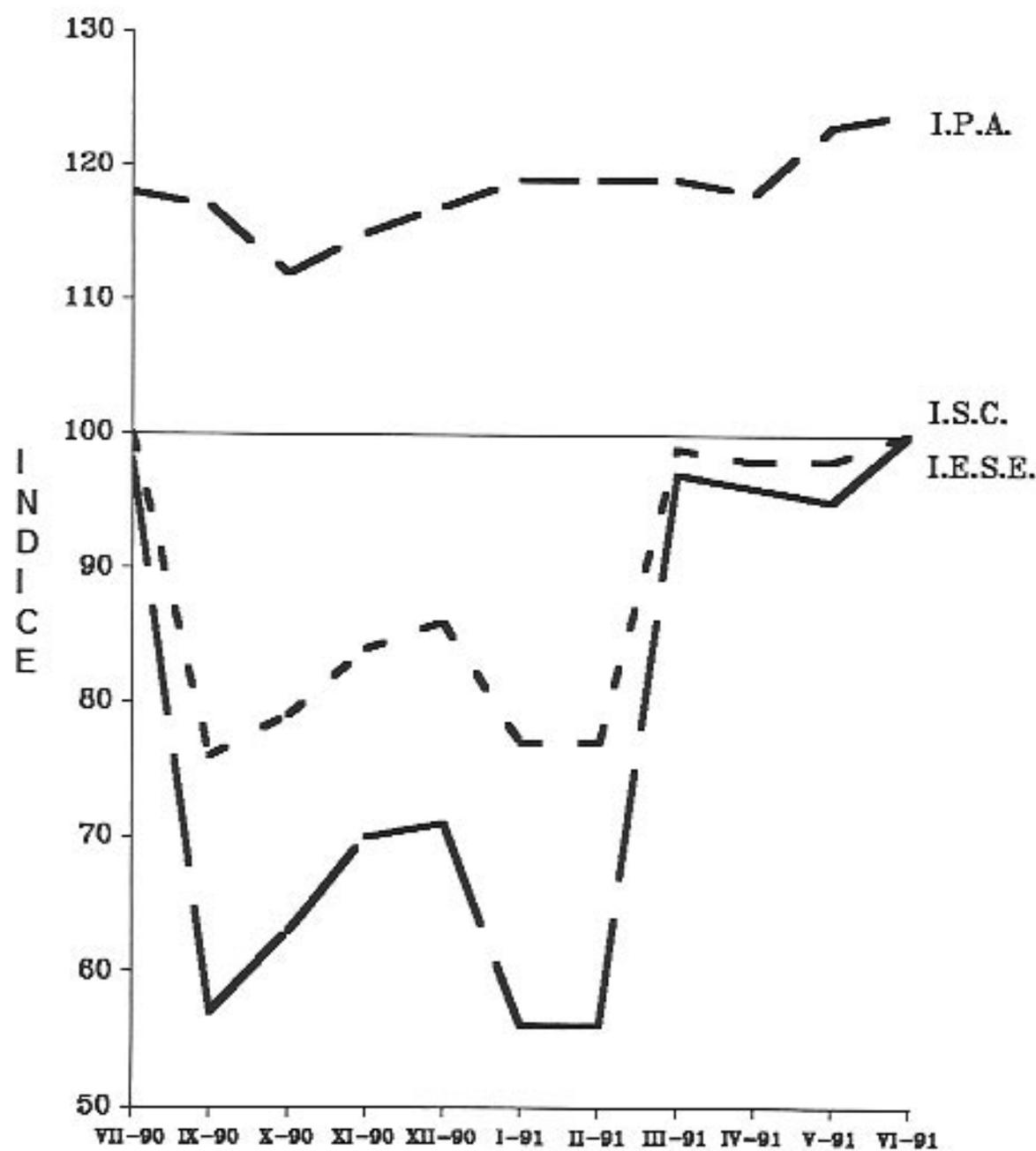
Conocimiento y Valoración de Comunicadores Sociales

JUNIO 1991

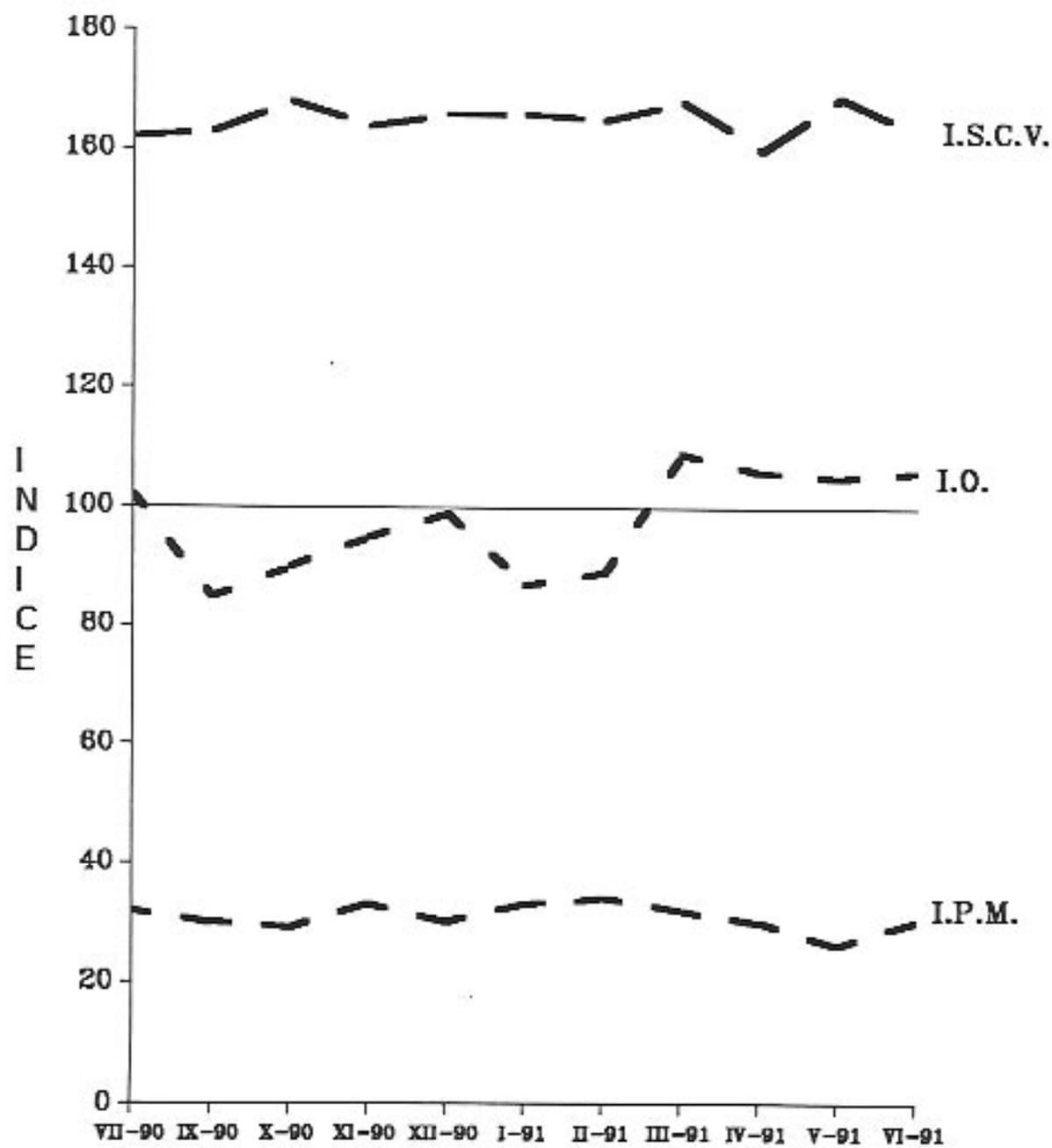
VALORACION

	Alta (+6,5)	Media (5,5-6,5)	Baja (-5,5)
<u>CONOCIMIENTO</u>	Joaquín Prats	José M. Garcia	Mayra Gómez Kemp
	Mercedes Milà	Jesús Hermida	
	Matias Prats	Camilo José Cela	
Alto (+70%)	N. Ibañez Serrador	Jose Luis Coll	
	Concha Velasco		
	Jesús Puente		
Medio (30-70%)	Julia Otero	J. Arozamena	Francisco Umbral
	Constant. Romero	Emilio Romero	Carlos Mata
	Rosa Mª Mateo	Encarna Sánchez	Doña Adelaida
	Andrés Aberasturi	Jose Luis Balbin	
	Doctora Ochoa	Maria Teresa Campos	
	Antonio Martín	Luis Mariñas	
	Benitez	Laura Valenzuela	
	Emilio Aragón	Lalo Azcona	
	Cristina Gª Ramos	Juan Luis Cebrián	
	Luis del Olmo	Eduardo Sotillos	
	Pedro Piqueras	Irma Soriano	
		José Coronado	
		Nieves Herrero	
		Alfonso Arús	
	Rita Irasema		
	Miriam Díaz Aroca		
	Maria Escario		
	Paco Lobatón		
Bajo (-30%)	M. Martín Ferrand	Jaime Campmany	Francine Gálvez
		Julián Lago	Olga Viza
		Pedro J. Ramírez	
		Amando de Miguel	
		Luis M. Anson	
		M. Angel Gª Juez	
		José María Carrascal	
		Antxon Sarasqueta	
		Esmeralda Velasco	
		Merce Remoli	

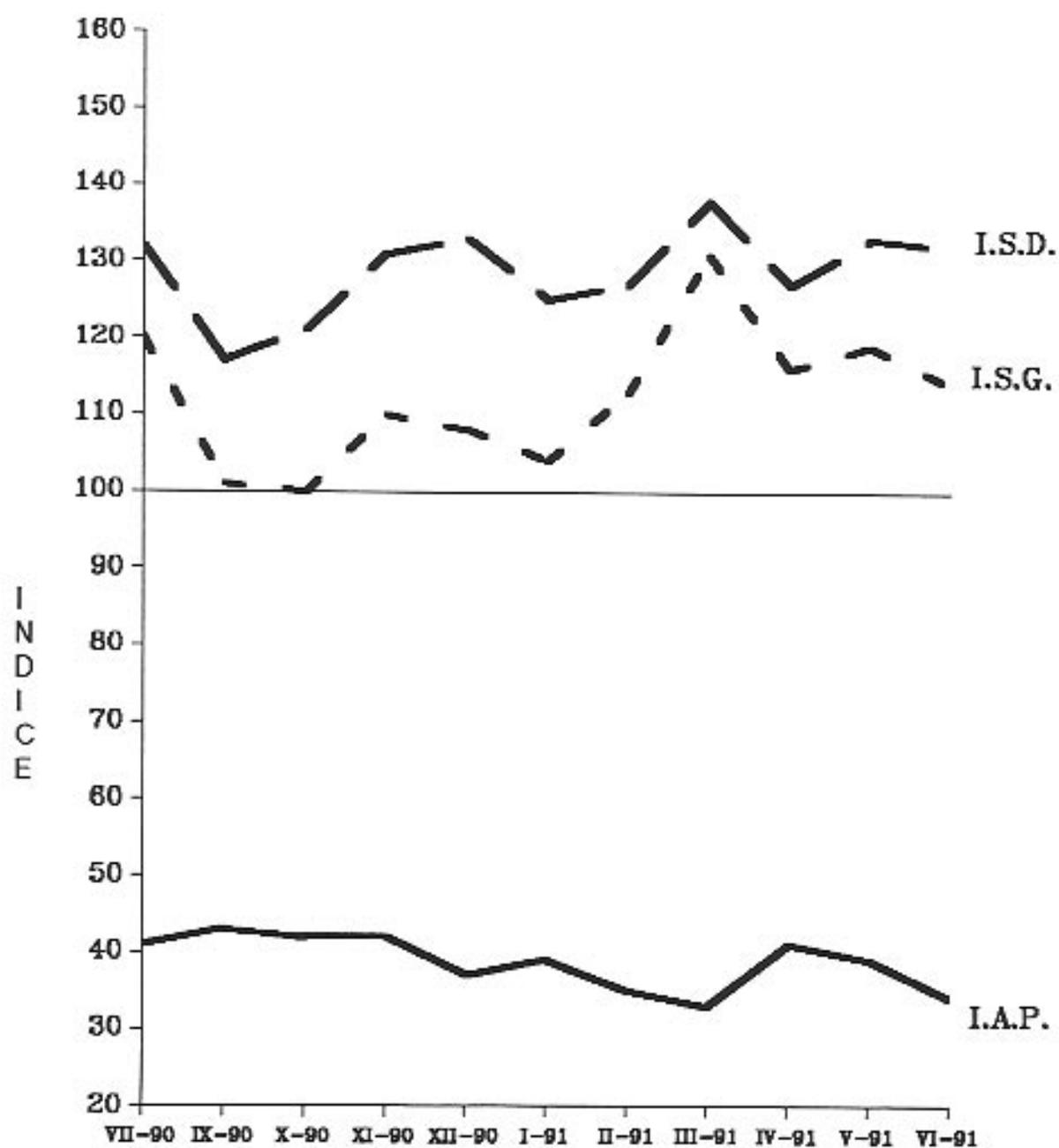
### EVOLUCION DE LOS INDICADORES ECONOMICOS Y DE CONSUMO



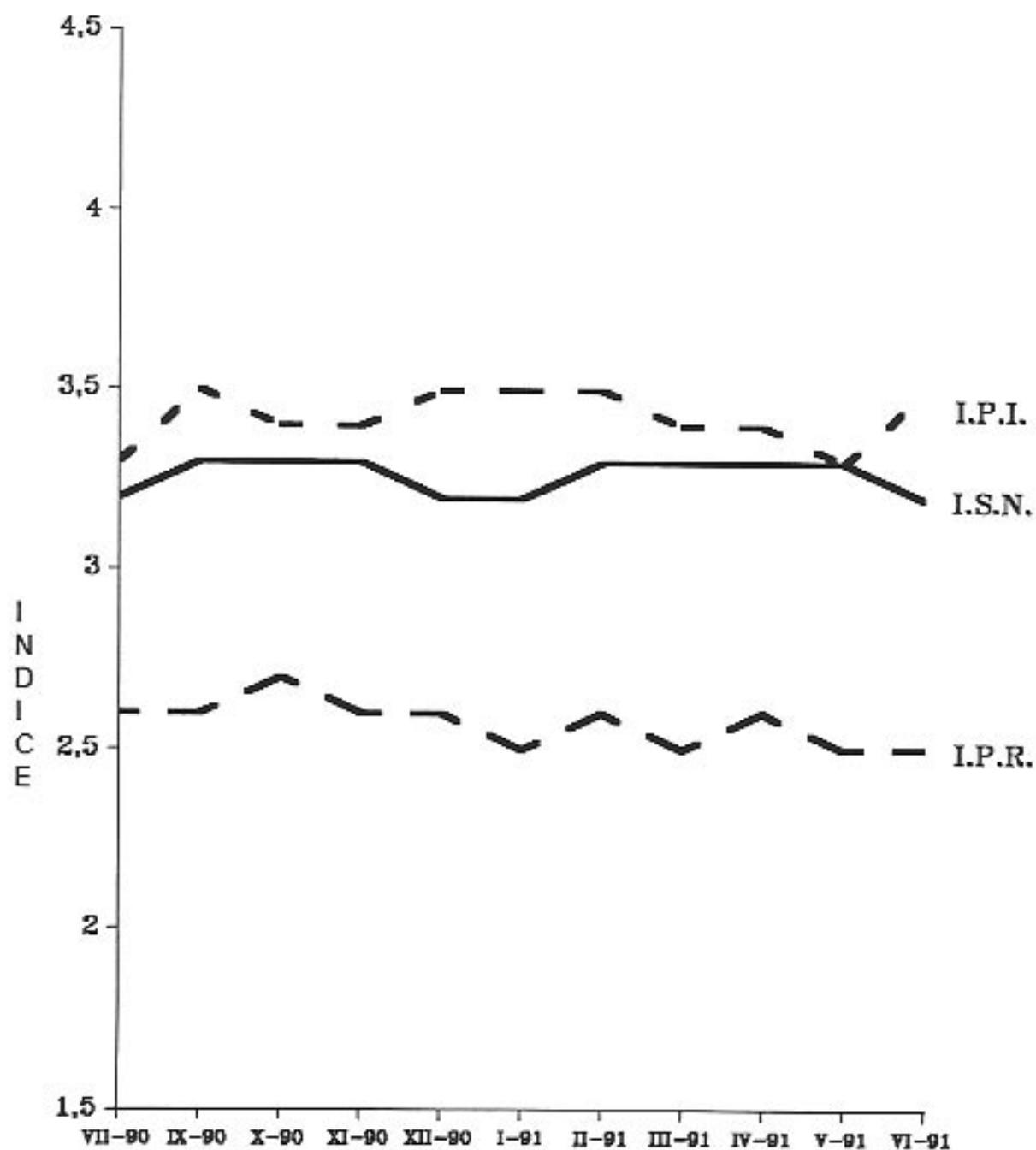
# EVOLUCION DE LOS INDICADORES SOCIALES



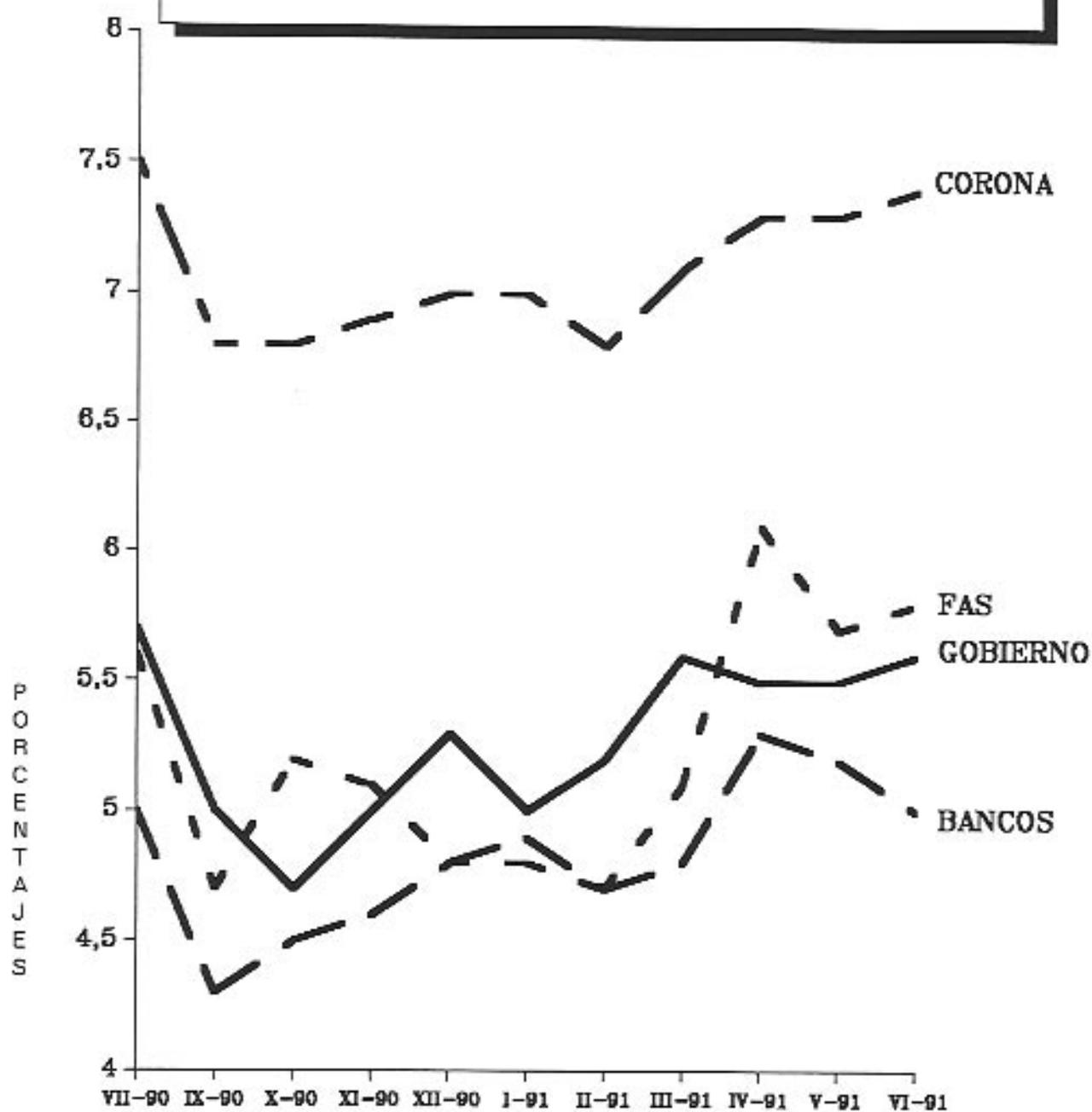
## EVOLUCION DE LOS INDICADORES POLITICOS



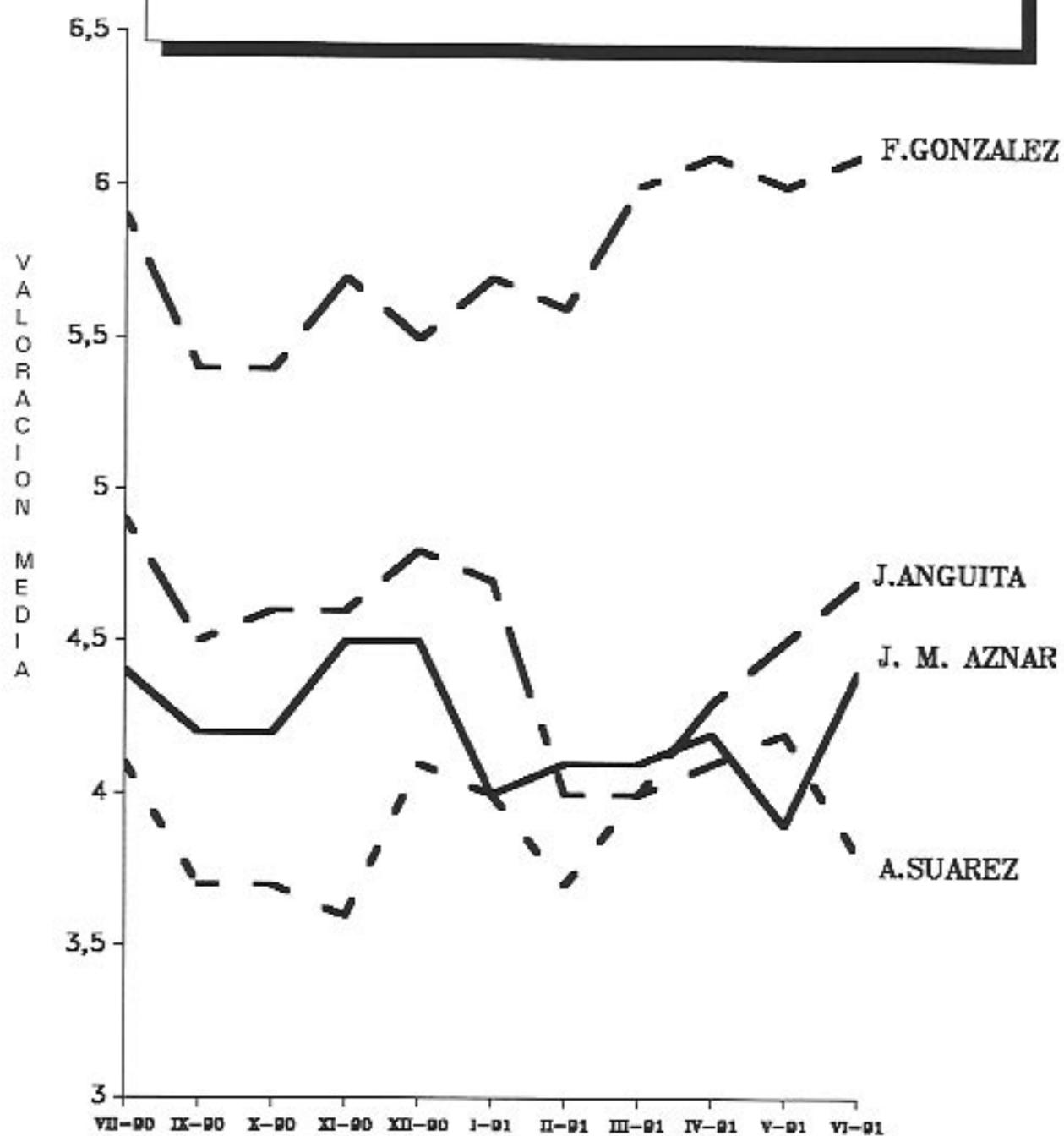
EVOLUCION DE LOS INDICADORES DE POSICIONAMIENTO IDEOLOGICO



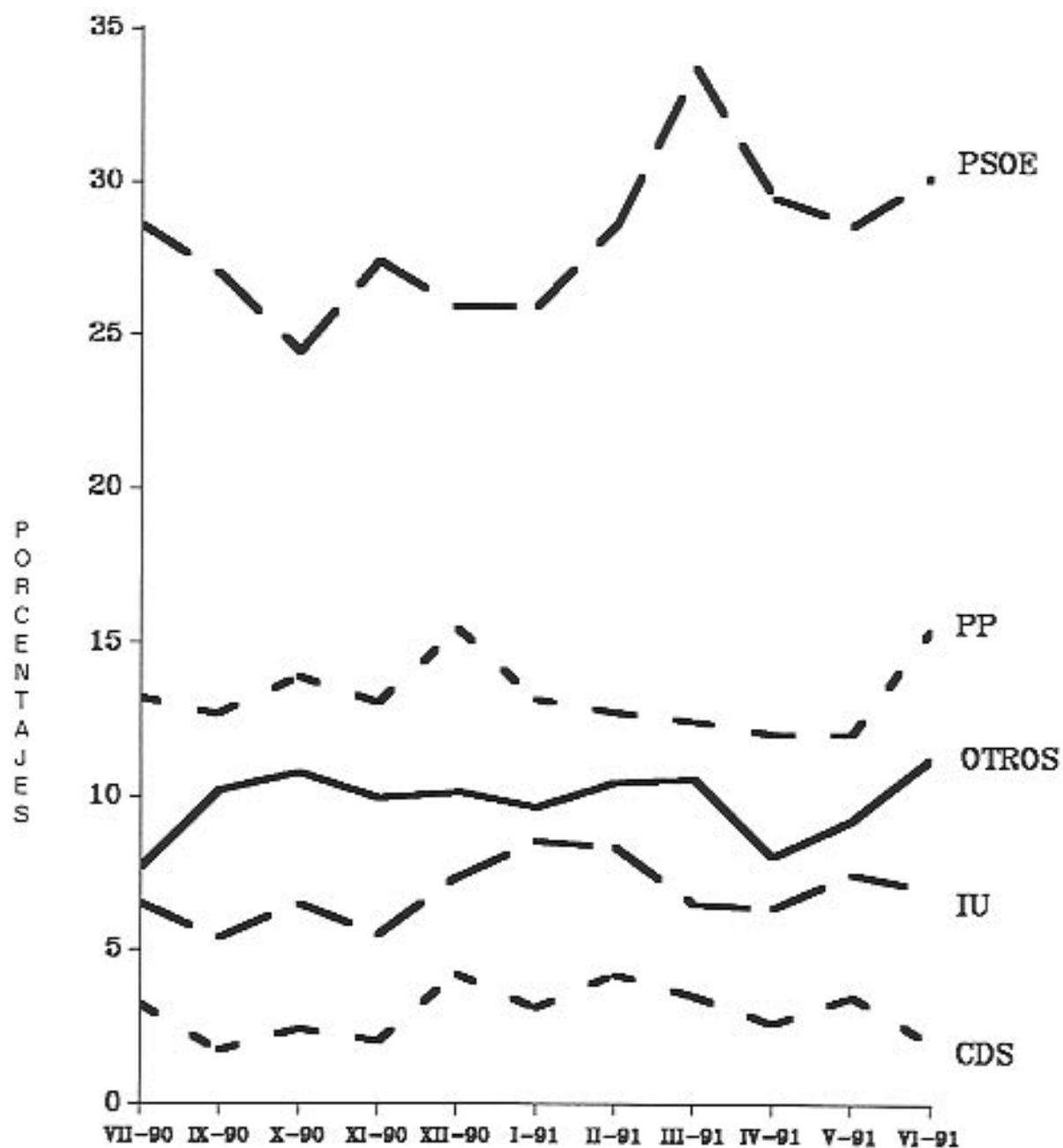
### VALORACION DE LAS INSTITUCIONES



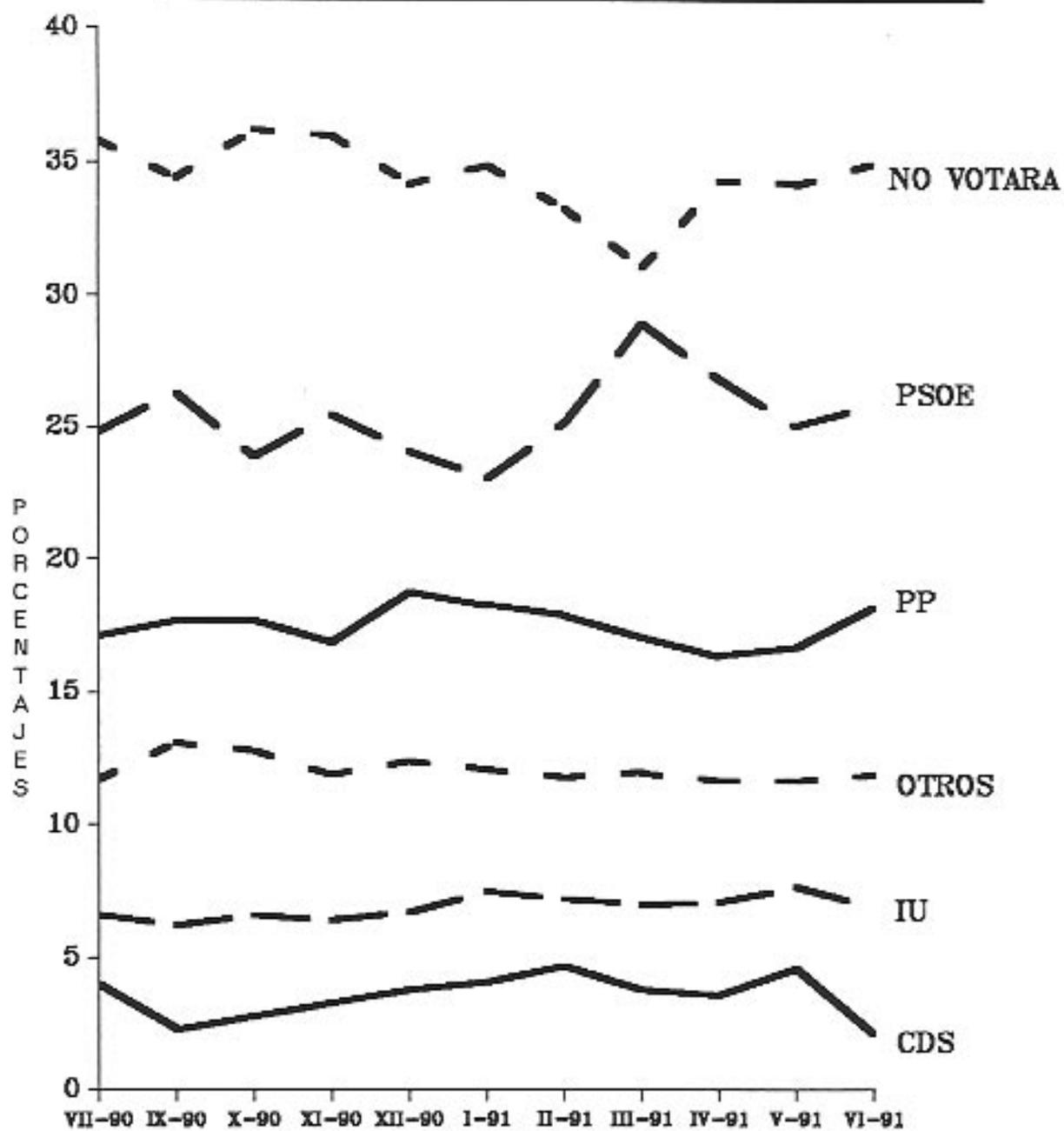
### VALORACION DE LOS PRINCIPALES LIDERES POLITICOS



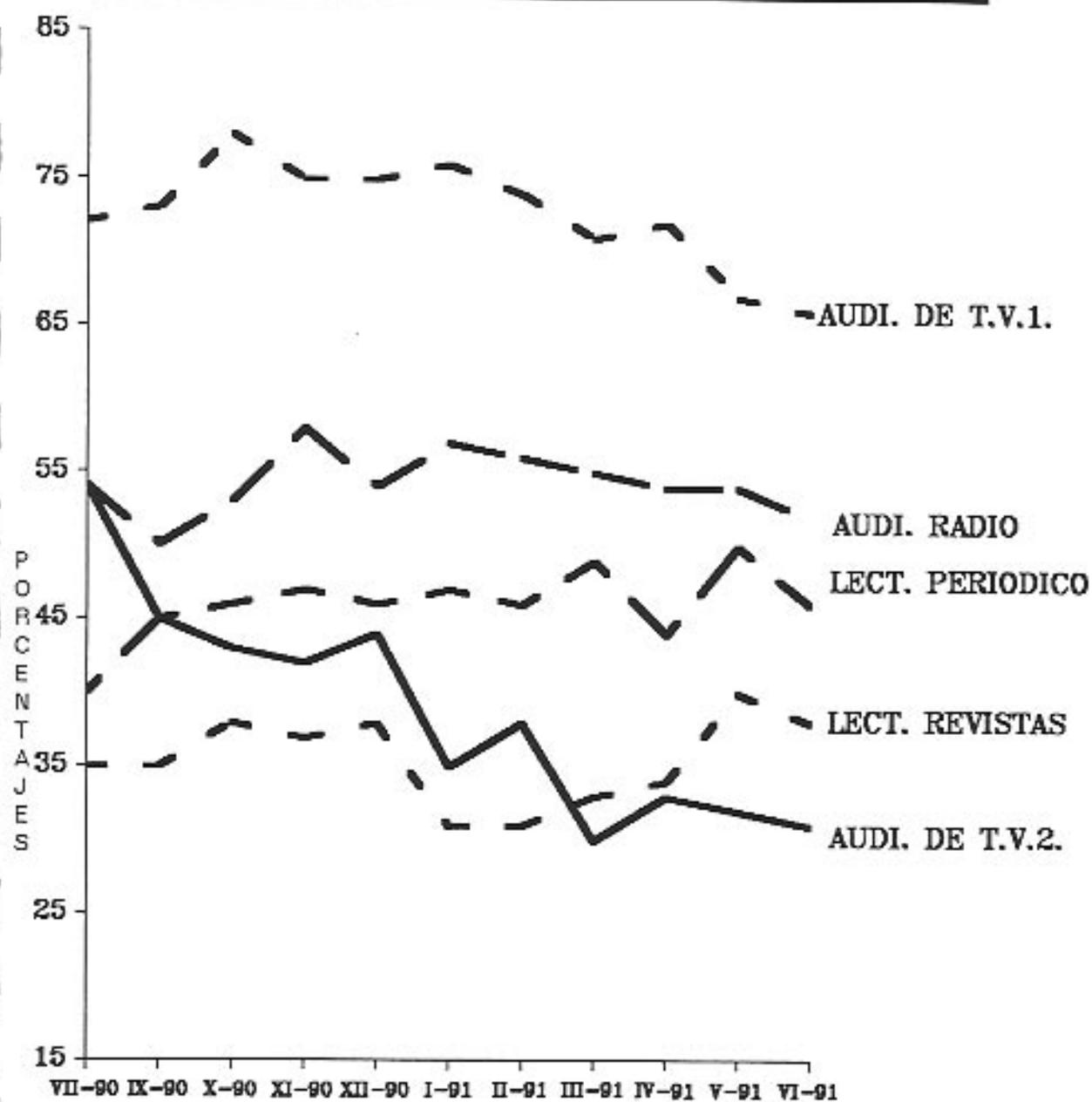
**INTENCION DE VOTO DIRECTA**



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 (IEI)
- 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 más 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.