

**ECO
CONSULTING**

Ayda. de Burgos, 12 - 28036 MADRID
Teléfono: 91 - 767 21 99 - Fax: 91 - 302 43 86



E-2243

INFORME METODOLÓGICO

**ESTUDIO SOCIOLÓGICO
CUALITATIVO SOBRE**

**"COYUNTURA DE OPINIÓN
SOCIOPOLÍTICA EN ESPAÑA"**

Para:

**CENTRO DE INVESTIGACIONES SOCIOLÓGICAS
(C.I.S.)**

Madrid, Abril, 1997

I - INFORME METODOLÓGICO

1. INTRODUCCIÓN

El informe que vamos a presentar recoge los resultados más destacados de un Estudio realizado para el C.I.S. sobre la "COYUNTURA DE OPINIÓN SOCIOPOLÍTICA EN ESPAÑA".

De acuerdo con el Pliego de Prescripciones Técnicas del Concurso, el Estudio debía llevarse a cabo mediante una metodología cualitativa, concretamente mediante la técnica del Grupo de Discusión.

El objeto del estudio, en síntesis, era conocer la "imagen que perciben los ciudadanos sobre la gestión de los asuntos públicos de competencia estatal y cuya responsabilidad recae en el Gobierno de la Nación", es decir, cómo se constituye la imagen del Gobierno actual, en base a qué elementos diferenciales y a qué peculiar estructura opinática, tratando de identificar los factores que inciden de forma más

notable en la valoración de las distintas parcelas de la acción de gobierno.

2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS DEL ESTUDIO

Aunque el carácter abierto y espontáneo de la metodología requerida para la investigación (cualitativa) dejaba un margen significativo para incorporar los distintos temas de estudio que los propios grupos pudieran producir en relación con nuestro objetivo central, el proyecto que ECO CONSULTING presentó a la convocatoria del concurso recogía los siguientes objetivos específicos como principales centros de interés de la investigación

Objetivos específicos de la información

- ◆ Situación política actual: Estado, Nación, Nacionalidades y CCAA
- ◆ Expectativas: lo que se esperaba de este Gobierno
 - Aspectos en los que se creía que iba a incidir, en el terreno de lo económico, de lo social y de lo político
 - ✎ Incidencia en los aspectos concretos más relevantes
- ◆ La acción de gobierno: lo que ha hecho hasta ahora, su **valoración y repercusión en la imagen**
 - En lo económico, en lo social y en lo político

☞ Incidencia en temas relevantes, como el terrorismo, las nacionalidades, las pensiones, lucha contra la corrupción, etc.

- ◆ Aspectos en el terreno de lo económico, de lo político y de lo social, en los que el Gobierno...
 - ... ha actuado o está actuando de forma satisfactoria
 - ... está actuando de forma insuficiente (cómo se interprete y cómo afecta a la imagen)
 - ... no está actuando y debería (interpretación y repercusión en la imagen)

- ◆ El grado de confianza / desconfianza en este Gobierno
 - Lo que se espera que haga (qué debería o no debería hacer)
 - Y lo que se espera que no haga (qué debería o no debería hacer)

- ◆ En el terreno de lo económico
 - Lo que se esperaba de este Gobierno (acciones concretas relevantes)
 - Lo que ha hecho o está haciendo: coherencia con lo que se esperaba, frenos justificables, lo no justificable (defraudaciones)
 - Lo que se espera que haga: su línea esperada de actuación

- ◆ Elementos de imagen: Poderes y Gobierno

«COYUNTURA DE OPINIÓN SOCIOPOLÍTICA EN ESPAÑA»

- Proyección de imagen en las distintas tareas de gobierno
- Empresarios / Sindicatos
- Europa/ La integración de España / Maastricht
- ◆ Figuras y representaciones del Gobierno
 - Valores que transmiten
 - ✎ Coherencia, Seguridad, Tranquilidad, Ilusión...
 - Percepción de la **comunicación** del Gobierno a los ciudadanos
 - ✎ ¿Se cree que hace más o menos de lo que transmite?
 - ✎ ¿Se cree que comunica bien? ¿mal?
- ◆ El pacto o los acuerdos de Gobierno con Nacionalista
 - Actitudes de los diferentes sectores de la opinión pública (reacciones de los sectores centralistas y regionalistas)
 - Repercusiones en la imagen del Gobierno
- ◆ ¿Cómo llegan las noticias, generalmente, a los distintos segmentos de la población? ¿a qué se le da más credibilidad?
 - Televisión, Prensa, Radio, Tertulias, Opiniones de personalidades "ajenas"...
 - Cómo llega a conformarse la imagen: cuáles son los elementos más

incidentes y determinantes.

- ◆ Debe-hacer: ¿Qué debería hacer el Gobierno de la Nación?
 - Urgentemente
 - En breve plazo
 - De cambio o transformación social

3. CRITERIOS DE DISEÑO DE LOS GRUPOS DE DISCUSIÓN

Aunque la propuesta de investigación contempla la técnica cualitativa, es evidente que ésta debía tener en cuenta el hecho diferencial de la diversidad regional, es decir, la variable Comunidad Autónoma. Y además, obviamente, la distribución de voto en las últimas Elecciones Generales, en las localidades, municipios o comarcas de donde se extraen las distintas muestras estructurales para los Grupos de Discusión.

Así que la tarea más importante en cuanto al diseño de la investigación fue ubicar convenientemente los Grupos, esto es, conseguir una adecuada dispersión al tiempo que una estructuración idónea de los componentes de dichos Grupos, sin olvidar la obligada y equilibrada homogeneidad intragrupo, necesaria para que se establezca el discurso, pero que tampoco prejuzgara el consenso como pauta de inicio.

Universo discursivo

Hombres y mujeres de 30 a 70 años residentes en municipios característicos de modos de vida urbano y de comportamiento electoral típico o peculiar. La selección de estos municipios fue realizada teniendo en cuenta, entre otras cosas, las series de resultados electorales en las últimas Elecciones Generales.

Excluimos de nuestra propuesta a los más jóvenes y a los residentes en hábitat exclusivamente rural. Las diversas razones que así lo aconsejan se pueden resumir en dos:

- a) Hemos dado más importancia a lo intensivo frente a lo extensivo
- b) Tratamos de adecuar los medios a los fines, sin alterar éstos. Pretendíamos optimizar el esfuerzo económico.

Técnica

Grupos de Discusión o Reuniones de Grupo, cuyo fundamento se basa en la reproducción del discurso que atraviesa lo social, que se da en los segmentos sociales a los que pertenecen los componentes del Grupo.

Esta técnica consiste en reunir entre 7 y 10 personas seleccionadas según criterios previamente definidos, en un local o espacio "neutro", para elaborar un discurso sobre los temas o puntos que plantee el prescriptor o conductor del Grupo o bien que surjan en el transcurso de la reunión, por ser temas de interés y relevantes para los propios componentes. Los Grupos han tenido una duración aproximada de 1 ½ horas.

Estos discursos se graban después en cinta magnetofónica y posteriormente se

transcriben para su análisis. Estos documentos se entregarán al C.I.S. como Anexo al presente Informe.

Número de grupos

Se han realizado 17 Grupos de Discusión repartidos en toda la geografía nacional.

Formación de los Grupos

En la formación de los Grupos que hemos realizado se han tenido en cuenta criterios básicos, como:

- ◆ Homogeneidad ideológica electoral
 - Votantes conservadores
 - Votantes de Izquierda
 - Votantes de Coaliciones Nacionalista
- ◆ Circunscripciones con mayor número de escaños (al Parlamento de la Nación) y con diversidad de comportamiento electoral.
- ◆ Sexo y edad de los participantes
- ◆ Status social
- ◆ Rol familiar

Selección de los componentes de los Grupos

La selección de los participantes se ha llevado a cabo mediante una corta entrevista personal, con un breve cuestionario estructurado cuya única finalidad era que se cumplieran estrictamente las condiciones de pertenencia en cada Grupo, de acuerdo con las variables de estructura que se definieron para cada uno y que se detallan más adelante.

Localización de los Grupos^(*)

Según el estudio previo de los resultados electorales y teniendo en cuenta factores de estructura socioeconómica y demográfica, los municipios seleccionados fueron los siguientes:

- Madrid: Capital y Area Metropolitana (Móstoles y Pozuelo)
- Barcelona: Capital y Area Metropolitana (Hospitalet)
- Andalucía: Las tres capitales más grandes y una ciudad media, relacionada con el sector agropecuario (Sevilla, Málaga, Córdoba y Lucena)
- Galicia: Las capitales grandes de costa (La Coruña y Vigo)
- Levante: en Valencia, Elche y Murcia

^(*) Excluimos el País Vasco por las peculiaridades que presenta esta comunidad ante el tratamiento de la cuestión política

«COYUNTURA DE OPINIÓN SOCIOPOLÍTICA EN ESPAÑA»

En el siguiente cuadro adjuntamos los resultados de las Elecciones Generales de 1996 en cada uno de los Municipios donde se han realizado los Grupos.

ELECCIONES GENERALES '96

MUNICIPIO		PP	PSOE	IU	OTROS
Madrid	(%)	52,7	29,2	15,1	
Móstoles	(%)	42,4	34,7	19,7	
Pozuelo	(%)	67,0	20,3	9,4	
Barcelona	(%)	22,7	34,4	7,7	29,7 (CiU)
Hospitalet	(%)	19,6	49,1	12,8	15,0 (CiU)
Sevilla	(%)	38,8	42,3	12,9	
Málaga	(%)	44,1	34,1	17,6	
Córdoba	(%)	42,0	31,0	23,2	
Lucena	(%)	31,2	52,2	12,5	
Vigo	(%)	45,0	29,1	7,0	16,6 (BNG)
La Coruña	(%)	46,2	33,4	5,9	12,2 (BNG)
Valencia	(%)	47,6	30,4	13,0	
Murcia	(%)	55,9	31,1	11,2	
Elche	(%)	43,2	42,4	10,5	

4. COMPOSICIÓN DE LOS GRUPOS DE DISCUSIÓN, LUGAR Y FECHA DE REALIZACIÓN

RG.1: Madrid - 24 de febrero (Oficina de ECO)

Tendencia conservadora. Varones y cabezas de familia de 41 a 55 años y de status medio-alto o medio-medio. Ocupación: pequeño empresario (comercio u hostelería) y directivos asalariados.

RG.2: Pozuelo (Madrid) - 25 de febrero (Oficina de ECO)

Tendencia conservadora. Mujeres de 35 a 45 años que trabajan fuera del hogar, de status medio o medio alto (con cónyuges también trabajando como asalariados altos o pequeña empresa).

RG.3: Móstoles (Madrid) - 4 de marzo (Oficina de ECO)

Tendencia de izquierda. Hombres, cabezas de familia, de 30 a 40 años, asalariados "especialistas". Trabajando (70%) y en paro reciente (30%).

RG.4: Barcelona - 24 de febrero (Oficina de ECO CONSULTING)

Tendencia conservadora. Varones de 45 a 55 años. Empresarios o directivos de empresas; nacidos en Cataluña; Cabezas de Familia.

RG.5: Barcelona - 24 de febrero (Oficina de ECO CONSULTING)

Tendencia nacionalista. Varones, de 40 a 50 años, pequeños empresarios, profesionales liberales o directivos. Status medio-alto. Cabezas de familia.

RG.6: Hospitalet (Barcelona) - 6 de marzo (Oficina de ECO CONSULTING)

Tendencia de izquierda. Mujeres de 35 a 45 años, trabajadoras fuera del hogar. Status medio-medio.

RG.7: Sevilla - 26 de febrero (Oficina de ECO Sevilla)

Tendencia conservadora. Varones de 41 a 55 años, de status medio-medio, cabezas de familia.

RG.8: Málaga - 26 de febrero (Hotel Málaga Palacio)

Tendencia conservadora. Mujeres de 35 a 45 años, amas de casa de status medio-medio.

RG.9: Córdoba - 12 de marzo (Hotel Los Gallos)

Tendencia de izquierda. Varones de 30 a 40 años, asalariados, casados, con hijos. Status medio-medio bajo.

RG.10: Lucena (Córdoba) - 11 de marzo (Cafetería local)

Tendencia de izquierda. Varones de 35 a 45 años. Trabajadores asalariados del campo o agricultores sin empleados.

RG.11: Vigo (Pontevedra) - 6 de marzo (Hotel Bahía de Vigo)

Tendencia de izquierda y de izquierda-nacionalista. Mujeres de 30 a 39 años. Universitarias (o similar) solteras o casadas sin hijos. Trabajando (50%) y buscando trabajo o queriendo cambiar de trabajo (50%).

RG.12: La Coruña - 28 de febrero (Hotel Riazor)

Tendencia conservadora. Varones de 40 a 50 años. Pequeños empresarios o asalariados nivel directivo. Cabezas de familia.

RG.13: Valencia - 4 de marzo (Hotel Astoria)

Tendencia de izquierda. Mujeres amas de casa, de 40 a 50 años, de status medio-medio.

«COYUNTURA DE OPINIÓN SOCIOPOLÍTICA EN ESPAÑA»

RG.14: Valencia - 25 de febrero (Hotel Astoria)

Tendencia conservadora. Varones de 35 a 45 años. Comerciantes o pequeños empresarios. Cabezas de familia

RG.15: Elche (Alicante) - 4 de marzo (Hotel Huerto del Cura)

Tendencia de izquierda. Mujeres casadas, de 30 a 40 años, trabajadoras asalariadas en industrias de la zona, de status medio-bajo.

RG.16: Murcia - 26 de febrero (Hotel Meliá 7 Coronas)

Tendencia conservadora. Varones de 45 a 55 años. Comerciantes o pequeños empresarios, cabezas de familia.

RG.17: Madrid - 27 de febrero (Oficina de ECO)

Votantes conservadores. Varones de 50 a 70 años de edad y de status medio medio-medio bajo. Jubilados y obreros especializados.