

XVIII Curso Internacional de Defensa

# Medios de Comunicación y Operaciones Militares



Jaca, del 27 de septiembre al 01 de octubre de 2010

ORGANIZA



COLABORAN



CAJA INMACULADA



MINISTERIO DE DEFENSA

# Índice

---

	<u>Página</u>
Presentación .....	13
Conferencia de Inauguración: «La Comunicación de la Defensa en la era de las Misiones de Paz»: <b>D. Juan Carlos Villamía Ugarte</b> .....	15
Ponencias del Área n.º 1: Un deber, un derecho, una responsabilidad .....	31
«El Derecho y el Deber a la Información» <b>D. Rafael Calduch</b> .....	33
«El Poder y los Medios de Comunicación Social» <b>D. Ángel Expósito</b> .....	49
Ponencias del Área n.º 2: Los Medios de Comunicación y las Fuerzas Armadas .....	61
«La Estructura de la Comunicación en las Fuerzas Armadas» <b>D. Manuel Carlos Rodríguez</b> .....	63
«Militares y Periodistas, una relación compleja» <b>D. Manuel de Ramón</b> .....	77
«Opinión Pública, Medios de Comunicación y Fuerzas Armadas» <b>D. Juan Díez Nicolás</b> .....	89
Ponencias del Área n.º 3: La Comunicación en las Operaciones .....	113
«La Comunicación Estratégica» <b>D. Pedro Baños Bajo</b> .....	115
«Corresponsales de Guerra, al filo de la noticia» <b>D. Alfonso Bauluz de la Iglesia</b> .	133
«Las Operaciones Psicológicas y la gestión de la información en las Operaciones» <b>D. Daniel T. Kuehl</b> .....	145
Ponencias del Área n.º 4: Operaciones en curso y Medios de Comunicación .....	155
«El Líbano y el Conflicto de Oriente Medio» <b>D. José Luis Puig-Terrero Valero</b> .....	157
«La información en el Laberinto Afgano» <b>D. Alberto Corres Zubeldía</b> .....	181
«Otras Misiones Internacionales» <b>D. Rafael Moreno Izquierdo</b> .....	197
Ponencias del Área n.º 5: Seguridad Nacional y Comunicación Pública .....	209
«Guerra y Paz en un Mundo de Redes» <b>D. Manuel Castells</b> .....	211
«Comunicar Seguridad desde el CNI» <b>D. Sergio Sánchez Benítez</b> .....	223
Conferencia de Clausura: «El Terrorismo en los Medios de Comunicación» <b>D. Pablo Martín Alonso</b> .....	233

# **OPINIÓN PÚBLICA, MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y FUERZAS ARMADAS**



**D. JUAN DÍEZ NICOLÁS**  
**Catedrático Emérito de Sociología**  
**Universidad Complutense de Madrid**

# OPINIÓN PÚBLICA, MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y FUERZAS ARMADAS

**D. JUAN DíEZ NICOLÁS**  
**Catedrático Emérito de Sociología**  
**Universidad Complutense**

No es la primera vez que he tenido el placer de venir a estos cursos; creo que es la segunda, pues la primera fue en el 2006. Además soy colaborador asiduo del CESEDEN, de la ESFAS desde su fundación, y del CESEDEN prácticamente también casi desde su fundación, lo que me ha permitido ser testigo de la evolución de las Fuerzas Armadas no solamente a través de las investigaciones, sino en el trato personal, puesto que imparto varias conferencias al año en esos centros y anteriormente en las diferentes academias y en el CESEDEN, antes de la fundación de la ESFAS. Por tanto es para mí una satisfacción estar otra vez en estos cursos colaborando modestamente con esta intervención sobre la relación entre los tres temas que me han puesto para el título de mi intervención: Opinión Pública, Medios de Comunicación y Fuerzas Armadas. Y sin más, vamos a pasar a la presentación.

## LA OPINIÓN PÚBLICA

Aunque el término «opinión pública» parece ser muy reciente (todo el mundo recuerda a Walter Lippman y su famosa obra sobre *Opinión Pública* publicada en 1922), lo cierto es que la preocupación por la opinión pública ha estado siempre presente, de una forma o de otra, en todos los que han tenido responsabilidades políticas o similares. No olvidemos que la propia Iglesia Católica siempre ha prestado una gran importancia a la propaganda, y desde 1622 estableció su congregación «Propaganda Fide». La propaganda siempre ha tenido como objetivo influir sobre la opinión; ahí estaban las iglesias y las catedrales, cuando no había Internet, cuando no había televisión, cuando no había ni siquiera radio, ahí estaban los clérigos dando y transmitiendo los mensajes desde el

púlpito, que fueron las primeras manifestaciones que podemos recordar de cómo se enviaban los mismos mensajes a grandes colectivos, de manera que muchas veces el mismo mensaje era repetido en todas las iglesias que había repartidas por el mundo (una práctica que incluso en la actualidad sigue vigente, si no para todo el mundo, sí para todo un país o región). La Alemania nazi y, en general, todos los sistemas totalitarios han hecho un uso extensivo de la propaganda. En otras palabras, el uso de la comunicación para influir sobre la opinión pública ha estado presente siempre, en todas las sociedades, aunque ahora esté más formalizado y cuente con instrumentos de comunicación mucho más potentes.

No les voy a aburrir con las definiciones de opinión pública. Me remito a las dos que más frecuentemente se citan, la de Daniel Katz (que señala tres criterios para evaluar los estados de opinión: conocimiento, convicción y significación), y la de Lane y Sears (que mencionan nueve dimensiones de una opinión: dirección, intensidad, contexto, estabilidad, contenido informativo, organización con otras opiniones, consistencia, componente de acción política, e importancia). En definitiva, cuando se estudian los estados de opinión hay que ver en qué medida esos estados de opinión son o no generalizados, hay que ver hasta qué punto hay conocimiento y hay convencimiento y cuál es la fuerza de esas opiniones. Hay muchas veces que tenemos una opinión, pero si alguien nos dice lo contrario contestamos: «¡ah!, pues a lo mejor llevas razón», y otras veces nos aferramos a la opinión que hemos expresado en primer lugar. Estos aspectos deben tenerse en cuenta, pero no me voy a detener en ellos.

Pero sí quiero insistir en el doble gráfico que expongo aquí, en el que se muestra que, teóricamente, para que haya opinión pública tiene que haber obviamente información, nadie tiene una evaluación, nadie tiene una opinión, sobre algo que desconoce. Tiene que conocerlo aunque sea sin conocerlo realmente, físicamente. Uno puede tener una opinión sobre Japón aunque nunca haya estado allí, pues ha leído, ha oído, le han llegado informaciones sobre Japón.

Una vez que se ha recibido información se puede tener ya una opinión y pensamos que el proceso es un proceso lógico. Es decir, primero viene el conocimiento, la infor-

**Gráfico 1**  
**Dos procesos en la formación de opiniones, el teórico y el real**

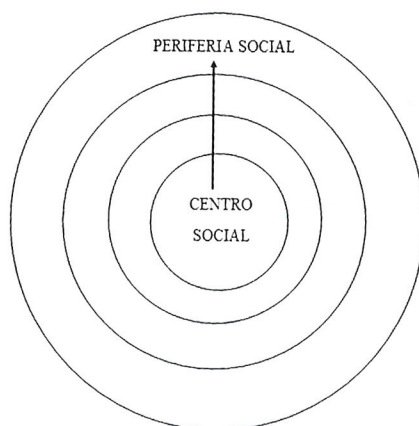


mación, luego viene la reflexión, la evaluación (esto es bueno o es malo), y luego viene ya la opinión. Desgraciadamente la mayoría de la veces, lo que uno adquiere junto con la información es la evaluación, y nos saltamos el proceso de reflexión. Muchísimas veces se cae en el error de adoptar una opinión positiva o negativa sobre algo sin, realmente, haber reflexionado sobre el tema, sin haber visto los pros y contras, sin haber visto las distintas perspectivas; es muy cómodo, y no digamos con los medios de comunicación actuales, que nos meten la información, por así decirlo, a empujones. Yo vengo acuñando desde hace algún tiempo la frase de que «cuanta más comunicación menos información», y que me perdonen los que son expertos en la comunicación.

En estos momentos probablemente tenemos un exceso de comunicación que nos llega de todas partes, pero comunicación e información no son sinónimos, son dos tareas muy diferentes. El que informa, como el que investiga, busca la verdad, tanto si llega a ella como si no. Los que informan a lo mejor se equivocan al buscar la verdad, y los investigadores nos equivocamos muchísimas veces, pero nuestro propósito, declarado o no, es buscar la verdad. El comunicador en su rol, en su papel social, no incluye la búsqueda de la verdad. El comunicador tiene que comunicar lo que otro le dice que comunique, me da lo mismo que sea una empresa comercial, que sea un político, que sea un ideólogo. Es decir, para ser un buen profesional, el comunicador tiene la obligación de comunicar lo mejor posible lo que le han dicho que comunique. El que presenta un detergente y dice: este detergente es el que lava más blanco, no tiene en su cometido profesional el saber si ese detergente lava más blanco o no. Lo que se le exige para ser un buen comunicador es que nos convenza de que es el que lava más blanco, con independencia de sus propiedades reales. El investigador en cambio o el informador, si dice «éste detergente es el que lava más blanco» es porque ha investigado, y cree de verdad, y ha verificado, que es el que lava más blanco, y si no lo ha verificado es que es un mal investigador o informador. Por tanto, tampoco hay que culpar al comunicador. El comunicador cumple su función profesional, pero los demás tenemos que ser muy conscientes de que la comunicación no es información, es comunicación.

Dicho eso, podemos decir que la mayor parte de la opinión pública se ha adquirido sin la correspondiente evaluación. Una de las teorías que mas me gustan al hablar de opinión pública es la que esbozó el profesor Johan Galtung, que fue fundador del Instituto de Estudios sobre la Paz en Oslo, a finales de los 50's o principios de los 60's. Galtung sigue vivo, es ya octogenario, tan vivo que tiene una casa en Alfaz del Pi, en Alicante, y sigue siendo muy activo, tan activo que es una persona que se dedica a la mediación en conflictos nacionales e internacionales, posiblemente también en España. En cualquier caso, ha participado en actividades de mediación en muchos otros conflictos por todo el mundo, de manera que, como mediador, es una persona incansable. Su teoría, la teoría centro periferia, nos dice que en la sociedad hay ciertas posiciones sociales (no individuos) que son mas recompensadas socialmente, y otras posiciones sociales menos recompensadas (en términos no solo de ingresos, sino de prestigio, de poder, de capacidad de influencia sobre los demás, etc.). Las más recompensadas constituyen lo que llamaríamos el centro social y básicamente podemos ver que la periferia social está integrada por los que ocupan las posiciones menos recompensadas: bajo nivel educativo, bajos ingresos, ocupaciones manuales, viviendo en núcleos rurales y no urbanos o metropolitanos, etc.

**Gráfico 2**  
**La difusión de los nuevos valores sociales, desde el centro a la periferia**



De una manera global (no voy a entrar ahora en la medición o en cómo se hace la instrumentalización de los conceptos de centro y periferia), el centro y la periferia sociales difieren en casi todo. Los de centro social tienen una participación social alta mientras que la periferia social tiene una participación más baja, pero sobre todo porque hay más conocimiento y por tanto más opiniones en el centro social, es más emisor de opiniones. Es decir, los de centro social tienen más conocimientos y por tanto tienen más opiniones, y como tienen más opiniones, comunican más, son emisores, mientras que la periferia social es más receptiva, más pasiva. El centro suele hacer evaluaciones diferenciales, con muchos matices, mientras que la periferia, generalmente, hace evaluaciones globales: las cosas son buenas o malas, no hay matices, no hay grises, esto es bueno o es malo. Centro y periferia sociales difieren en casi todo, incluso en la internalización de los nuevos valores, de las nuevas directrices. En general los nuevos valores sociales, las nuevas actitudes, las opiniones, se transmiten desde el centro a la periferia. Creo que no me equivocaría si dijera que el 99,9% de los que están en esta sala forman parte del centro social, aunque no se lo crean. Todos los que estamos aquí formamos o formaremos parte de ese 2 ó 3% de la población española que constituye el centro social. Llevo estudiando esto desde el año 1965 y he podido comprobar que en todas las sociedades hay un 2 ó 3% de la población que constituye el centro social, y aunque no se lo crean, todos (o casi todos) los que estamos aquí formamos parte de esa minoría del 2 ó 3% de la población española que puede considerarse centro social, ocupando posiciones de emisión, de conformadores de opinión de la gente que nos rodea. Con frecuencia me preguntan: «¿entonces usted niega que haya nuevos valores, nuevas ideas, que surjan en la periferia social?» No, en absoluto, lo que pasa es que para que estos nuevos valores o ideas se difundan a toda la sociedad, se requiere que los nuevos valores o ideas sean adoptados por algún segmento del centro social que los respalde y ayude a ser difundidos al conjunto de la sociedad. Siempre pongo el ejemplo de la minifalda, de Mary Quant, en el sentido de que para que la minifalda se extendiera como se extendió en tan poquísimo tiempo tuvo que haber algún segmento del centro social que la adoptó y respaldó.

Incluso en el origen del cristianismo hubo grandes tribunos y grandes personas instaladas en el poder que respaldaron a la nueva religión, pues de otro modo no habría pasado de ser una secta como tantas de las que hubo en aquellos tiempos, y probablemente habría desaparecido. Se requirió el respaldo de un segmento del centro social, y afortunadamente el centro social no es ideológicamente homogéneo, no es todo de derechas o todo de izquierdas, sino que es enormemente heterogéneo, y máxime en sociedades abiertas y más democráticas como es la española actual, pero incluso antes de la transición, el centro social en España tenía gente ideológicamente muy diversa. Si aceptamos eso, nos damos cuenta (y eso he podido verificarlo empíricamente con datos procedentes de la Encuesta Mundial de Valores), de que existen grandes diferencias entre las opiniones de las elites, de las minorías de centro social, y las opiniones que existen en las mayorías, en las masas, en los públicos, como se les quiera denominar, lo cual plantea grandes problemas a los partidos políticos, pues, ¿a quién se dirige uno?, ¿a quién quiere uno catequizar?, ¿a las minorías o a las masas? En las democracias cada hombre o mujer es un voto, y por tanto parecería que los partidos deben dirigirse a las mayorías, a las masas, pero si las masas son más receptivas que activas, habrá que dirigirse a los líderes de opinión, buscando un equilibrio (que no puede ser contradictorio) entre el discurso que se transmite a las minorías y el que se transmite a las masas, equilibrio que nunca es perfecto. Por eso, afortunadamente también, se producen tensiones y conflictos entre los dos tipos de discurso, y gracias a eso no estamos sometidos al Gran Hermano de Orwell, (al menos todavía).

Comparando sociedades en el Mediterráneo norte es decir los países europeos, con los del Mediterráneo sur, los países del norte de África, es decir los países árabes, he podido comprobar que los valores de las elites tanto de los países desarrollados como de los no desarrollados, comparten casi los mismos valores. Al comparar a los centros sociales europeos y árabes las únicas diferencias que se observan, y no muy grandes, se refieren a los valores religiosos: el Islam frente al Cristianismo en sus diferentes versiones, Católico, Protestante, Ortodoxo, y en temas familiares que van muy vinculados a los valores religiosos, sobre todo en lo que respecta al papel social de la mujer. Estas son las principales diferencias, y como digo, entre ambas elites se trata de diferencias muy sutiles. Cualquiera de los que están aquí, que va a reuniones internacionales, (y no me refiero solo a los militares, que están continuamente en contacto con sus iguales en otros países) sabe que nos entendemos perfectamente con nuestros colegas de cualquier lugar del mundo. Yo voy a los congresos de sociología, donde me encuentro con colegas de África del Sur, de Tailandia, de países muy desarrollados y otros poco desarrollados, y hablamos el mismo lenguaje, hemos leído los mismos libros, manejamos Internet, tenemos móviles, pues la globalización lo es sobre todo para las elites, porque compartimos los mismos o muy similares estilos de vida y valores sociales, con escasas excepciones. La diferencia entre los valores de las elites y las no-elites en los países desarrollados es menor que en los países menos desarrollados, fundamentalmente por la democratización y por el incremento de niveles y estándares de vida. Las diferencias entre elites y no-elites es mayor en los países menos desarrollados, y ello es peligroso porque se puede producir un abismo muy grande entre elites y no-elites, como se observa en muchos países árabes, y muy particularmente en Marruecos (un país que conozco bastante bien por visita y por



investigación) en el que se puede producir un distanciamiento social importante, una ruptura, un abismo, entre los estilos de vida y los estilos de pensamiento de las elites y de las masas. Este abismo es mucho menor en países como Alemania, como España, como Francia, como Inglaterra, pero la mayor diferencia se encuentra al comparar las no-elites de países desarrollados y las de los no desarrollados.

Uno de los principales objetivos de la Encuesta Mundial de Valores es justamente analizar el cambio que se ha producido en unos valores llamémoslo materialistas, valores propios de economías y sociedades de subsistencia, de escasez, como era la España de los años 40 y sobre todo la España preindustrial del Siglo XVIII y XIX en las que la mayoría de la gente tenía como principal preocupación la de cómo sobrevivir hasta la mañana siguiente. Toda la novela picaresca española demuestra que el problema de comer no era un problema resuelto para toda la población. Casi como los pajaritos había que buscar el alimento día a día. Hoy en día el estado de bienestar nos ha proporcionado a las sociedades más desarrolladas, las sociedades surgidas después de la segunda guerra mundial, un estado de bienestar que se ha generalizado, de manera que la mayor parte de la población tiene sus necesidades fundamentales cubiertas, y por eso nuestra preocupación fundamental no es ya cómo sobrevivir, sino que importa más el tema de las relaciones con amigos o las cuestiones estéticas, importa más la protección del medio ambiente que el desarrollo económico, pero no porque no importe el desarrollo económico sino porque el desarrollo económico se da por descontado. Las juventudes actuales dan por descontado que alguien les va a proporcionar su educación (algo que no estaba garantizado en los años 40's), que alguien les va a proporcionar la asistencia sanitaria (hasta los inmigrantes no documentados tienen su tarjeta sanitaria para tener atención sanitaria gratuita). Ahora no es que no nos preocupe lo material, es que lo material pensamos que lo tenemos resuelto. Nadie piensa donde va a dormir esta noche (digo en el buen sentido, no se me malinterprete), o si tendrá para comer, nos importa eso y nos importa la libertad de expresión, pero a la persona que no sabe, que tiene problemas, que está en el paro, etc., lo de la libertad de expresión le preocupa bastante poco. Apenas hay diferencia en la pauta del cambio de valores en distintos países, desde los valores de escasez o de subsistencia (valores «materialistas») a los valores de auto-expresión («post-materialistas»).

Si pasamos ahora ya a la cuestión de la información y la comunicación, se puede ver la importancia que tiene el proceso denominado «agenda setting», es decir, el proceso de establecer la agenda de lo que se transmite a través de los medios de comunicación. ¿Quién marca la agenda? ¿Quién dice de que se habla? Después de cada elección general en España desde 1993, es decir, después de las elecciones de 1993, 1996, 2000, 2004 y 2008 he hecho análisis de contenido de los medios televisivos, porque luego veremos que son los canales de TV nacionales los que más influyen en la población. Desde que se anuncian las elecciones hasta el día mismo de las elecciones, y durante varios meses se graban y analizan todos los telediarios de las cadenas nacionales, el del mediodía, el de la tarde y de la noche (que a veces se ofrece a las tres o las cuatro de la madrugada). Haciendo un análisis de contenido se ha podido comprobar cómo efectivamente hay sesgos, es decir, como cuando gobierna un partido los medios de comunicación oficiales favorecen a ese partido descaradamente y de manera visiblemente

significativa. Y como cuando gobiernan los que estaban en la oposición ocurre lo mismo. Hay una influencia decisiva sobre lo que se dice y lo que se transmite. Y eso a pesar de todas las regulaciones que hay sobre campañas electorales. Pero es que la campaña electoral solo dura dos semanas, mientras que el periodo de campaña preelectoral dura más de dos meses desde que se anuncian las elecciones. Incluso ahora estamos en campaña permanente, pues desde el día siguiente de celebrarse unas elecciones ya están los partidos políticos, todos, no me refiero ni a uno ni a otro, sino a todos, haciendo campaña electoral hasta cuatro años después. Estamos en campaña permanente de imagen.

En las elecciones de 1993 y 1996 una buena parte de las noticias que se transmitían en los telediarios, tanto en los canales públicos como en los privados, eran políticas, pero la información política ha ido desapareciendo, y aquí hay periodistas, informadores y comunicadores que creo no me llevarán la contraria, pero luego pueden hacerlo durante el coloquio. El análisis demuestra que ahora lo que tenemos mayoritariamente son las noticias denominadas «de interés humano». Este fenómeno empezó en EEUU, y representa la manera más fácil de desinformar o de no informar a la sociedad. Pondré un ejemplo. Todos hemos visto en televisión, en un telediario que cuesta mucho dinero, en el que cada minuto cuesta mucho dinero, que un gato se subió a un árbol y el pobre niño propietario del gato, desconsolado, espera que sea rescatado por los bomberos. Durante varios minutos la noticia se dedica al rescate del gato, con el entrevistador de turno preguntando a los vecinos si el niño estaba muy triste, etc. ¿Somos conscientes de verdad de que esto lo estamos pagando con nuestros impuestos? Todas esas informaciones de interés humano en los telediarios sustituyen a la información política, impiden que se ofrezca un buen informe sobre lo que está pasando en Oriente Medio, sobre lo que está pasando con las finanzas. Cada noticia que se incluye en un telediario está impidiendo la presencia de otras noticias, cada minuto que se gasta en informar sobre algo evita que se dedique a otra información. Porque, además, casi toda la información ha pasado de ser información de contenido a ser información sobre las personas, o dicho vulgarmente, sobre cotilleo, es decir la denominada información «del corazón» no está solamente en los programas «del corazón».

Yo no soy ya muy aficionado al fútbol, pero lo fui cuando era joven. Me gusta el deporte y lo sigo practicando pero he sido poco observador del deporte, he sido más practicante y me ha gustado más practicar que mirar. Voyeur de deportes no es lo mío. Pero en la información deportiva, ¿hay información sobre la estrategia que ha seguido un equipo de fútbol? Yo me acuerdo todavía de los comentarios sobre la estrategia de la WM de la que se hablaba cuando yo era joven. Pero, ¿dónde están ahora los análisis de las estrategias que siguen los equipos? En ningún sitio. De lo que se habla es de las novias de los jugadores o de las cifras de los contratos y primas. Esa es la información deportiva, la de los fichajes, la de los rumores, la de los cotilleos y la de las lesiones, pero información deportiva no hay. Había mucho más cuando el Sr. Escartín comentaba el fútbol. Pero eso mismo ocurre con la política. Ya no hay información política, hay información sobre los políticos. Pero información política de verdad para que el ciudadano se pueda formar un juicio sobre las cuestiones importantes y pueda reflexionar antes de evaluar, como antes decía, cada vez menos. Por supuesto es importante también el

silencio informativo, pues si algo no aparece en los medios no existe. De manera que, actualmente y en relación con las cuestiones realmente importantes para los ciudadanos, la información es cero.

Veamos ya algunas cuestiones más concretas. Yo llevo desde el año 86 haciendo un estudio mensual de opinión pública, con una muestra nacional representativa de la población de 18 y más años, y entrevistas cara-a-cara, ni teléfono, ni Internet, cara-a-cara en el domicilio del entrevistado. Que yo sepa solamente el CIS y ASEP continuamos habitualmente haciendo los estudios mediante entrevista personal en el hogar. No digo que nadie más lo haga, pero lo que predomina en la actualidad es la encuesta telefónica, pero no voy ahora a hablar de cuestiones técnicas.

Todos los meses pregunto sobre la imagen pública de instituciones y de personas. Todos los meses pregunto por cuatro instituciones fijas que son: la Corona, el Gobierno de la Nación, las Fuerzas Armadas y los Bancos, además de por algunas otras instituciones que varían cada mes. La inclusión de los Bancos se debe a que, afortunadamente, han sido mis clientes desde 1986, garantizando la posibilidad de hacer investigación medianamente objetiva, porque aunque no lo crean, los bancos lo que quieren saber es lo que va a pasar, pero les da lo mismo qué partido va a gobernar, lo que quieren es saber anticipadamente quién gobernará, pues el dinero no tiene color ni ideología, de manera que los Bancos lo que quieren saber es como es la realidad de verdad, para poder tomar sus decisiones. Pero aparte de estas instituciones fijas, pregunto cada mes por unas cuantas, y a lo largo del año pregunto por más de 40 instituciones.

Yo estudio siempre la imagen pública a través de tres dimensiones: la notoriedad, que es el porcentaje de personas que saben lo suficiente o creen saber lo suficiente sobre una institución o una persona para dar una opinión, dar una evaluación. El conocimiento que los individuos dicen tener sobre cada institución será mayor o menor, yo eso no lo sé, pero si los entrevistados opinan sobre alguna de ellas es porque creen que la conocen lo suficiente. No todo el mundo opina sobre la Corona, pero opina más del noventa por ciento. No todo el mundo opina sobre el Gobierno de la Nación, pero opina más del noventa por ciento. Sobre estas y otras instituciones similares opinan casi todos los españoles, pero siempre hay un porcentaje que no sabe, no contesta, porque aunque sepan de la existencia de la institución no la conocen o no creen conocerla lo suficiente como para opinar sobre ella. Con respecto a los ministros, la notoriedad de la mayor parte de los ministros no llega al cincuenta por ciento entre los mayores de 18 años, es decir, más de la mitad de los españoles no opina sobre los ministros porque no tiene ni idea de quienes son ni qué hacen. Sin embargo, opinan más del 90% sobre Felipe González, sobre el líder de la oposición Mariano Rajoy, sobre el Rey, sobre personajes realmente públicos. Pero la notoriedad de los ministros ha caído mucho desde otros tiempos.

La segunda dimensión es la valoración, y para los españoles (al menos hasta muy recientemente) la escala de evaluación más conocida y apreciada es la utilizada en las notas del colegio, de cero a diez puntos. A partir de cinco es aprobado y por debajo de cinco es suspenso; el cero es suspenso total.

Y la tercera dimensión es la dispersión opinática, que mide la dispersión de las valoraciones alrededor de la media aritmética. Una institución o persona puede recibir una valoración media de cinco puntos porque todos han opinado sobre ella asignándole un cinco, o porque la mitad le han dado un 10 y la otra mitad le han dado un 0. En ambos casos la media sigue siendo un 5. La dispersión opinática es una manera de comprobar en qué medida las diferentes opiniones están muy cerca de ese valor medio, o muy alejadas de ese valor medio. Para medir la dispersión opinática los estadísticos establecieron la desviación típica o la desviación estándar. Una dispersión opinática alta significa que hay opiniones muy variadas, unos valoran muy alto y otros valoran muy bajo. Una dispersión muy pequeña significa que todos han valorado más o menos de la misma manera. Muy alto, muy bajo o por la mitad. Pero que no hay una gran variación en las valoraciones.

**Tabla 1**  
**Ranking de Valoración de Instituciones**  
(Enero-diciembre de 2009)

1	Cruz Roja	7,7	23	Su Ayuntamiento	5,0
2	Los Médicos	7,3	24	La OTAN	5,0
3	ONCE	7,3	25	Los Diplomáticos	4,9
4	Caritas	7,0	26	El Tribunal Supremo	4,8
5	La Policía Nacional	6,4	27	El Senado	4,7
6	La Guardia Civil	6,4	28	Los Sindicatos	4,7
7	La Constitución	6,3	29	Las Organizaciones Empresariales	4,7
8	Las Fuerzas Armadas	6,1	30	El Congreso de los Diputados	4,6
9	Las PYME	6,0	31	Las grandes empresas	4,6
10	La Policía Municipal	5,8	32	El Con. Sup. del Poder Judicial	4,5
11	La Policía Autonómica	5,8	33	El Debate sobre el Estado de la Nación	4,5
12	La Corona	5,7	34	Los Tribunales de Justicia	4,4
13	La Unión Europea	5,7	35	El Fiscal del Estado	4,4
14	La ONU	5,5	36	Las Cajas de Ahorro	4,4
15	Los Militares	5,5	37	Los Jueces	4,3
16	El Defensor del Pueblo	5,4	38	El Gobierno de la Nación	4,2
17	La TV Pública de las CC.AA.	5,4	39	La Iglesia Católica	4,1
18	Los Funcionarios	5,4	40	Los Bancos	4,0
19	El Tribunal Constitucional	5,3	41	Los Partidos Políticos	4,0
20	La Televisión Española	5,3	42	El nuevo Estatuto de Cataluña	3,6
21	El Sistema Electoral español	5,1	43	Los Políticos	3,3
22	Los periodistas	5,1			

En la Tabla 1 se presenta solamente la valoración de instituciones, y ven ustedes que las tres instituciones más valoradas son la Cruz Roja, la ONCE y Caritas, y además

los médicos, ¿por qué? Pues porque son instituciones que nos proporcionan seguridad y asistencia, de manera que ¿quién va a estar contra ellas? Lo que hacen es socialmente bueno, pero luego, fíjense en la valoración de las Fuerzas Armadas y las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad, y tengo que decir esto sobre todo para los militares y para los miembros de Fuerzas y Cuerpos de Seguridad, les doy mi palabra de que yo no modificaría un dato por nadie. Me puedo equivocar, pero si me equivoco me equivoco solo, sin ayuda. El que salgan tan bien valoradas las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad (estatales, autonómicas e incluso locales) y las Fuerzas Armadas, se debe a que nos proporcionan seguridad frente a las posibles amenazas a nuestra integridad. Además, desde el año 1986 no he visto ningún cambio sustancial en estas valoraciones. Incluso cuando el Director General de la Guardia Civil estuvo escapado, reclamado por la Justicia y por la INTERPOL, etc., la imagen de la Guardia Civil no varió nada, no sufrió ningún cambio. La opinión pública diferenció muy bien entre lo que era el Director General, que era un político, y lo que era la institución, y esto ha ocurrido así en otras circunstancias y con otras fuerzas o cuerpos de seguridad. La opinión pública es mucho más lista, debido a lo que señalaba antes en relación con las evaluaciones globales. Para la sociedad en su conjunto las cosas son buenas o malas, sin excesivas matizaciones. Por la misma razón las evaluaciones pueden pasar de positivas a negativas en un breve espacio de tiempo, como hemos visto en relación con la imagen de personajes públicos. La buena imagen se gana con mucha dificultad y a lo largo de mucho tiempo, pero se pierde en un instante.

En relación con las Fuerzas Armadas la institución está mejor valorada, muy poco pero algo mejor, que los incumbentes, los militares. Pero los militares están mejor valorados que los funcionarios, los periodistas, los diplomáticos, que salen relativamente mal parados y además no una vez si no que lo he observado en otras ocasiones. Hay una estabilidad muy grande en la valoración de instituciones; dispongo de datos desde el año 1986, y apenas se observan diferencias de un año a otro. No voy a insistir en el farolillo de cola, el farol rojo de la clasificación: los políticos, los partidos políticos, el Estatuto de Cataluña, los Bancos, (que como se ha indicado son los que pagan la investigación, y que no reciben ningún trato de favor por mi parte, porque nadie recibe un trato de favor ni un trato de desfavor). Esto es lo que piensan los españoles, no lo que pienso yo. Esto es lo que piensa la sociedad española de 18 y más años. La Iglesia Católica ha perdido muchísima valoración a lo largo de los últimos 20 años, lo cual no es ni mucho menos algo que me guste, pero tampoco tengo por qué disgustarme, pues esto es lo que piensan los españoles. En otros años, en los 80's y los 90's estaba mucho mejor valorada, pero ha ido perdiendo valoración social. Si yo fuera responsable de la Iglesia tomaría muy buena nota de este dato, para ver qué está pasando y por qué.

Quiero también destacar la imagen de los periodistas. En otros países, periodistas y políticos están en la cola de la clasificación. Lo de los políticos españoles no es algo especial de España, ocurre en casi todos los países, en todas las democracias occidentales, no tienen buena prensa, no tienen buena opinión pública. Y los periodistas lo mismo, lo que ocurre es que en España los periodistas han tenido una muy buena imagen en la pre-transición y luego en la transición (acuérdense de su importante papel durante la noche del 23-F), lo que explica que todavía ahora sigan manteniendo una valoración mejor

que los políticos, aunque peor de la que tuvieron en los comienzos de la transición. Hace unos años los periodistas estaban mucho más cerca de la cabeza de la clasificación, pero ahora reciben un 5,1 de valoración, un aprobadillo raspado.

Antes les decía que hay diferencias en la valoración de cada institución según los diferentes segmentos sociales, de manera que casi todas las instituciones y personajes, salvo excepciones, son mejor valoradas por los de más edad. Los mayores somos mucho más generosos a la hora de evaluar que los jóvenes, que son más cicateros y todo lo valoran más bajo. Las principales diferencias se observan en razón a la edad, la ideología, el nivel educativo, etc.

## LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

En la Tabla adjunta se puede ver el uso que se hace de los diferentes medios de comunicación para informarse, comprobándose que los programas informativos de televisión son absolutamente omnipresentes frente a cualquier otro. Luego vienen los periódicos, de manera que todavía más de la mitad de los mayores de 18 años se informan por los periódicos, aunque esta proporción está disminuyendo. Tengo datos desde 1986, incluso antes con el CIS y aún antes con el Instituto de la Opinión Pública, y los datos confirman que ha ido disminuyendo la información que se busca en los periódicos, y que los adultos son los que en mayor medida siguen buscando la información en los periódicos. Los de 30 a 49 años y los de 50 a 64 años son los dos grupos que más información consumen a través de la prensa escrita. Estoy seguro de que a los expertos en comunicación estos datos no les añaden nada nuevo, porque los conocen perfectamente. Pero fíjense en las diferencias por posición social, es decir, en las diferencias entre el centro y la periferia sociales. Entre los del centro, de posición social alta, un 80% se informan a través de la prensa, y estos son los formadores de opinión. Por tanto, la prensa sigue teniendo una gran importancia porque los líderes de opinión, los que emiten sus opiniones, se informan mayoritariamente (alrededor del 80%) a través de la prensa. Y naturalmente también se informan a través de la televisión, como el resto de los ciudadanos.

**Tabla 2**  
**% de Entrevistados que se Informan a través de diferentes Medios**

DICIEMBRE 2009	Total	Periódico	Inform. Radio	Revistas	Inform. TV	Libros	Informes profundidad radio	Internet	Informes profundidad TV
<b>TOTAL</b>	<b>(1118)</b>	<b>54</b>	<b>43</b>	<b>25</b>	<b>90</b>	<b>26</b>	<b>16</b>	<b>27</b>	<b>30</b>
<b>Edad:</b>									
18 a 29 años	(258)	47	30	31	88	31	12	43	26
30 a 49 años	(411)	64	48	28	91	33	18	35	35
50 a 64 años	(217)	58	49	24	92	21	19	18	27
65 y más años	(232)	39	44	14	88	14	17	3	27

<b>Posición Social:</b>									
Baja	(364)	34	35	18	87	15	12	9	23
Media	(581)	58	45	27	91	27	17	30	30
Alta	(174)	80	55	36	93	46	25	54	41
<b>Ideología:</b>									
Izquierda	(475)	61	50	31	89	34	20	33	32
Centro	(253)	51	37	20	90	18	13	19	26
Derecha	(190)	54	44	31	90	26	22	25	34
<b>Exposición a la Información:</b>									
Baja	(509)	27	8	5	84	3	1	5	9
Media	(447)	69	67	29	95	32	16	34	35
Alta	(162)	95	87	79	93	80	68	78	79
<b>Recuerdo de Voto de Marzo de 2008:</b>									
PP	(248)	52	42	27	92	22	20	23	30
PSOE	(413)	55	43	23	91	27	16	25	29
IU-ICV	(31)	74	68	45	77	58	39	45	35
UPD	(8)	75	75	25	75	25	38	38	25
Nac. CD	(30)	65	60	29	81	23	27	23	42
Nac. Izda.	(14)	79	93	21	100	29	14	43	29
Otros NP + B	(28)	46	41	26	89	41	29	29	36
No Votó	(210)	43	33	25	90	22	10	31	27
Ns/Nc	(136)	58	48	24	90	26	12	26	30

Los jóvenes, como se ve, y como antes señalaba el Tte. General, están ya en Internet, son los denominados *born.com*, nacidos.com. Casi la mitad de los de 18 a 29 años dicen que buscan la información en Internet. Además, una proporción similar la busca en los periódicos. En ambos casos las proporciones son significativamente más altas que en el conjunto de la muestra, mientras que se observa lo contrario en relación con la televisión, aunque un 88% conteste que se informa a través de ella. De acuerdo con el índice de exposición a la información los que tienen alta exposición a la información son los máximos consumidores de todos los medios, leen periódicos, escuchan las tertulias radiofónicas, ven los informativos de televisión, miran en Internet, etc. En cambio, los de exposición a la información baja no se informan por ningún medio, por eso son luego los que «no saben» y «no contestan» a las diferentes preguntas de las encuestas, pues carecen de conocimientos sobre la realidad y, por tanto, carecen de opinión sobre ella, porque les falta la información.

Lo anterior demuestra la utilidad analítica de indicadores como la posición social y la teoría centro-periferia, así como la exposición a la información además de muchos otros,

por supuesto. Una de las preguntas que incluyo siempre en mis investigaciones, y que demuestra que la gente está más informada de lo que a veces se piensa, es que sabe muy bien a qué partido político favorece cada medio de comunicación.

**Tabla 3**  
**Índice Favorable/En contra del tratamiento Informativo que ofrecen los siguientes Medios al PSOE y al PP, según la opinión de los entrevistados**

	I-09	II-09	III-09	IV-09	V-09	VI-09	VII-09	IX-09	X-09	XI-09	XII-09
<b>Canales de TV</b>											
TVE 1		136			132			138			135
Antena 3		79			82			82			64
Tele 5		103			103			103			130
Cuatro		126			126			122			123
Canal Autonómico		99			97			98			111
La Sexta	-	-	-	-	-	-	-	118			-
<b>Cadenas de Radio</b>											
RNE						120			124		
La SER						130			130		
COPE						58			57		
Onda Cero						89			86		
Punto Radio						95			96		
<b>Periódicos</b>											
El País	135			135			136			132	
ABC	62			64			63			63	
El Mundo	67			66			66			69	
La Razón	72			77			76			78	
Público	109			111			113			-	

El índice puede variar entre 0 y 200, de manera que cuanto más se eleva el índice por encima de 100 (cuanto más se aproxima a 200), mayor es el favoritismo percibido hacia el PSOE y cuanto más bajo se sitúa por debajo de 100 (cuanto más se aproxima a 0), mayor es el favoritismo hacia el PP. Los valores próximos a 100 expresan por lo tanto un importante nivel de controversia en la opinión pública. Esta es una pregunta que pongo todos los meses desde el año 1993, porque cuando empecé a hacer análisis de contenido de los programas electorales me di cuenta de que la gente sabía muy bien de qué pie cojeaba cada medio de comunicación. Un dato curioso es que cuando cambia el partido en el gobierno no pasan más de dos meses hasta que la opinión pública percibe un cambio en el sesgo partidista de los medios que pertenecen al Estado (TVE y RNE).



## LAS FUERZAS ARMADAS

Me quedan pocos minutos pero es que esta es una parte que les va a gustar. Comenzaré por describir cual es la imagen pública de las FAS. Si cruzamos conocimiento, o sea notoriedad, y valoración se obtiene el grupo de instituciones que son muy conocidas (sobre las que opina nada menos que el 85%) y que son valoradas por encima de los 5,7 puntos en la escala de 0 a 10.

NOTORIEDAD	VALORACIÓN		
	ALTA (+5,7)	MEDIA (4,5-5,7)	BAJA (-4,5)
<b>ALTA (+85%)</b>	La Corona Las Fuerzas Armadas La Policía Nacional La Guardia Civil Los Médicos La Constitución Caritas Cruz Roja ONCE La Policía Municipal Las PYME	El Tribunal Constitucional El Tribunal Supremo El Defensor del Pueblo El Senado El Congreso de los Diputados Los Sindicatos Su Ayuntamiento La Unión Europea La OTAN La ONU La Televisión Española La TV Pública de las CC.AA. Los Militares Los Diplomáticos Los Funcionarios El Sistema Electoral español Loa Periodistas Las Grandes Empresas	Los Bancos El Gobierno de la Nación Los Partidos Políticos La Iglesia Católica Los Tribunales de Justicia Los Políticos Los Jueces Las Cajas de Ahorro
<b>MEDIA (70-85%)</b>		Las Organizaciones Empresariales El Con. Sup. del Poder Judicial La Policía Autonómica El Debate sobre el Estado de la Nación	El Fiscal del Estado
<b>BAJA (-70%)</b>			El nuevo Estatuto de Cataluña

En ese grupo están la Corona y la Constitución así como las instituciones que proporcionan seguridad, contra amenazas físicas (Fuerzas Armadas y Fuerzas y Cuerpos de Seguridad) o contra amenazas hacia nuestra salud o bienestar (Médicos, Cruz Roja, Caritas, ONCE). También están las PYMES porque la gente se pone más de parte del débil, a la gente les gustan más las pequeñas y medianas empresas que las grandes. No voy a entrar en el detalle de todo, pues se puede ver en la Tabla adjunta. El Estatuto de Cataluña es el que muestra la menor notoriedad y la valoración más baja. A la mayoría de la gente no le parece que sea un tema que le afecte personalmente y como ha habido mucho debate, tiene una valoración baja. Pero lo peor que puede pasarle a una persona o institución es tener una alta notoriedad y una baja valoración. Es la peor combinación posible, pues ello implica que la mala imagen está muy cristalizada y por tanto será difícil cambiarla. Pero tener una baja valoración y una baja notoriedad no es lo peor, pues se puede aprovechar el incremento de notoriedad para mejorar la valoración, a través de buenas campañas de



En el Gráfico 3 se puede ver la valoración de las principales instituciones de España desde 1991. Desde esa fecha se ha preguntado todos los años en el mes de junio por la imagen de estas mismas instituciones, y como puede comprobarse apenas se detectan grandes cambios. Sin embargo ha habido dos o tres que merecen un comentario. La Corona ha sufrido también cierto desgaste como consecuencia del desgaste general de todas las instituciones políticas, especialmente en estos últimos años. Pero el desgaste lo ha tenido la Corona, no el Rey, que sigue siendo el personaje público más valorado, entre alrededor de 40 o 50 personajes públicos cada año, desde 1986, según las encuestas de ASEP. Recordarán que antes les decía que las Fuerzas Armadas tienen mejor valoración que los militares. Normalmente, en otros países con Monarquía Parlamentaria, como Inglaterra, la Corona tiene mejor valoración que la Reina. En España sucede lo contrario. Desde siempre el Rey ha tenido mejor valoración que la Institución. Mientras que la Institución está y ha estado cerca de los 6 puntos, el Rey tiene una valoración desde siempre alrededor de 7 puntos. Es decir, lo más habitual es que la institución legitime al incumbente, o a los incumbentes, porque la Institución suele tener prestigio acumulado. En otros casos, es el incumbente el que legitima a la Institución, que es lo que ha pasado en España, el Rey ha legitimado a la Corona.

Con el Príncipe, posiblemente suceda lo contrario, la Institución legitimará al incumbente. Pero en todo caso, a esta disminución no hay que darle gran importancia, la Corona se ha contaminado de la bajada de valoración de todas las instituciones políticas que son las que tenemos aquí, salvo organizaciones empresariales o sindicatos o la Iglesia. Mayor ha sido la disminución de valoración de la Iglesia, sobre todo en estos últimos años. Los partidos políticos siguen como siempre siendo el furgón de cola y además reduciendo su valoración aún más. Las Fuerzas Armadas se han mantenido en una valoración relativamente estable, alrededor de los 5,5 puntos, y además de haber mejorado algo esta valoración en los últimos años, la disminución de la valoración de la mayoría de las instituciones explica que a finales de 2009 ocupara el primer puesto empatada con La Corona.

Quisiera ahora hacer una apostilla para que no se me malinterprete. El pueblo español no es militarista, tiene una magnífica imagen de sus Fuerzas Armadas y de sus Fuerzas de Seguridad pero no es militarista, porque eso lo he preguntado en numerosas ocasiones. La pregunta utilizada ha sido: ¿qué tipo de gobierno cree Vd. que sería mejor para España? ¿Un gobierno de expertos, de técnicos, de tecnócratas, un gobierno con un líder fuerte, el equivalente a un sistema muy personalista, un gobierno de las Fuerzas Armadas, o de los militares, o un gobierno democrático? El 90% se decantan por el gobierno democrático. No hay un deseo de «militares al poder» en España, se lo puedo garantizar, tengo muchos datos desde hace más de 20 años. Pero sí hay una muy buena imagen de las Fuerzas Armadas, aunque los que menos se lo creen sean los militares. Sobre todo hace muchos años me costaba que los propios militares me creyeran, se creían que yo iba al CESEDEN a «regalarles el oído». No, yo iba a decirles lo que resultaba de las investigaciones, no digo que sea la verdad, pero es lo que me dice la gente; si la gente miente, es ella la que miente, no yo, y en todo caso esto es lo que hay (y además creo poder afirmar que los españoles no mienten en esta cuestión). Los datos, además, han sido corroborados por otros investigadores.

Además, puesto que la corrupción es uno de nuestros grandes problemas actuales, he preguntado en qué segmentos de la sociedad ve la gente más corrupción. La escala de medición va del 0 al 200; cuanto más cerca del 200, más gente opina que hay mucha corrupción; cuanto más cerca del 0, menos. De acuerdo con los datos obtenidos, los sectores o segmentos sociales en los que la opinión pública española mayoritariamente no percibe corrupción son la agricultura y las Fuerzas Armadas. Como nunca me creo lo de que «una golondrina haga verano», todas las preguntas que pueden ser susceptibles de debate las repito una y otra vez, muchas todos los meses, otras por lo menos una o dos veces al año. Esta la he preguntado dos veces en el año 2009 que ya se hablaba mucho de corrupción, pero tengo algunas de antes y también los datos son iguales. No se ve apenas corrupción en las Fuerzas Armadas o se ve menos que en cualquier otra institución.

Los sectores o segmentos sociales en los que se ve mayor corrupción son los Ayuntamientos, no creo que eso le sorprenda a nadie; se percibe más corrupción en los Ayuntamientos que en los Gobiernos Autonómicos, y en éstos más que en el Gobierno de España. Se percibe también algo más de corrupción en la banca que en las Cajas; aunque los españoles puedan estar equivocados, esa es su percepción, no es la verdad, es lo que la gente percibe. Se percibe mayor corrupción en la construcción, parece lógico, y en cambio apenas se percibe en la agricultura. Se percibe más corrupción en el sector público que en el privado. Se percibe más en los partidos políticos que en las Fuerzas Armadas o que en los Medios de Comunicación y se percibe un grado de corrupción similar en el PP y en el PSOE, en el PNV y en general en todos los partidos, sin que se observen grandes diferencias de corrupción entre ellos.

Para terminar, y todavía relacionado con las Fuerzas Armadas y su imagen social, me gustaría hacer referencia a la creciente importancia de la Seguridad. Desde hace tiempo he señalado que mientras que el Siglo XX se caracterizó por la confrontación entre dos grandes conceptos, dos grandes ideas fuerza que eran Libertad e Igualdad (Igualdad mayoritariamente en el ámbito que llamaríamos socialista o de los países del Este de Europa, y Libertad principalmente en las democracias occidentales). Pero el Siglo XXI parece que se caracterizará por la confrontación entre los conceptos de Libertad y Seguridad. ¿Cómo se puede lograr el equilibrio entre ambos? En otras palabras, ¿vamos a seguir aceptando el incremento de los arcos detectores de metales y toda clase de protecciones en los aeropuertos que hacen tan incomodo viajar por avión? ¿Hasta donde están los individuos dispuestos a renunciar a grados de libertad para garantizar su seguridad? O por el contrario, ¿hasta dónde están los individuos dispuestos a renunciar a grados de seguridad para garantizar su libertad? Ese es el gran dilema de este Siglo XXI, en mi opinión, y es a lo que estoy dedicando mis principales esfuerzos de investigación y mis publicaciones. Lo que es evidente, sobre la base de datos de la Encuesta Mundial de Valores, es que al comparar los datos de la oleada del 2005 con los de la de 2000, se observó que, contrariamente a la tendencia anterior que indicaba una pérdida de importancia del principio de autoridad, especialmente en los países más desarrollados, los datos de 2005 sugerían un incremento significativo de los deseos de más autoridad, sobre todo en países como Francia y España, pero también en Holanda, Italia y otros. Es posible que se trate de una reacción para contrarrestar un exceso de abandono del principio de autoridad que había caracterizado

el paso de las sociedades industriales a las post-industriales. Además, parece que, siguiendo la teoría centro-periferia antes mencionada, el cambio se ha producido en mayor medida entre los de centro social, es decir, parece que los formadores de opinión están mucho más convencidos de que se necesita más autoridad, por comparación con las actitudes manifestadas en la encuesta del año 2000. La oleada del año 2010-2011 que estamos iniciando ahora permitirá verificar o rechazar este cambio de tendencia observado en la encuesta de 2005.

**Gráfico 4**  
**Modelo Teórico para el estudio de la Seguridad**

	Evaluación de la Seguridad			
	Objetiva		Subjetiva	
	Externa	Interna	Externa	Interna
Alta		X	X	
Baja	X			X

El modelo teórico que se piensa utilizar diferencia entre dos tipos de seguridad, la externa, que se refiere fundamentalmente a la seguridad frente a amenazas exteriores al país (ataques a su territorio por parte de fuerzas armadas o bandas terroristas extranjeras, «guerras económicas» en los mercados, en el aprovisionamiento de energía, etc.), o frente a amenazas internas (delincuencia, terrorismo nacional, crimen organizado, narcotráfico, etc.). Simultáneamente se piensa diferenciar entre la evaluación objetiva de estos dos tipos de seguridad (medida por indicadores objetivos como el número de efectivos en las Fuerzas Armadas o en las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad, presupuestos dedicados a estas funciones, capacidad de su armamento, tasas de delincuencia, etc.) y la evaluación subjetiva de la seguridad que percibe la población en esos dos ámbitos (temor a ser víctima de un acto delictivo, temor a atentados terroristas nacionales, temor a una guerra, etc.).

En estos momentos ya cuento con una investigación sobre la evaluación subjetiva de la seguridad interna, investigación que realicé para el Observatorio de Seguridad del Ayuntamiento de Madrid y en base a la cual se elaboró un Índice Sintético de Seguridad Subjetiva que fue validado primero para España en su conjunto y luego replicado para el Municipio de Madrid a través de sendas investigaciones por encuesta mediante entrevista personal cara-a-cara en el hogar con muestras representativas de la población en los dos ámbitos territoriales. Y, de igual manera, he realizado una primera investigación sobre la evaluación subjetiva de la seguridad exterior para el Instituto Español de Estudios Estratégicos (IEEE) y el Instituto de Cuestiones Internacionales y Política Exterior (INCIPE). Pero pretendo realizar a corto plazo las dos investigaciones restantes sobre evaluación objetiva de la seguridad en los ámbitos interior y exterior. No obstante, por el momento he elaborado la hipótesis de que en España parece haber un contraste entre la evaluación objetiva y la subjetiva tanto en lo que respecta a la seguridad interior como en la exterior, de manera que en el caso de la seguridad exterior la evaluación objetiva de la seguridad nacional es baja, mientras que la evaluación subjetiva es alta; pero lo contrario parece ser cierto en relación con la seguridad interior,

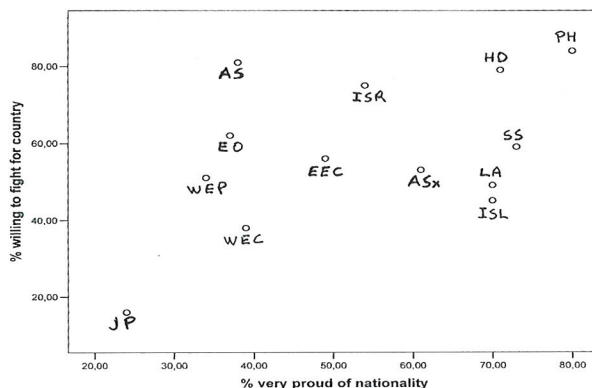
de manera que mientras la evaluación objetiva es alta la evaluación subjetiva es baja. Pero esta hipótesis tiene que ser verificada empíricamente mediante la investigación que esperamos realizar, tanto en España como en alrededor de medio centenar de países de diferentes grados de desarrollo económico, desarrollo político, y diferentes sistemas de valores sociales y culturales.

De momento todos los datos disponibles refuerzan la idea de que la población española actual (y parece, como he indicado, que la de otros países de nuestro entorno) está preocupada por su seguridad económica y personal, y que ello está modificando el sistema de valores que había caracterizado a las sociedades post-industriales, especialmente en lo que respecta a unos mayores deseos de autoridad. Así, cuando se pregunta por los problemas más importantes de España, los más citados son el paro, la vivienda, el terrorismo, etc., es decir, la seguridad económica y la personal. La preocupación por la corrupción ha ido creciendo desde el 2007, igual que la preocupación por los políticos y los partidos políticos. Y cuando se pregunta por los principales temores personales la gente cita los de contraer (personalmente o algún miembro de la familia) una enfermedad grave, un atentado terrorista de ETA, un atentado terrorista islámico (por eso están tan valorados los médicos, porque son los que cuidan de nuestra salud, y por eso están tan valoradas las Fuerzas de Seguridad y las Fuerzas Armadas, porque cuidan de nuestra seguridad personal y lo que nos importa es cada vez más la seguridad frente a la enfermedad, frente a las agresiones).

Como consecuencia de lo anterior se ha observado una opinión creciente a favor de penas más duras contra cualquier tipo de delito. Hace 15 o 20 años, al principio de la transición, cuando se preguntaba por el recurso a la pena de muerte el respaldo popular a esa pena era insignificante. Sin embargo, en la actualidad hay más del 20% que piden la pena de muerte para el terrorista con delitos de sangre. Con esto no quiero decir que el político tenga que aceptar la pena de muerte, pero hay que conocer los estados de opinión. Y no digamos cuando en lugar de pena de muerte se menciona la cadena perpetua «hasta morir en la cárcel». En ese caso más del 50% de los entrevistados piden esa pena para terroristas y pederastas con delitos de sangre. Yo no digo que haya que hacerlo, de verdad, digo que la opinión pública está muy, muy sensibilizada hacia este tipo de delitos.

En cuanto a la seguridad exterior, en cambio, no se percibe preocupación alguna (no se concibe que algún país, ni siquiera del Norte de África, pueda pretender una invasión o conflicto armado con España). Esa es la gran paradoja, la gente está preocupada por la seguridad interior aunque objetivamente nuestras tasas de criminalidad son de las más bajas de la Unión Europea. En cambio no se preocupa para nada de la seguridad exterior, porque nadie piensa que vayamos a tener una guerra, ni que nos vaya a invadir Francia, ni Portugal, ni siquiera Marruecos. La opinión sobre retirar las tropas de Afganistán sigue siendo mayoritaria. En un índice del 0 al 200, está cerca del 150, es decir una opinión muy favorable a retirar las tropas. El último dato es de diciembre. La opinión pública ha estado siempre mayoritariamente en contra de la presencia de tropas españolas en misiones en el extranjero, salvo en el caso de Bosnia, que es la única misión que ha contado con el respaldo de la opinión pública.

**Gráfico 5**  
**Modelo Teórico para el estudio de la Seguridad**



Finalmente, tomando datos de cerca de un centenar de países agrupados en trece grupos se ha construido un gráfico cruzando dos variables, el porcentaje de individuos que afirman sentirse muy orgullosos de ser de su país (argentinos, ingleses, sudafricanos, etc.) y el porcentaje que estaría dispuesto a defender a su país en caso de guerra. Los resultados son muy curiosos porque, oleada tras oleada en los estudios de la Encuesta Mundial de Valores (1981, 1990, 1995, 2000 y 2005), los resultados son casi idénticos, y por eso se han agrupado por categorías de países y en un solo gráfico para todas las oleadas en el Gráfico 5. Reiteradamente, los ciudadanos menos orgullosos de ser de su país y menos dispuestos a defender a su país en caso de guerra son los japoneses. Cuando uno toma en consideración el hecho de que los japoneses sufrieron dos bombas atómicas, el único país que ha sufrido de verdad un ataque nuclear, no es extraño que no sean muy partidarios de «coger el fusil». Pero los europeos occidentales católicos y protestantes muestran también bajo orgullo nacional y bajo deseo de coger las armas, mientras que los anglosajones están más orgullosos de su nacionalidad y son más partidarios de coger las armas. Israel muestra más orgullo nacional y más deseos de defender su país que los países islámicos.

La hipótesis para explicar las diferencias entre países anglosajones y europeos, que he desarrollado en un artículo recientemente publicado, es que los países anglosajones siempre han hecho las guerras en campo contrario, mientras que los países europeos, tanto católicos como protestantes, han sufrido las guerras, las grandes guerras en su territorio y por tanto, lo de entrar en una guerra y «coger el fusil» gusta menos. Así se entienden las distintas reacciones de las opiniones públicas europeas y norteamericanas sobre los conflictos en Irak, Afganistán, etc. Hay una diferencia muy grande de cómo se concibe lo de entrar en guerra, pero aquí termino. Muchas gracias por su atención.

### SUGERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS COMPLEMENTARIAS

La inmensa mayoría de los datos citados para España proceden del sondeo mensual que ASEP realiza desde octubre de 1986 con una muestra nacional representativa, y

pueden ser consultados en el Banco de Datos ASEP/JDS ([www.jdsurvey.net](http://www.jdsurvey.net)). En él también se pueden consultar los ficheros de datos de diferentes proyectos internacionales de investigación comparada, como la Encuesta Mundial de Valores. Además, en la página web: [www.jdsurvey.net/jds/jdsurveyContents.jsp?Idioma=E&SeccionTexto=010401](http://www.jdsurvey.net/jds/jdsurveyContents.jsp?Idioma=E&SeccionTexto=010401) se pueden descargar diversos libros y artículos del autor sobre los temas tratados en la conferencia, y de manera especial se sugieren los siguientes:

### **Libros**

Identidad Nacional y Cultura de Defensa  
La Opinión Pública Española y la Política de Defensa y Seguridad

### **Artículos**

«Some Theoretical and Methodological Applications of Centre-Periphery Theory and the Social Position Index»  
«Cultural Difference on Values about Conflict, War and Peace»  
«Values and Generations in Spain»  
«Value Systems of Elites and Publics in the Mediterranean: Convergence or Divergence»  
«Best Form of Government: The Public Image of the Monarchy in Spain»  
«Los Programas de Noticias de TVE y las Campañas Electorales de 1993 y 1996: Propiedad, Contenido e Influencia»

### **Otras publicaciones**

«Opinión Pública, Fuerzas Armadas y Fuerzas de Seguridad».