



Centro de Opinión Pública de la Universidad de Belgrano

SONDEO DE OPINIÓN:

“SONDEOS DE IMAGEN DEL PRESIDENTE Y SU GOBIERNO: ¿CÓMO LOS PERCIBEN LOS CIUDADANOS?”

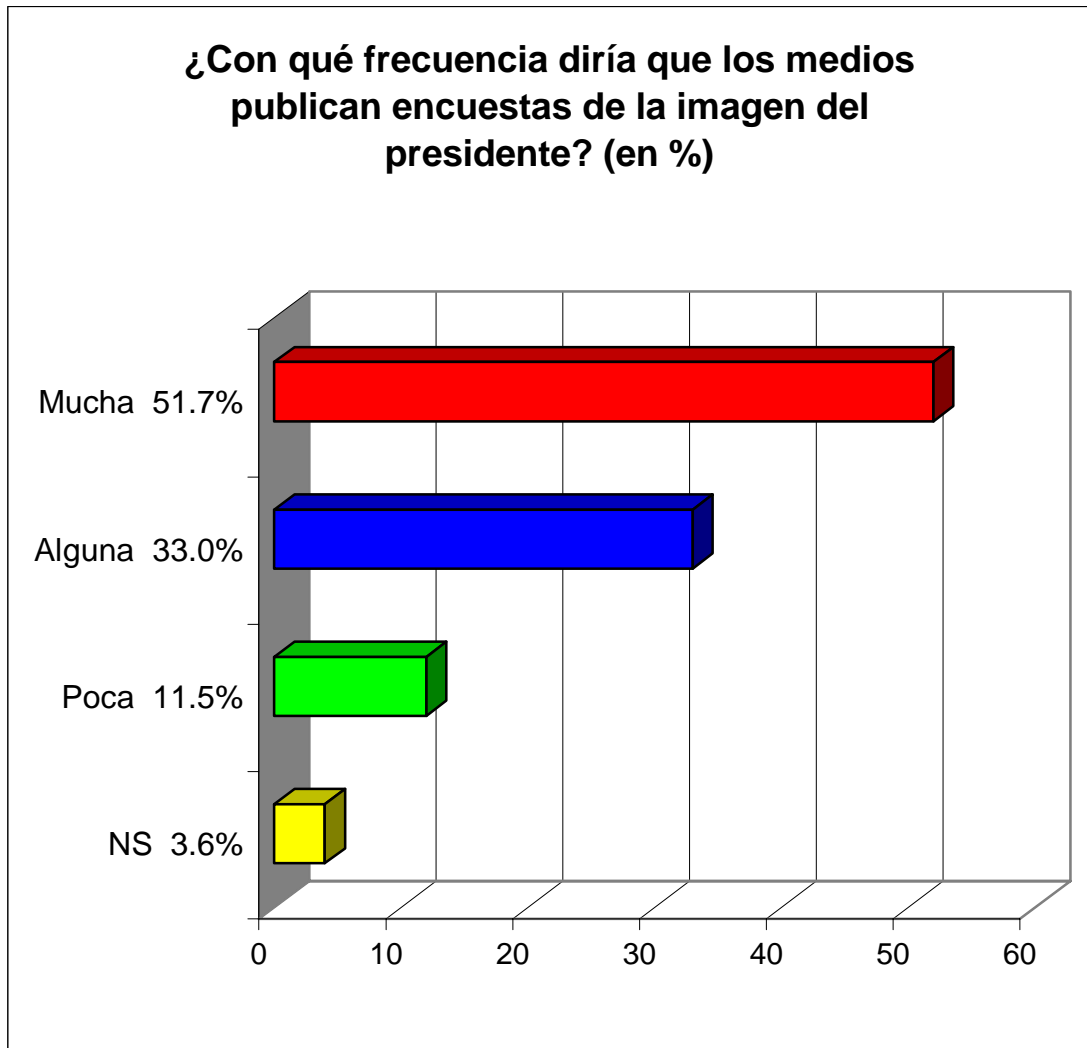
I. CONSIDERACIONES PRELIMINARES

¿Qué piensan los ciudadanos de la publicación de sondeos de opinión referidos a la imagen del presidente y la gestión de gobierno?, ¿cómo estiman su frecuencia de publicación?, ¿acusan un efecto de saturación o, por el contrario, valoran la difusión positivamente?. ¿Qué confiabilidad atribuyen a los resultados de las encuestas de imagen?, ¿qué opinan del actual gasto en publicidad de acciones y obras de gobierno?, ¿cuál es la percepción pública de la relación entre gobierno y medios de comunicación?.

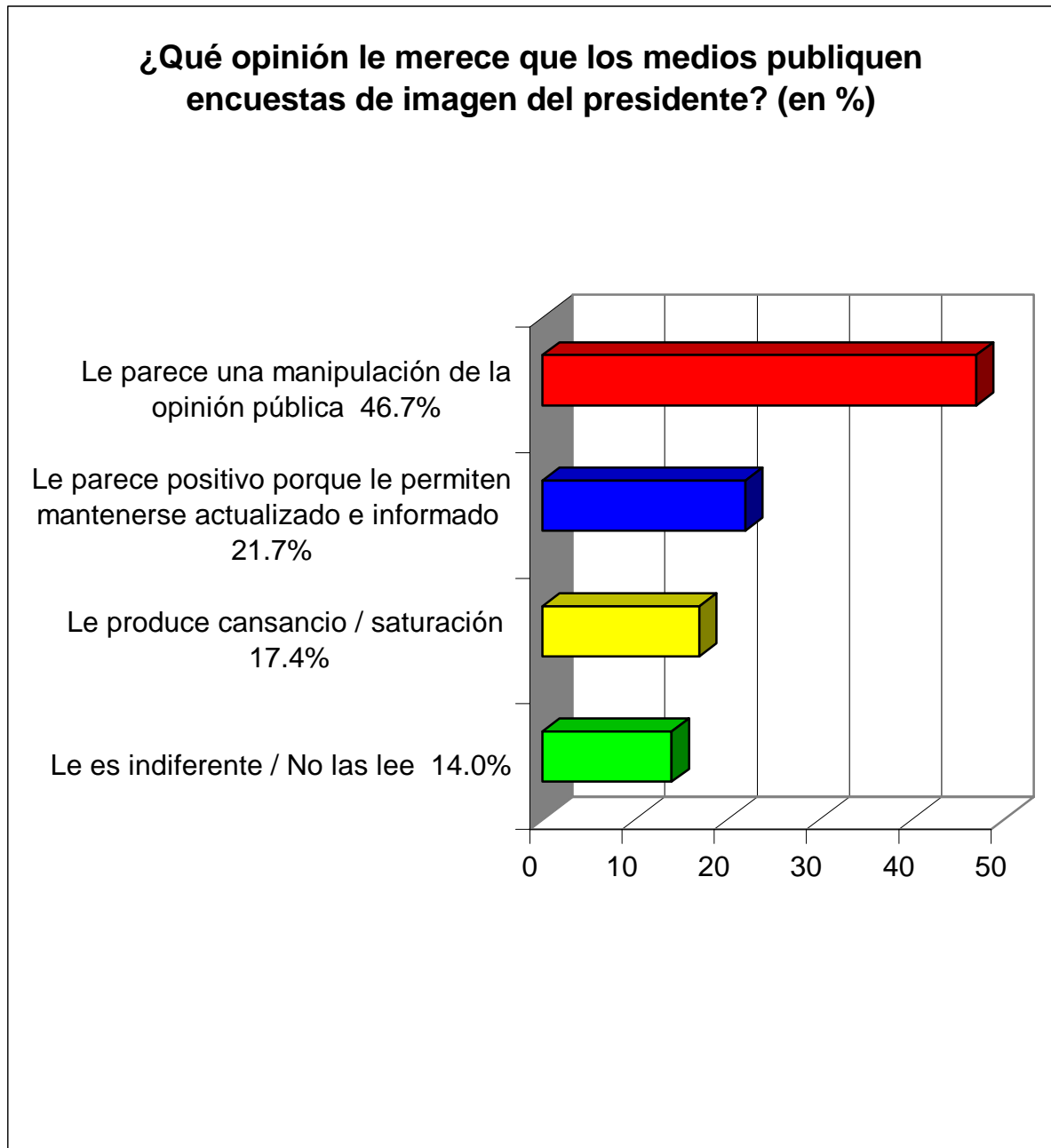
El **Centro de Opinión Pública de la Universidad de Belgrano** ha realizado un sondeo que indaga las opiniones de los ciudadanos respecto de esas y otras preguntas relacionadas.

II. PRINCIPALES RESULTADOS

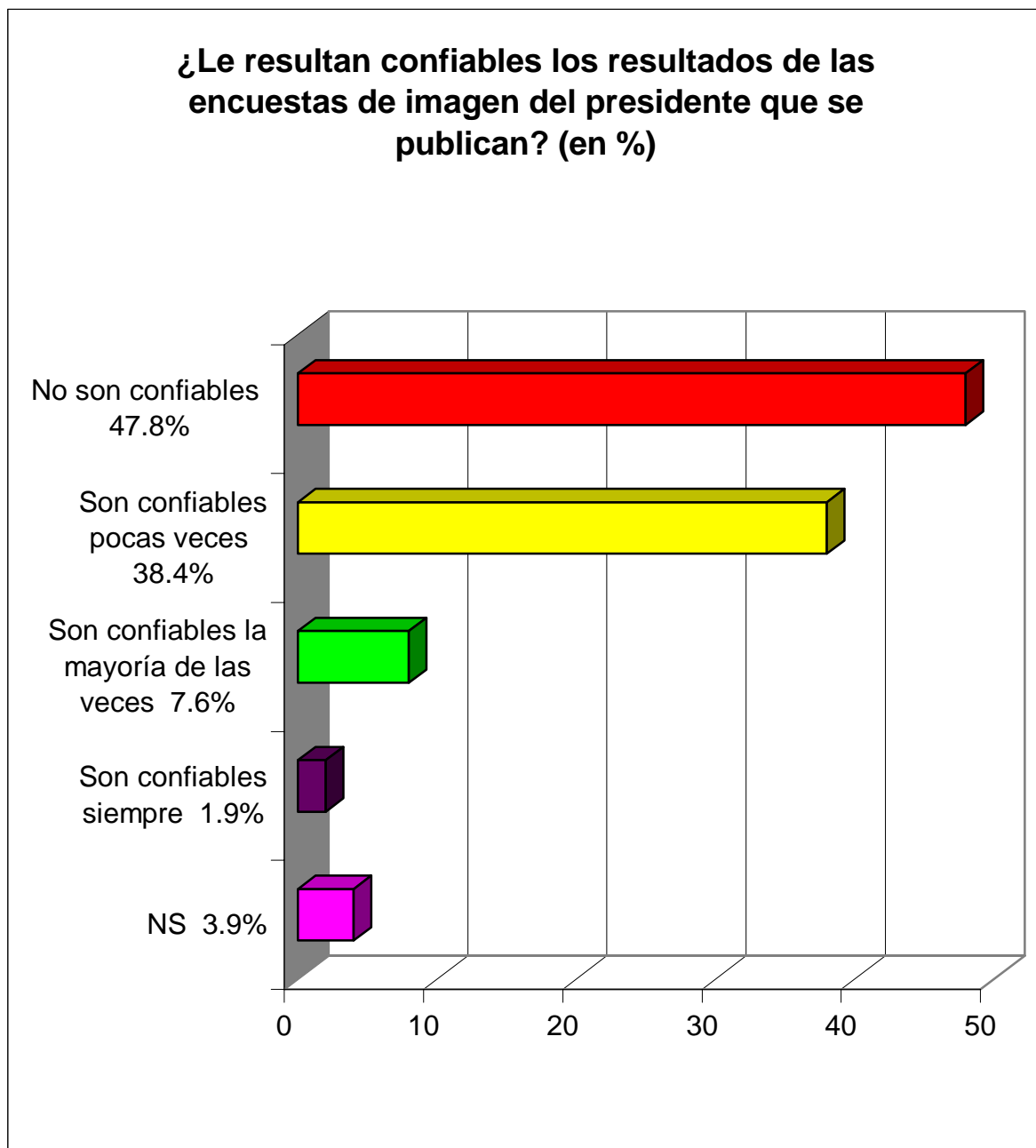
1. ítem administrado: *¿Con qué frecuencia diría que los medios publican y comentan encuestas de la imagen del presidente: poca, alguna o mucha?* (pregunta cerrada)



2. ítem administrado: “¿Qué opina de que los medios publiquen y comenten encuestas acerca de la imagen del presidente?” (pregunta semi-cerrada)

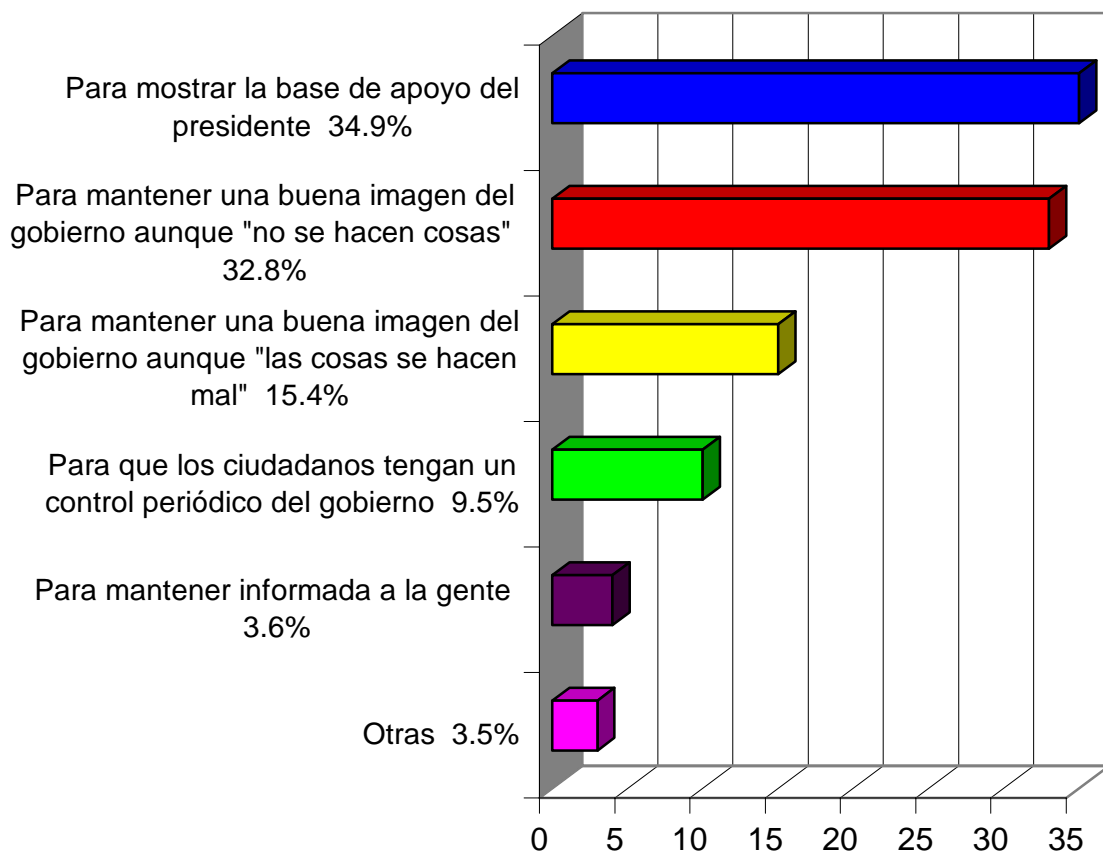


3. ítem administrado: “Los resultados de las encuestas que se publican de la imagen del presidente, ¿le resultan confiables?” (pregunta cerrada)

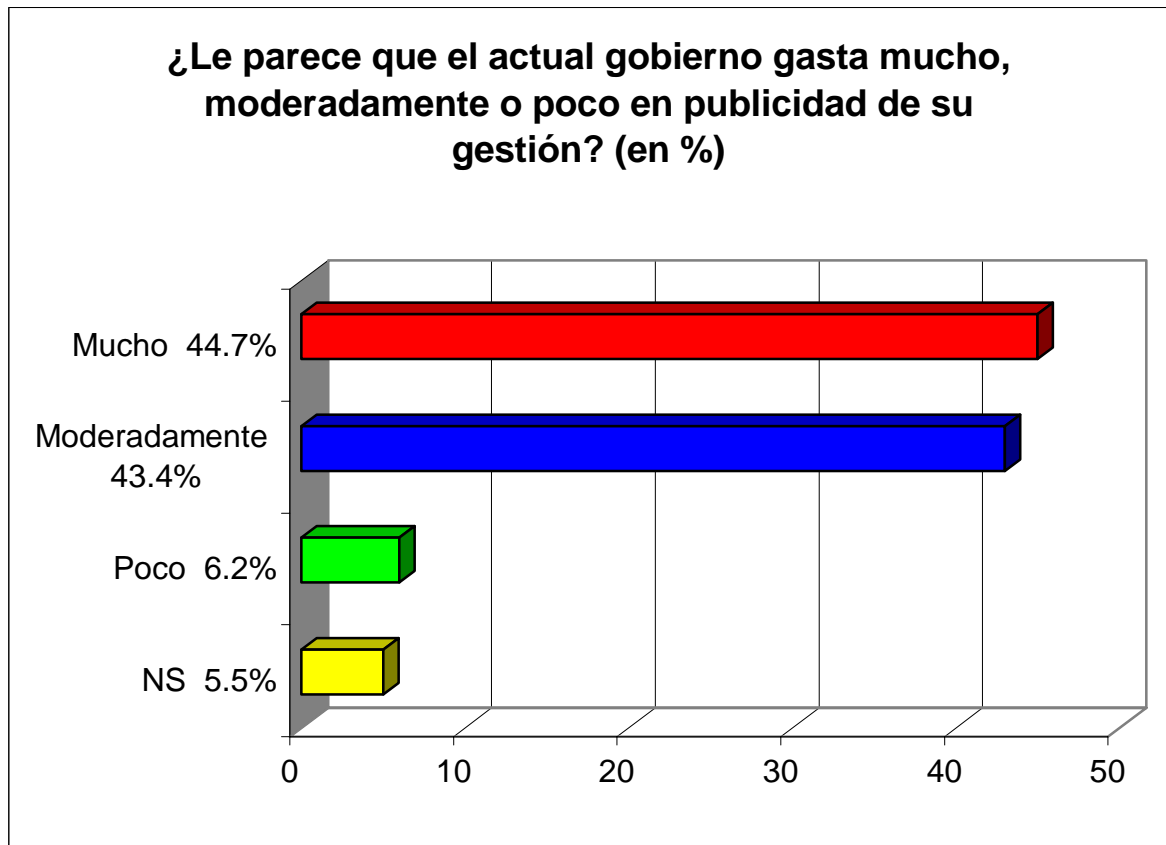


4. ítem administrado: “¿Por qué razón cree que se publican sondeos con datos de la imagen del presidente?” (pregunta semi - cerrada)

¿Por qué razón cree que se publican sondeos de imagen del presidente y del gobierno? (en %)

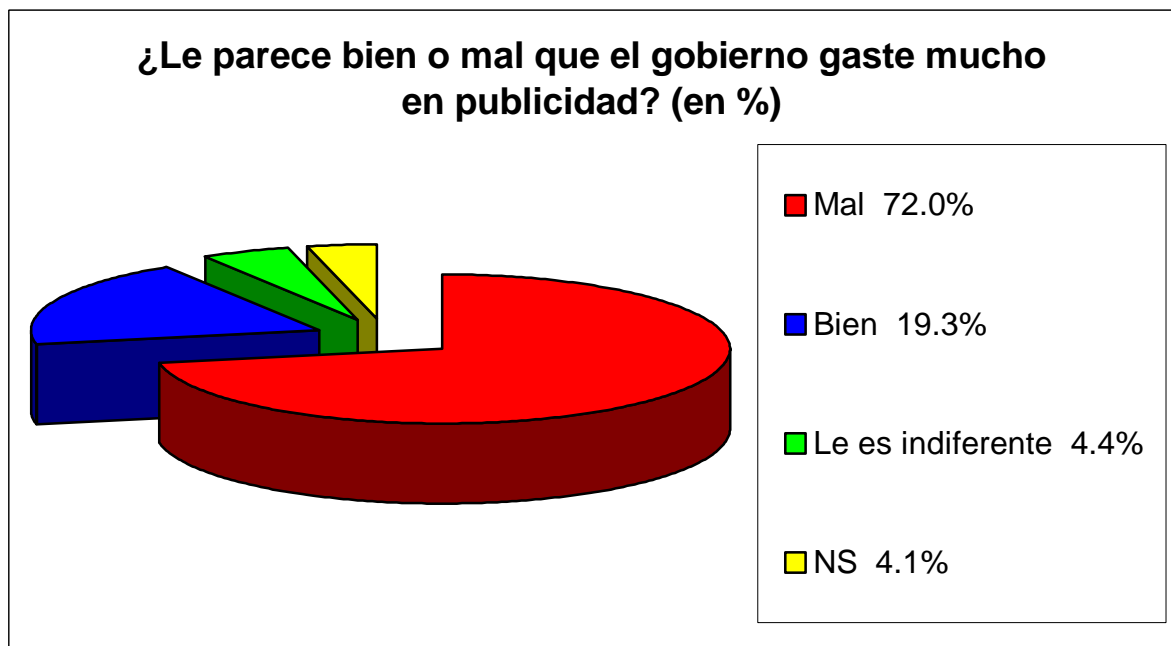


5. ítem administrado: “¿Le parece que el actual gobierno gasta mucho, moderadamente o poco en publicidad de su gestión?” (pregunta cerrada)

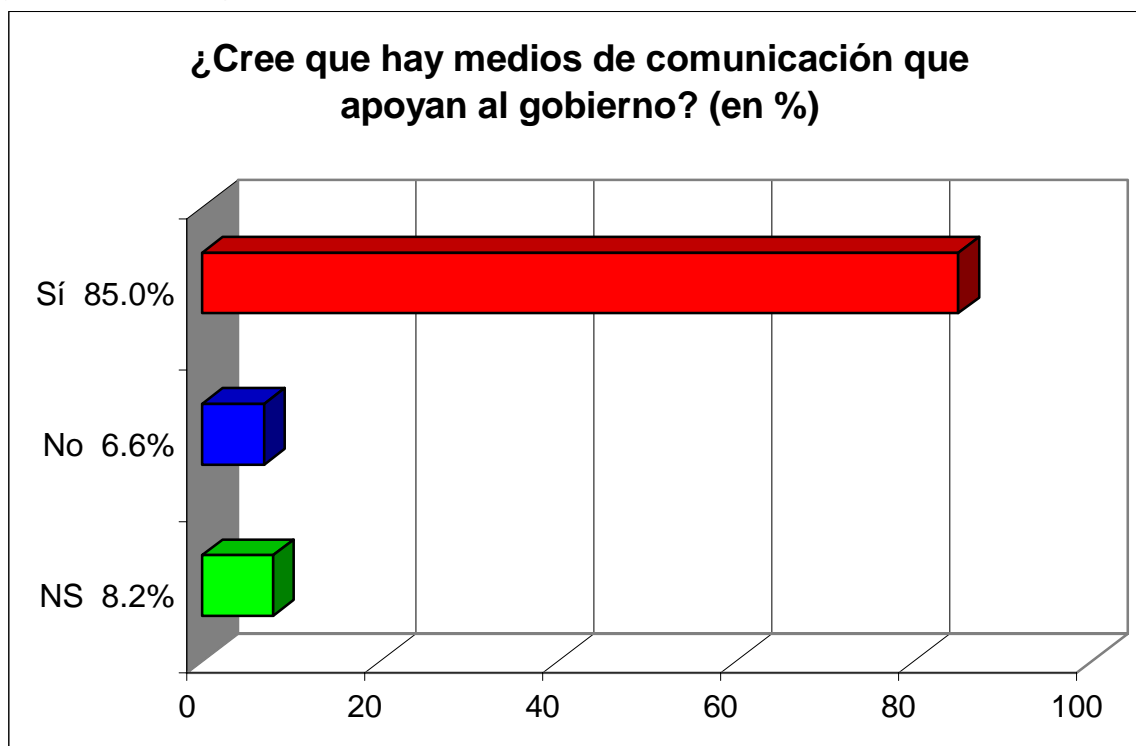


EL SIGUIENTE ÍTEM FUE ADMINISTRADO SÓLO A QUIENES RESPONDIERON “MUCHO” EN LA PREGUNTA ANTERIOR

6. ítem administrado: “¿Que el gobierno actual gaste mucho en publicidad le parece bien o mal?” (pregunta cerrada)

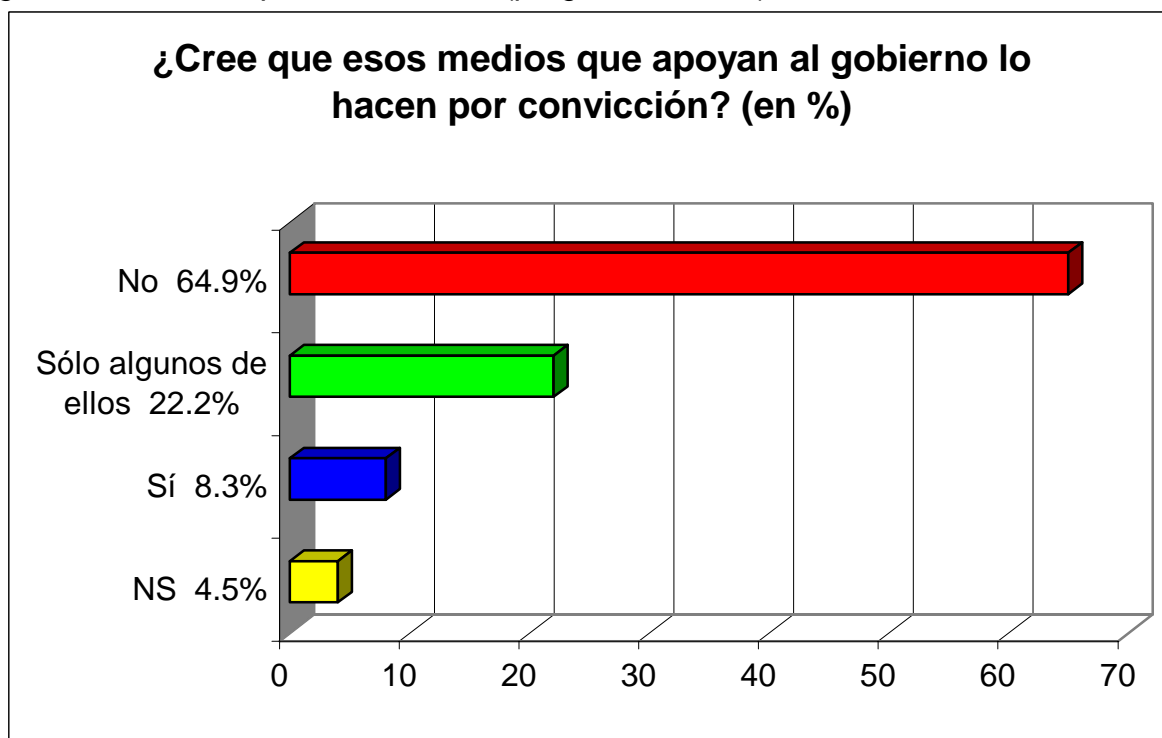


7. Ítem administrado: “¿Cree que hay medios de comunicación que apoyan al gobierno?” (pregunta cerrada)

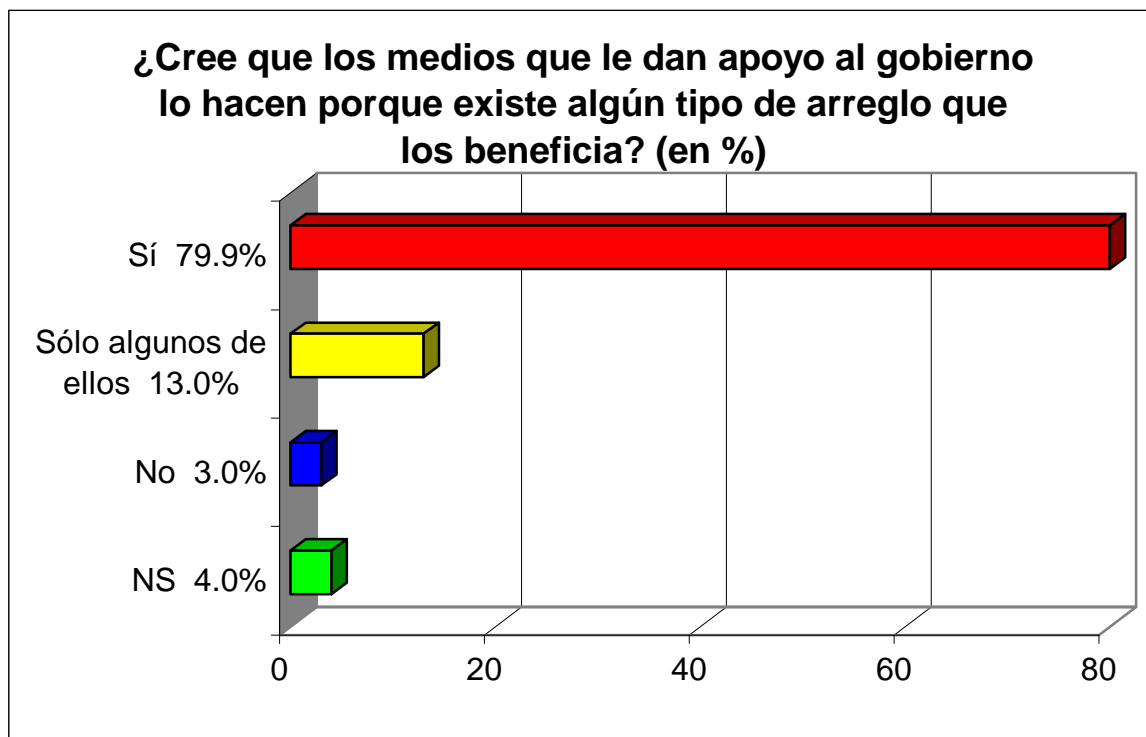


LOS SIGUIENTES 3 ÍTEMS FUERON ADMINISTRADO SÓLO A QUIENES RESPONDIERON “SÍ” EN LA PREGUNTA ANTERIOR

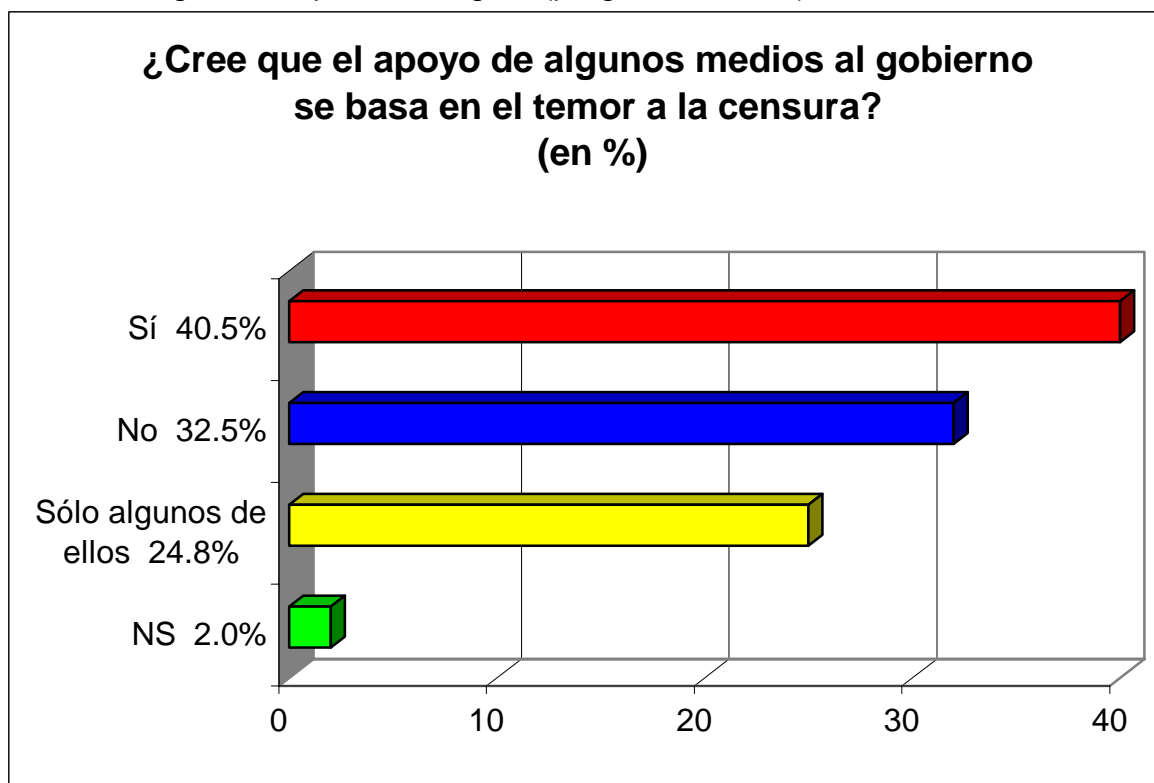
8. Ítem administrado: “¿Cree que esos medios de comunicación que apoyan al gobierno lo hacen por convicción?” (pregunta cerrada)



9. Ítem administrado: “¿Cree que los medios de comunicación que le dan apoyo al gobierno lo hacen porque existe algún tipo de arreglo entre ellos que los beneficia?” (pregunta cerrada)



10. Ítem administrado: “¿Cree que el apoyo que algunos medios de comunicación le dan al presidente y al gobierno se basa en el temor a la censura o algún otro tipo de castigo?” (pregunta cerrada)



III. REFLEXIONES FINALES

- La **mayoría de los ciudadanos** comparte la **percepción de que los sondeos de imagen presidencial se publican con alta frecuencia** (51.7%).
- Las opiniones que merece la publicación de sondeos de imagen se dividen en varios grupos. **Casi la mitad de los consultados** (46.7%) cree que **su intención es manipular a la opinión pública**. Le sigue en frecuencia un **22%** que opina, en cambio, que **su publicación es positiva porque permite a la población mantenerse informada y actualizada**. También, más del **17%** de los encuestados aduce estar **cansado o saturado** de la periodicidad de tales publicaciones. Tomando en conjunto a quienes dicen sentirse manipulados y quienes acusan saturación, **la percepción pública negativa excede a la positiva cuando se refiere a la publicación de sondeos de imagen presidencial**.
- Llama la atención la **baja confiabilidad que la ciudadanía le atribuye a los resultados de los sondeos de imagen del presidente y su gobierno**. Suman **86.2%** quienes creen que no son en absoluto confiables (47.8%) o que lo son sólo en contadas ocasiones (38.4%). Del otro lado, **constituyen menos del 10% quienes opinan que los sondeos son confiables** la mayoría de las veces (7.6%) o siempre (1.9%).
- En cuanto a las **razones** que los encuestados creen **que subyacen a la publicación de sondeos de imagen** presidencial y gubernamental, se destaca la creencia de que sirven para mostrar constantemente la base de apoyo público con la que cuenta el presidente Kirchner (34.9%). También, la percepción de que se los utiliza para mantener una buena imagen del gobierno en ausencia de gestión (32.8%) o para compensar errores de gestión (15.4%). **Es decir, prevalece entre los ciudadanos la idea de que el gobierno considera que necesita los sondeos para mostrar la base de apoyo que legitima la gestión presidencial**.
- El **gasto que el gobierno realiza en publicidad** de su propia gestión **se percibe entre alto** (44.7%) **y moderado** (43.3%). **Entre quienes opinan que el gasto es alto, la gran mayoría** (72.0%) **lo evalúa como algo negativo**.

- La **abrumadora mayoría** de la gente (85.0%) **cree que existen medios de comunicación que dan apoyo al gobierno**. En el imaginario social **predominan con fuerza las creencias** de que los medios que apoyan al gobierno **no lo hacen por convicción** (64.9%) y que, además, ellos **gozan de algún tipo de arreglo que los beneficia** (79.9%). En cambio, se encuentran más repartidas las opiniones de quienes creen que hay medios que dan apoyo al gobierno por temor a la censura (40.5%) y quienes creen que el apoyo en ningún caso se relaciona con dicho temor (32.5%). En otras palabras, **no prevalece entre la ciudadanía la idea de la censura, pero sí la de la existencia de una relación estrecha entre intereses de los medios e intereses de la agenda del gobierno, lo que le podría llegar a restar credibilidad a ambos en términos de percepción pública**.
- Resulta llamativo que la función de comunicación para el control del gobierno, propia de una democracia republicana, es percibida sólo por una pequeña minoría: sólo el 21.7% cree que los sondeos le permiten mantenerse informado, y sólo un escaso 9.5% confía en la información divulgada y considera que esa información le permite ejercer, en su calidad de ciudadano, un control periódico del gobierno.

IV. FICHA TÉCNICA

Fuente: Centro de Opinión Pública de la Universidad de Belgrano (COPUB)

Universo: ciudadanos mayores de 18 años residentes en la Ciudad de Buenos Aires

Diseño Muestral: estratificado por cuotas de sexo y SES

Tamaño Muestral: 704 casos efectivos

Distribución Muestral por género: 50.6% femenino y 49.4% masculino

Método: encuesta (cuestionario con preguntas cerradas y semi-cerradas)

Fecha de administración: 18 al 25 de agosto de 2004