

E.C.O.

ESTUDIOS COMERCIALES Y
DE OPINION, S.A.

Alcalá, 96
MADRID-9

Consejo de Ciento, 118
BARCELONA-15



RESUMEN, SINTESIS Y PRESENTACION DE
TRES ENSAYOS SOCIOLOGICOS SOBRE LAS
ELECCIONES GENERALES DE 1.977 Y 1.979
EN ESPAÑA.



I. EL MAPA BIDIMENSIONAL DEL CAMPO POLITICO
ESPAÑOL DEFINIDO POR EL POSICIONAMIENTO
IDEOLOGICO Y EL COMPORTAMIENTO EN LAS
DOS ELECCIONES GENERALES DE 1977 Y 1979.

(Con una especial atención al problema del DESEN-
CANTO y de la ABSTENCION MILITANTE)



Q. SINTESIS DEL OBJETIVO Y ESTRUCTURA
DEL ENSAYO

0. SINTESIS DEL OBJETIVO Y ESTRUCTURA DEL ENSAYO

0.1. El objeto de la investigación y sus dos dificultades principales

Es la estructura y funcionamiento del "campo político español en el periodo 1977-79". En definitiva se trata de dar respuesta a una serie de preguntas clave:

- ¿Existe algo que pueda ser identificado como el "campo político español"?
- ¿Puede ser identificado, definido con precisión?
- ¿Cuáles son las coordenadas que pueden emplearse para esa identificación y definición?
- ¿Ese "campo político español" es algo informe, casual, caótico e inexplicable o responde a una estructura interna comprensible y tiene un funcionamiento del que es posible predecir regularidades empíricamente demostrables?

O, lo que es lo mismo,

- ¿lo que hacen los españoles en masa en política, por ejemplo, votar o no votar, votar a éste o a aquel, es algo casual, impredecible e inexplicable o, por el contrario, responde a una estructura interna del comportamiento político que es susceptible de ser conocida y que hace posible explicar el funcionamiento del mismo y, dentro de ciertos límites, predecirlo?.

Dar respuesta satisfactoria a esas preguntas supone superar dos dificultades. La primera es la de "los árboles que no dejan ver el bosque". 50.000 mesas electorales por diez partidos \pm quince senadores, por dos elecciones es igual a dos millones y medio de datos sobre el comportamiento político de los españoles. Haber datos hay. Pero son demasiados. ¿Cómo conseguir una idea sistemática, lógica, armónica, congruente, ordenada, de ese maremagnum de información?.

La segunda es el etnocentrismo. Definido por W. G. SUMMER como el "nombre técnico de esa manera de ver las cosas en que el grupo de uno es el centro de todas las cosas y todos los demás son medidos y valorados con referencia a él". Sucede que el etnocentrismo es casi la "enfermedad profesional" del político. Que dificulta la contemplación objetiva, científicamente distanciada, de la realidad electoral. ¿Cómo conseguir una herramienta de análisis que objetive la contemplación de la realidad electoral?

C.2. La originalidad de la solución que hemos encontrado

La solución que hemos encontrado ha empezado por desdeñar los clásicos (e insuficientes) intentos de explicar el comportamiento

político mediante el empleo de las variables de análisis "clásicas" : sexo, edad, estado civil, habitat, región, nivel de estudios, nivel de ingresos, nivel de religiosidad, status socioprofesional, etc.

Y se ha centrado en encontrar una herramienta que explique, a la vez, las variaciones del comportamiento político de los jóvenes y de los viejos, de los campesinos y de los metropolitanos, de los ateos y de los católicos convencidos, de los ricos y de los pobres.

La herramienta consiste en un mapa bidimensional del campo político español definido por dos coordenadas. El "huevo de Colón" del ensayo estriba en la elección de las dos dimensiones empleadas para delimitar ese campo político español.

Hemos empleado dos dimensiones estrechamente relacionadas. Identificadas desde un punto de partida : la distancia del modelo ideal a la realidad.

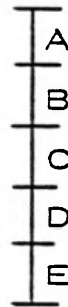
El punto de partida de la construcción de nuestra hipótesis básica ha sido una evidencia : la imperfección de la realidad. Es evidente y no necesita demostración, que la realidad es imperfecta. Que no está acabada. Que no se ajusta a los modelos ideales que de ella construyen los hombres. Todo ello es aplicable a la realidad política española tanto más cuanto que es una realidad en construcción, en transición.

Desde esa evidencia, se nos ocurrió imaginar que el mejor estudio de la realidad política española en su vertiente del comportamiento político de los españoles es el estudio de sus imperfecciones, el estudio de sus inacabamientos, el estudio de las distorsiones de la realidad respecto de su modelo.

En efecto ¿cuáles serían las características más salientes que el modelo, por sí o por sus autores y epígonos, predica de sí mismo?. Las siguientes :

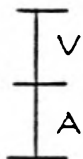
- Si la realidad fuera perfecta, la participación política de todos los españoles a través del voto sería completa. No habría abstención salvo la impuesta por dificultades invencibles (enfermedad, accidente, etc.).
- Si la realidad fuera perfecta, la participación política completa de todos los españoles a través del voto sería una expresión exacta de las posiciones ideológicas de los españoles de forma que las distintas cantidades de votos expresaran exactamente los deseos de los españoles acerca de cómo debe ser la vida comunitaria.

Expresado gráficamente, si la realidad fuera perfecta el comportamiento político de los españoles a través del voto podría ser expresado por una línea como ésta :

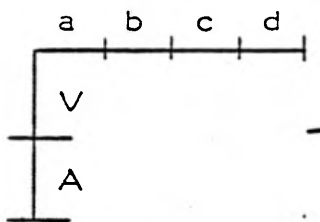


en la que el total de la línea representa el total de votos que coincide con el total del censo y las porciones de recta coinciden con las posiciones ideológicas de los españoles agrupadas en 5 ó 6 grupos que se corresponderían con los partidos en liza.

Pero la realidad no es perfecta. Y, de entrada, esa línea debe ser rectificadada así :



Donde V representa los que votan y A los que se abstienen. Pero es que, además, tenemos la evidencia de que los partidos no representan clara y unívocamente posiciones ideológicas distintas. De forma que en vez de estar identificados en una sola dimensión (y representados en una sola recta el comportamiento a través del voto y la posición ideológica) la realidad afecta más bien una estructura representable así:



donde la recta vertical representa el comportamiento respecto del voto (votantes y abstencionistas) y la horizontal las diversas posiciones ideológicas. Reflejando el hecho, evidente, de que personas de igual o similar posición ideológica tienen comportamientos de voto diferentes (unos votan y otros no y los que votan, votan a partidos diferentes).

Por definición, las dos dimensiones no son ortogonales. Es decir, que no es cierto que la posición en una de las dimensiones sea totalmente independiente de la posición en la otra. Pero (y aquí está la madre del cordero de la utilidad de esta construcción) las dos dimensiones no dejan de ser en alguna medida ortogonales. De forma que no puede decirse que una dimensión sea mecánicamente dependiente de la otra. Desde luego, mucho menos mecánicamente que la edad o el habitat.



Siendo esto así, disponemos de dos dimensiones que :

- a) están estrechamente vinculadas porque sin duda el comportamiento de voto es en parte expresión de la posición ideológica
- b) son parcialmente ortogonales.

Ello significa que el empleo combinado de ambas dimensiones puede permitirnos construir categorías que describen comportamientos diferentes y explican esas diferencias.

0.3. El estudio de las dos dimensiones en este ensayo

En los límites de este ensayo procederemos a realizar :

- A) Un estudio y sistematización de la dimensión "comportamiento político" expresado por el voto (o la abstención) en las dos elecciones (1977 y 1979). Se lleva a cabo en el capítulo 2. Se comparan los comportamientos en las dos elecciones y se matiza la dimensión mediante el empleo de conceptos como la fidelidad del voto y el momento de la decisión. Se presta una especial atención al problema del desencanto y de la abstención militante. Es obvio que esta dimensión convertida en variable concreta sería susceptible de análisis detallado mediante su cruce con las variables clásicas de análisis (sexo, edad, habitat, etc.) Los límites de extensión que nos hemos marcado para este ensayo hacen que tal análisis (de indudable interés) quede postpuesto para otra ocasión.

B) La construcción de la variable POSICION IDEOLOGICA con los instrumentos de la autocalificación ideológica y las respuestas a una serie de alternativas concretas (divorcio, aborto, educación, orden público, etc.). La construcción de esta variable es problema teórico y práctico delicado. Y para afianzar nuestros pasos si hemos procedido aquí a un análisis detallado en cada paso (autocalificación ideológica, alternativas concretas, posición ideológica) según las variables clásicas de análisis.

Sucede así que los capítulos 3, 4, 5 y 6 suponen para el lector dos cosas :

1) Conocer cómo y por qué construimos una de las dimensiones básicas de nuestro mapa.

2) Conocer un análisis detallado de la autocalificación ideológica y de los partidarios y enemigos del divorcio, aborto, educación privada, etc., según sexo, edad, habitat, religiosidad, regiones, estudios, etc., etc.

C) La construcción del mapa o cuadro resumen de las 105 categorías de comportamientos que comprende el campo político español.

0.4. EL "PARADIGMA DE CHAMBERI"

El resultado de nuestro ensayo, combinando trabajo teórico y validación con los datos procedentes de los sondeos pre y postelectorales de ECO, ha sido la elaboración en borrador del "PARADIGMA DE



CHAMBERI" (el nombre responde a vinculaciones personales y afectivas de los autores). Un paradigma teórico que es una codificación, una anotación ordenada, compacta y armoniosa de los conceptos centrales y sus interrelaciones tal como se pueden emplear para la descripción y el análisis del campo político español. Que incluye los conceptos básicos necesarios para servir de guía práctica y lógica para evitar desviaciones lógicas en ese análisis, sugiere la tabulación cruzada sistemática de los conceptos que parecen importantes, facilita la acumulación teórica y favorece la codificación de los análisis cualitativos con rigor similar al de los análisis cuantitativos.

Este ensayo NO contiene el PARADIGMA DE CHAMBERI. Figura al final del ensayo el cuadro de las 105 categorías herramientas de análisis para la elaboración y redacción del PARADIGMA que será objeto de otro ensayo del que el presente es el prólogo o introducción.



1. LA ESCALA "J" DE COMPORTAMIENTO ELECTORAL

1.. LA ESCALA "J" DE COMPORTAMIENTO ELECTORAL

La escala "J" de comportamiento electoral la hemos construido sobre la base de la información que sobre el comportamiento real en las dos elecciones generales de 15-J-1977 y 1-M-1979 poseemos gracias a los sondeos electoral y post-electoral llevados a cabo por ECO en Febrero y Marzo de 1979.

A partir de esos datos hemos dividido a los electores en dos áreas :

Area de votantes en 1979

Area de abstenidos en 1979

1.1. El Area de votantes en 1979 y su división en clases

El Area de votantes en 1979 la hemos dividido en 4 clases :

Clase Veteranos (Cotaron también en 1977)

Clase Novatos (No pudieron votar en 1977)

Clase Recuperados (No quisieron votar en 1977)



Clase Votantes parciales (No sabemos lo que hicieron en 1977)

1.2. La división de la Clase Veteranos en subclases

La Clase Veteranos es la más numerosa (54,4% del total de electores). La hemos dividido en 3 subclases :

Subclase Fieles (Votaron las dos veces al mismo partido)

Subclase Oscilantes (Cambiaron de partido dentro de su área : derecha o izquierda)

Subclase Tránsfugas (Cambiaron de partido y de área política)

1.3. La división en tipos dentro del Area de Votantes

Gracias al sondeo realizado en Marzo de 1979 sabemos en qué momento decidió su voto el elector. Utilizamos ese dato para dividir cada subclase o clase del Area de Votantes en tres tipos según que :

- Decidiera su voto antes de empezar la campaña electoral
- Decidiera su voto durante la campaña electoral
- Decidiera su voto después de la campaña electoral.

Dentro de la Clase de Veteranos, el cruce de las subclases (Fieles, oscilantes, tránsfugas) con el momento de la decisión del voto, nos proporciona nueve tipos distintos según el siguiente cuadro :

Momento de la decisión del voto	Fidelidad en el voto		
	Fieles	Oscilantes	Tránsfugas
Antes de la campaña	Glacis	Unitarios	Conversos
Durante la campaña	Críticos	Convencidos	Persuadidos
Después de la campaña	Tentados	Utilitarios	Damascenos

Las Clases de Novatos y Recuperados también se dividen en tres tipos con el mismo criterio.

La Clase de Novatos (Votaron en 1979 y no pudieron votar en 1977) se divide en los tres tipos siguientes :

Preorientados (Decididos antes campaña)

Dubitativos (Decididos durante campaña)

Indecisos (Decididos después campaña)

La Clase de Recuperados (Votaron en 1979 y no quisieron votar en 1977) se divide en los tres tipos siguientes :

Pre-recuperados (Decididos antes campaña)

Adheridos (Decididos durante campaña)

Ultima leva (Decididos después campaña)

1.4. El Area de Abstenidos en 1979

El Area de Abstenidos en 1979 la hemos dividido en tres clases :

Clase Votantes en 1977



Clase No votantes en 1977

Clase No votantes parciales (No se sabe qué hicieron en 1977)

- La Clase de Abstenidos en 1979 y Votantes en 1977 la hemos dividido en dos subclases :

Subclase Desenganchados (no podieron votar en 1979)

Subclase Desencantados (no quisieron votar en 1979)

- La Clase de Abstenidos en 1979 y Abstenidos (no votantes) en 1977 la hemos dividido en dos subclases :

Subclase Apáticos (No podieron votar en 1977 ni en 1979)

Subclase Alienados (No han votado en las dos y en una o en las dos no han querido votar)

La Subclase de Alienados se divide en tres tipos :

Tipo Alienados recientes (No pudo votar en 1977. No quiso en 1979)

Tipo Alienados (No quiso votar en 1977 ni en 1979)

Tipo Alienados apáticos (No quiso en 1977, no pudo en 1979)

- La Clase No votantes parciales (abstenidos en 1979 de los que no sabemos qué hicieron en 1977) la hemos dividido en dos subclases :

Subclase Apáticos parciales (No podieron votar en 1979)

Subclase Alienados parciales (No quisieron votar en 1979)

1.5. La distribución del electorado en la escala J

Según los datos de los sondeos de ECO, hemos podido distribuir todo el electorado español a lo largo de la escala J, tal como aparece en el cuadro siguiente. (No se han incluido los datos a nivel de tipos).

	AREA	CLASE	SUBCLASE
	%	%	%
<p>ÁREA DE VOTANTES EN 1.979</p> <p>-----</p> <p>CLASE . <u>Veteranos</u> (Votaron también en 1.977)</p> <p>Subclase : <u>Fieles</u> (Votaron las dos veces al mismo partido)</p> <p>Tipo : Glacis (Decididos antes campaña)</p> <p>Tipo : Críticos (Decididos durante campaña)</p> <p>Tipo : Tentados (Decididos después campaña)</p> <p>Subclase : <u>Oscilantes</u> (Cambiaron de partido en su área)</p> <p>Tipo : Unitarios (Decididos antes campaña)</p> <p>Tipo : Convencidos (Decididos durante campaña)</p> <p>Tipo : Utilitarios (Decididos después campaña)</p> <p>Subclase : <u>Tránsfugas</u> (Cambiaron de área política)</p> <p>Tipo : Conversos (Decididos antes campaña)</p> <p>Tipo : Persuadidos (Decididos durante campaña)</p> <p>Tipo : Damascenos (Decididos después campaña)</p> <p>CLASE : <u>Novatos</u> (No pudieron votar en 1.977)</p> <p>Tipo : Preorientados (Decididos antes campaña)</p> <p>Tipo : Dubitativos (Decididos durante campaña)</p> <p>Tipo : Indecisos (Decididos después campaña)</p> <p>CLASE : <u>Recuperados</u> (No quisieron votar en 1.977)</p> <p>Tipo : Pre-recuperados (Decididos antes campaña)</p> <p>Tipo : Adheridos (Decididos durante campaña)</p> <p>Tipo : Última leva (Decididos después campaña)</p> <p>CLASE : <u>Votantes parciales</u> (No se sabe qué hicieron en 1.977)</p>	75,9	54,4	42,6
			5,3
			6,5
		7,6	7,6
		1,3	1,3
		12,6	12,6
<p>ÁREA DE ABSTENIDOS EN 1.979</p> <p>-----</p> <p>CLASE : <u>Votantes en 1.977</u></p> <p>Subclase : <u>Desenganchados</u> (No pudieron votar en 1.979)</p> <p>Subclase : <u>Desencantados</u> (No quisieron votar en 1.979)</p> <p>CLASE : <u>No votantes en 1.977</u></p> <p>Subclase : <u>Apáticos</u> (No pudieron votar en 1.977 ni en 1.979)</p> <p>Subclase : <u>Alienados</u> (No han votado en las dos y en una o las dos no han querido votar)</p> <p>Tipo : Alienados recientes (No pudo en 1.977. No quiso en 1.979)</p> <p>Tipo : Alienados (No quiso votar en 1.977 ni en 1.979)</p> <p>Tipo : Alienados apáticos (No quiso votar en 1.977, no pudo en 1.979)</p> <p>CLASE : <u>No votantes parciales</u> (No se sabe qué hicieron en 1.977)</p> <p>Subclase : <u>Apáticos parciales</u> (No pudieron votar en 1.979)</p> <p>Subclase : <u>Alienados parciales</u> (No quisieron votar en 1.979)</p>	24,1	9,6	2,6
			7,0
		6,4	
			1,9
			4,5
		8,1	
			1,5
			6,6
	100,0	100,0	100,0



2. LA ESCALA "M" DE POSICION IDEOLO-
GICA

2. LA ESCALA "M" DE POSICION IDEOLOGICA

La otra dimensión que, junto con la del comportamiento electoral en dos elecciones generales, hemos empleado para delimitar el "campo político español" es la "POSICION IDEOLOGICA".

Para construirla, hemos empleado dos instrumentos :

- La autodefinición ideológica
- La posición ante una serie de cuestiones concretas y claras (divorcio, aborto, educación, orden público, desarrollo económico, etc.)

2.1. La autoidentificación ideológica, cargada (sesgada) hacia la izquierda

Para construir la variable "POSICION IDEOLOGICA" (y colocar a lo largo de ella al conjunto de la población integrante del Censo

electoral) pensamos inicialmente en emplear sin más la autoidentificación que nos proporcionó cada entrevistado en el sondeo.

Les hicimos esta pregunta :

CUANDO SE PIENSA EN TENDENCIAS POLITICAS, SE USAN NORMALMENTE LAS PALABRAS IZQUIERDA Y DERECHA. POR FAVOR, SITUESE EN LA ESCALA SIGUIENTE DE ACUERDO CON SU TENDENCIA POLITICA

Extrema izquierda	1
	2
	3
	4
	5
	6
Extrema derecha	7

Y obtuvimos las siguientes respuestas :

	<u>%</u>
Extrema izquierda 1	3
2	12
3	24
4	30
5	7
6	3
Extrema derecha 7	1
No sabe/No contesta	20
	100



Esos resultados nos advirtieron enseguida de dos problemas importantes que impedían el uso, sin más, de esa variable para construir nuestro mapa :

- A) Carecíamos de información sobre la quinta parte (el 20%) de la población.

- B) El conjunto de los que contestaban estaba claramente sesgado, cargado hacia la izquierda. En efecto, los que contestaron 1, 2, 3 sumaban el 39% frente a un 30% de centro (el 4) y un 11% de la derecha (los que contestaron 5, 6, 7). Era obvio que la autoidentificación estaba cargada, sesgada, hacia la izquierda. O, lo que es lo mismo, que la mayoría de los que contestaban evidentemente eran gente de centro y de derecha.

Para resolver los dos problemas (abarcarse a toda la población y eliminar el sesgo a la izquierda) era preciso corregir la variable. Para ello empleamos otra información procedente también de los sondeos ECO.

2.2. La elección entre alternativas como corrector de la autoidentificación ideológica para construir la POSICION IDEOLOGICA. Las razones para ese uso.

El sondeo pre-electoral de ECO (recuérdese que hecho a la MISMA gente a la que luego se le preguntó si había votado y a quién) nos proporcionó la respuesta a una serie de seis alternativas que le habían sido planteadas a los encuestados en la entrevista. Concretamente así :



"Ahora, si le parece, le voy a dar a elegir entre dos alternativas. Aunque le cueste mucho decidirse por alguna, siempre se tiene una preferencia final. ¿Cuál diría que prefiere?

- ¿Orden público o libertad de expresión?
- ¿Educación pública o educación privada?
- ¿Aborto no permitido o aborto permitido?
- ¿Divorcio permitido o divorcio no permitido?
- ¿Buenas costumbres morales o más libertad sexual?
- ¿Libertad sindical o desarrollo económico?

¿Por qué hemos empleado las respuestas a estas cuestiones para construir la variable POSICION IDEOLOGICA?. Por dos razones :

1^a. Nos resuelve el problema de que a la autoidentificación ideológica no contestó el 20 % de los entrevistados. En efecto, las respuestas a las alternativas abarcan casi el 100 %.

2^a. Nos resuelve el problema del sesgo a la izquierda de la autoidentificación ideológica. Tenemos que explicar esto con algún detalle.

En efecto, estas alternativas tienen una ventaja instrumental a nuestros efectos de posicionamiento ideológico. La de que se refieren a cuestiones concretas. De forma que el entrevistado, al responder, piensa que se le está preguntando por su opinión respecto de esas cuestiones concretas y no se le pasa por la imaginación que al contestar está (también) indicando su posición ideológica. Por eso precisamente estas alternativas iban en el cuestionario antes que la pregunta de autoidentificación ideológica.

Tres de las cuestiones (Divorcio, aborto, educación) tienen relación con la familia. Y siendo la familia una institución básica del sistema social, su concepción concreta es altamente predictiva de la posición política e ideológica. Se trata de cuestiones fácilmente comprensibles por todos. De cuestiones que afectan al ámbito más íntimo, más cercano, del individuo. De cuestiones en las que las decisiones políticas van a tener más directa y universal repercusión sobre los individuos. Todo lo cual, las convierte en un excelente instrumento de medida de las posiciones personales acerca del cambio. Algo similar sucede con la alternativa buenas costumbres morales - más libertad sexual que plantea con mucha crudeza el enfrentamiento de dos sistemas de valores : el jerarquizado a partir de la ley de la Moral y el jerarquizado a partir de la Libertad. Las otras dos alternativas contienen también elementos que en el momento presente implican muy fuertemente a los individuos. Paro y terrorismo son problemas candentes implícitamente aludidos bajo las expresiones Desarrollo económico y Orden público.

En definitiva, creemos que la utilización de las respuestas a estas alternativas nos han permitido construir la variable "POSICION IDEOLOGICA" mucho más afinada y ajustadamente que si nos fiáramos tan solo de la autoidentificación ideológica.

Sucede, además, que las respuestas a estas alternativas son congruentes con la autoidentificación ideológica. Aunque no totalmente correspondientes.

La tabla E bis cruza la autoidentificación ideológica concentrada así: Izquierda (respuesta 1, 1 en la escala), centro izquierda (3), centro (4), centro derecha (5), derecha (6 y 7), con las respuestas a las alternativas.

TABLA E bis

	TOTAL	AUTOIDENTIFICACION IDEOLOGICA				
		IZQUIERDA	CENTRO IZQUIERDA	CENTRO	CENTRO DERECHA	DERECHA
<u>EDUCACION</u>						
- Pública	80	93	90	77	72	60
- No responde	12	4	6	13	14	19
- Privada	8	3	4	10	14	21
	100	100	100	100	100	100
<u>DIVORCIO</u>						
- Permitido	56	81	72	48	44	25
- No responde	8	4	4	8	9	10
- No permitido	36	15	24	44	47	65
	100	100	100	100	100	100
<u>ABORTO</u>						
- Permitido	27	58	36	17	14	12
- No responde	12	9	11	10	8	6
- No permitido	61	33	53	73	78	82
	100	100	100	100	100	100
- LIBERTAD DE EXPRESION						
- No responde	37	71	52	23	16	11
- ORDEN PUBLICO	15	10	10	14	9	10
	48	19	38	63	75	79
	100	100	100	100	100	100
- LIBERTAD SINDICAL						
- No responde	32	60	44	23	18	16
- DESARROLLO ECONOMICO	31	16	22	31	28	23
	37	24	34	46	54	61
	100	100	100	100	100	100
- MAS LIBERTAD SEXUAL						
- No responde	20	48	27	9	8	7
- BUENAS COSTUMBRES MORALES	12	12	12	9	8	4
	68	40	61	82	84	89
	100	100	100	100	100	100

Hay congruencia, pero no correspondencia completa.

Hay personas que se autoidentificaron como izquierda y expresaron preferencia por posturas "de derecha" (Divorcio no permitido, por ejemplo). Pero la tabla E bis nos muestra cómo invariablemente los porcentajes de respuestas "de derecha" en cada una de las seis alternativas, crecen a medida que nos desplazamos hacia la derecha en la escala de autoidentificación ideológica, y cómo crecen invariablemente las respuestas "de izquierda" en las seis alternativas a medida que nos desplazamos a la izquierda.

Observese cómo respecto al ABORTO, donde hay mayoría a favor de que no sea permitido, hay, por el contrario, mayoría absoluta en la "izquierda" a favor de que se permita. Y cómo, análogamente, hay en la "izquierda" mayoría a favor de MAS LIBERTAD SEXUAL mientras que en el conjunto hay mayoría por la opción contraria. Y cómo hay mayoría además de en la "izquierda", en el "centro izquierda" respecto de la LIBERTAD DE EXPRESION y la LIBERTAD SINDICAL, mientras que en el conjunto la mayoría está a favor de las opciones contrarias.

Hay congruencia, pues. Pero no correspondencia. Porque la tabla nos advierte que hay un 3% de la "izquierda" que prefiere "educación privada", un 15% que prefiere "divorcio no permitido", un 33% que prefiere "aborto no permitido", un 19% que prefiere "orden público" a "libertad de expresión", un 24% que prefiere "desarrollo económico" a "libertad sindical" y un 40% que prefiere "buenas costumbres morales" a "más libertad sexual".

Eso significa que las respuestas a las alternativas compensan hacia la derecha el sesgo hacia la izquierda de la autoidentificación ideológica.



Digamos, rápidamente, que las respuestas a las alternativas nos indican que :

LOS ESPAÑOLES QUIEREN :

<u>Aplastantemente</u>	(80 %)	<u>EDUCACION PUBLICA</u>
<u>Nítidamente</u>	(58 %)	<u>QUE NO HAYA MAS LIBERTAD SEXUAL</u>
<u>Nítidamente</u>	(61 %)	<u>QUE NO SE PERMITA EL ABORTO</u>
<u>Nítidamente</u>	(56 %)	<u>QUE SI SE PERMITA EL DIVORCIO</u>
<u>Mayoritariamente</u>	(48 % -37 %)	<u>QUE SE PREFIERA EL ORDEN PUBLICO A LA LIBERTAD DE EXPRESION</u>
<u>Mayoritariamente</u>	(37 % -32 %)	<u>QUE SE PREFIERA EL DESARROLLO ECONOMICO A LA LIBERTAD SINDICAL</u>

Dicho de otro modo. Que España es hoy :

UN PAIS CLARAMENTE DE IZQUIERDA en lo que respecta a
EDUCACION y
DIVORCIO

UN PAIS CLARAMENTE DE DERECHA en lo que respecta a

LIBERTAD SEXUAL y
ABORTO

UN PAIS EMPATADO (con LIGERA VENTAJA A LA DERECHA) en lo que respecta a

ORDEN PUBLICO y
DESARROLLO ECONOMICO

2.3. La utilización de las respuestas a las alternativas. El CCAICD
(Componente concreto de actitudes de izquierda, centro y derecha)

Para emplear operativamente esa corrección del sesgo a la izquierda de la autoidentificación ideológica, hemos constituido una variable sintética (CCAICD) con las respuestas a las seis alternativas concretas.

Para construir como variable sintética el CCAICD (Componente concreto de actitudes de izquierda, centro y derecha) hemos atribuido en cada alternativa, 1 punto a la respuesta de izquierda, 2 puntos al "no contesta" y 3 a la respuesta de derecha. O sea :

- 1 punto a los que han respondido :

Educación pública, divorcio permitido, aborto permitido
libertad de expresión, libertad sindical o más libertad
sexual.

- 2 puntos a los que no responden.

- 3 puntos a los que han respondido :

Educación privada, divorcio no permitido, aborto no permitido, orden público, desarrollo económico o buenas costumbres morales.

Y así hemos construido la escala del CCAICD de la forma siguiente :

¿Qué diferencias hay entre esa distribución y la de la autoidentificación ideológica?.

Vamos a compararlas.

<u>Detallada</u>			Autoidentificación ideológica excluyendo el no contesta
TIPOS	CCAICD	Autoidentificación ideológica	
	%	%	%
1 (Extrema izda.)	7	3	4
2	11	12	15
3	15	24	30
4	27	30	37
5	25	7	9
6	13	3	4
7 (Extrema dcha.)	2	1	1
	<hr/>	<hr/>	<hr/>
	100	80	100

Se advierte con claridad que si la autoidentificación ideológica estaba cargada hacia la izquierda (49% en los puestos 1, 2, 3), la CCAICD está cargada hacia la derecha (40% en las posiciones 5, 6, 7).

Ello significa dos cosas. Una, que afecta a nuestro trabajo en este ensayo y que consiste en que el empleo de la síntesis del CCAICD para construir la nueva variable de POSICION IDEOLOGICA supondrá una corrección de la escala hacia la derecha. Otra, que justifica nuestra aceptación como teóricos de que esa corrección de la autoidentificación ideológica hacia la derecha en nuestra es-



cala "M" de POSICION IDEOLOGICA, es una constatación de la realidad. La de que es más fácil "decirse" de izquierda, e incluso votar a un partido "de izquierda" que aceptar en la práctica, aunque sea a nivel de preferencia, cambios profundos en la institución familiar o en la estructura real de la sociedad. Como eso es así y así lo demuestra nuestra encuesta, nosotros aceptamos el corrimiento hacia la derecha que supone nuestra escala "M" respecto de la autoidentificación ideológica porque creemos que así la escala "M" refleja mejor la realidad española que si aceptáramos como bueno que los españoles son tan de izquierda como "dicen" -ahora- (o incluso votan) que son.

Veamos ahora la Tabla F bis que cruza la autoidentificación ideológica con la síntesis del CCAICD.



Se ve que, efectivamente, las cosas son más complejas de lo que parece a primera vista. Que un 7% de los autocalificados como extrema izquierda (valor 1 de la escala) figuran, sin embargo, por sus respuestas a las alternativas concretas, en el área de la derecha del CCAICD. Y, así, un 12% de los autocolocados en el valor 2. Y un 22% de los autocolocados en el valor 3.

Y, viceversa, un 8% de los autodefinidos como extrema derecha (valor 7 de la escala) dan respuestas tales a las alternativas concretas, que les colocan en el área izquierda del CCAICD.

Esos hechos tienen un corolario importante para nosotros. Tranquilizante para nosotros en lo que respecta a la construcción de nuestra escala "M" y a la lógica y coherencia de esa construcción. En efecto, si parte de los que SI se han autodefinido ideológicamente de izquierda figuran por sus respuestas en el área de derecha del CCAICD, ello quiere decir que no todos los que NO se han autodefinido son de derecha. Cosa que puede comprobarse en la tabla F bis viendo como la "distribución CCAICD" de las columnas "No sabe", "No contesta" se asemeja bastante a la del conjunto del CCAICD y a la de la posición centro del CCAICD. Están algo cargadas a la derecha, es cierto. Y ello supone que, en parte, era cierta nuestra expresada presunción de que los que no se autodefinen son, en su mayoría, de derecha y no lo hacen por precaución o pudor ante la "moda de ser de izquierda".

Pero, sobre todo, eso nos justifica para emplear la síntesis del CCAICD como forma de completar la POSICION IDEOLOGICA resolviendo el problema del 20% que no contestó a la autoidentificación ideológica. Supondrá, ciertamente, un corrimiento hacia la derecha. Pero no escandalosamente mayor que el propio corrimiento hacia la derecha que muestran en el CCAICD los que SI se autodefinieron ideológicamente.



2.4. LA CONSTRUCCION DE LA VARIABLE "POSICION IDEOLOGICA" (REVOLUCIONARIOS, REFORMISTAS, MODERADOS, CONSERVADORES Y CRUZADOS)

Construimos, pues, la variable "POSICION IDEOLOGICA" combinando los valores que cada entrevistado tiene en la escala de autoidentificación ideológica, que va de 1 (extrema izquierda) a 7 (extrema derecha) y en la escala del CCAICD (Componente concreto de actitudes de izquierda, centro y derecha), que también va de 1 (extrema izquierda) a 7 (extrema derecha). La forma es la siguiente :

1) Sumamos los dos valores.

2) Atribuimos, en la nueva escala de POSICION IDEOLOGICA

el valor 1 (Revolucionarios) a los que tienen una suma de 2 ó 3.

el valor 2 (Reformistas) a los que tienen una suma de 4, 5 ó 6.

el valor 3 (Moderados) a los que tienen una suma de 7, 8 ó 9.

el valor 4 (Conservadores) a los que tienen una suma de 10, 11 ó 12.

el valor 5 (Cruzados) a los que tienen una suma de 13 ó 14.

3) Como hay un 20% de entrevistados que no han contestado a la autoidentificación ideológica, construimos su POSICION IDEOLOGICA sólo con el valor que tienen en la escala del CCAICD. De la forma siguiente :

Damos el :



- valor 0 (Revolucionarios bis) a los que tienen en CCAICD 1.
- valor 9 (Reformistas bis) a los que tienen en CCAICD 2 ó 3.
- valor 8 (Moderados bis) a los que tienen en CCAICD 4.
- valor 7 (Conservadores bis) a los que tienen en CCAICD 5 ó 6.
- valor 6 (Cruzados bis) a los que tienen en CCAICD 7.

Luego refundimos los "bis" en sus categorías respectivas, quedándonos así con la

Escala "M" de POSICION IDEOLOGICA

Revolucionarios

Reformistas

Moderados

Conservadores

Cruzados

Para visualizar los extremos, observese, por ejemplo, que un "Revolucionario" es alguien que :

- A) Se ha autocalificado ideológicamente como "extrema izquierda" (valor 1 en esa escala) y ha declarado preferir Divorcio permitido, Aborto permitido, Más libertad sexual, Libertad de expresión, Libertad sindical y Educación pública, o
- B) Se ha autocalificado como extrema izquierda (valor 1) y ha hecho cinco de esas seis preferencias y no ha escogido la de derecha en la sexta, o ha escogido en una la opción de derecha, o ha hecho cuatro de esas seis preferencias y no ha escogido la de derecha en las otras dos, o
- C) Ha declarado esas seis preferencias y se ha autocalificado 2 en la escala ideológica.

Un "Cruzado" es alguien que :

- A) Se ha autocalificado como "extrema derecha" (valor 7 en esa escala) y ha declarado preferir Divorcio no permitido, Aborto no permitido, Escuela privada, Orden público, Desarrollo económico y Buans costumbres morales.
- B) Ha declarado esas seis preferencias y se ha autocalificado 6 en la escala ideológica.
- C) Se ha autocalificado como "extrema derecha" (valor 7 en esa escala) y ha declarado preferir cinco de esas opciones, y una opción de izquierda. O cinco y no ninguna de izquierda. O cuatro y no las de izquierda en las otras dos.

2.5. LA DISTRIBUCION DE LOS ELECTORES SEGUN LA ESCALA "M" DE POSICION IDEOLOGICA : 5% DE REVOLUCIONARIOS, 26% DE REFORMISTAS, 45% DE MODERADOS, 23% DE CONSERVADORES Y 1% DE CRUZADOS

La distribución en la escala "M" de POSICION IDEOLOGICA de los electores españoles, de los españoles en edad electoral, según nuestros sondeos pre y post-electorales, es la siguiente :

	%
<u>Revolucionarios</u>	5
<u>Reformistas</u>	26
<u>Moderados</u>	45
<u>Conservadores</u>	23
<u>Cruzados</u>	1
	100

3. EL "PARADIGMA DE CHAMBERI". EL MAPA BIDIMENSIONAL DEL CAMPO POLITICO ESPAÑOL DEFINIDO POR LA POSICION IDEOLOGICA Y EL COMPORTAMIENTO ELECTORAL EN LAS DOS ELECCIONES GENERALES.



3. EL "PARADIGMA DE CHAMBERI". EL MAPA BIDIMENSIONAL DEL CAMPO POLITICO ESPAÑOL DEFINIDO POR LA POSICION IDEOLOGICA Y EL COMPORTAMIENTO ELECTORAL EN LAS DOS ELECCIONES GENERALES

Bien. Llegamos al final de este ensayo. Disponemos ya de las dos herramientas necesarias para construir lo que era nuestro objetivo : un mapa bidimensional del campo político español definido por la posición ideológica y el comportamiento electoral en las dos elecciones generales de 1977 y 1979. La escala "M" de POSICION IDEOLOGICA y la escala "J" de COMPORTAMIENTO ELECTORAL las tenemos ya definidas y con valores atribuidos para 1979. Podemos cruzar las dos dimensiones y obtener así un mapa, una falsilla con 105 categorías, con 105 casillas (5 posiciones en la escala "M" multiplicadas por 21 posiciones en la escala "J"). Disponemos así de una herramienta no sólo taxonómica sino heurística para el estudio y análisis de los comportamientos políticos y sociales.



		REVOLUCIONARIOS	REFORMISTAS	MODERADOS	CONSERVADORES	CRUZADA ECU	
VOTANTES EN 1979	VETERANOS	FIELES	1 <u>GLACIS</u>	2 <u>GLACIS</u>	3 <u>GLACIS</u>	4 <u>GLACIS</u>	5 <u>GLACIS</u>
			6 <u>CRITICOS</u>	7 <u>CRITICOS</u>	8 <u>CRITICOS</u>	9 <u>CRITICOS</u>	10 <u>CRITICOS</u>
			11 <u>TENTADOS</u>	12 <u>TENTADOS</u>	13 <u>TENTADOS</u>	14 <u>TENTADOS</u>	15 <u>TENTADOS</u>
		OSCILANTES	16 <u>UNITARIOS</u>	17 <u>UNITARIOS</u>	18 <u>UNITARIOS</u>	19 <u>UNITARIOS</u>	20 <u>UNITARIOS</u>
			21 <u>CONVENCIDOS</u>	22 <u>CONVENCIDOS</u>	23 <u>CONVENCIDOS</u>	24 <u>CONVENCIDOS</u>	25 <u>CONVENCIDOS</u>
			26 <u>UTILITARIOS</u>	27 <u>UTILITARIOS</u>	28 <u>UTILITARIOS</u>	29 <u>UTILITARIOS</u>	30 <u>UTILITARIOS</u>
		TRANSIGAS	31 <u>CONVERSOS</u>	32 <u>CONVERSOS</u>	33 <u>CONVERSOS</u>	34 <u>CONVERSOS</u>	35 <u>CONVERSOS</u>
			36 <u>PERSUADIDOS</u>	37 <u>PERSUADIDOS</u>	38 <u>PERSUADIDOS</u>	39 <u>PERSUADIDOS</u>	40 <u>PERSUADIDOS</u>
			41 <u>DAMASCENOS</u>	42 <u>DAMASCENOS</u>	43 <u>DAMASCENOS</u>	44 <u>DAMASCENOS</u>	45 <u>DAMASCENOS</u>
	NOVATOS	46 <u>PREORIENTADOS</u>	47 <u>PREORIENTADOS</u>	48 <u>PREORIENTADOS</u>	49 <u>PREORIENTADOS</u>	50 <u>PREORIENTADOS</u>	
		51 <u>DUBITATIVOS</u>	52 <u>DUBITATIVOS</u>	53 <u>DUBITATIVOS</u>	54 <u>DUBITATIVOS</u>	55 <u>DUBITATIVOS</u>	
		56 <u>INDECISOS</u>	57 <u>INDECISOS</u>	58 <u>INDECISOS</u>	59 <u>INDECISOS</u>	60 <u>INDECISOS</u>	
	RECUPERADOS	61 <u>PRE-RECUPERADOS</u>	62 <u>PRE-RECUPERADOS</u>	63 <u>PRE-RECUPERADOS</u>	64 <u>PRE-RECUPERADOS</u>	65 <u>PRE-RECUPERADOS</u>	
		66 <u>ADHERIDOS</u>	67 <u>ADHERIDOS</u>	68 <u>ADHERIDOS</u>	69 <u>ADHERIDOS</u>	70 <u>ADHERIDOS</u>	
		71 <u>ULTIMA LEVA</u>	72 <u>ULTIMA LEVA</u>	73 <u>ULTIMA LEVA</u>	74 <u>ULTIMA LEVA</u>	75 <u>ULTIMA LEVA</u>	
	ABSTENCIONES 1979	VOTARON EN 1.977	76 <u>DESENGANCHADOS</u>	77 <u>DESENGANCHADOS</u>	78 <u>DESENGANCHADOS</u>	79 <u>DESENGANCHADOS</u>	80 <u>DESENGANCHADOS</u>
			81 <u>DESENCANTADOS</u>	82 <u>DESENCANTADOS</u>	83 <u>DESENCANTADOS</u>	84 <u>DESENCANTADOS</u>	85 <u>DESENCANTADOS</u>
		TAMPOCO VOTARON EN 1.977	86 <u>APATICOS</u>	87 <u>APATICOS</u>	88 <u>APATICOS</u>	89 <u>APATICOS</u>	90 <u>APATICOS</u>
			91 <u>ALIENADOS REC.</u>	92 <u>ALIENADOS REC.</u>	93 <u>ALIENADOS REC.</u>	94 <u>ALIENADOS REC.</u>	95 <u>ALIENADOS REC.</u>
			96 <u>ALIENADOS</u>	97 <u>ALIENADOS</u>	98 <u>ALIENADOS</u>	99 <u>ALIENADOS</u>	100 <u>ALIENADOS</u>
			101 <u>ALIENAD, APATICOS</u>	102 <u>ALIENAD, APATICOS</u>	103 <u>ALIENAD, APATICOS</u>	104 <u>ALIENAD, APATICOS</u>	105 <u>ALIENAD, APATICOS</u>



1. El glacis de los revolucionarios
2. El glacis de los reformistas
3. El glacis de los moderados
4. El glacis de los conservadores
5. El glacis de los cruzados
6. Revolucionarios críticos
7. Reformistas críticos
8. Moderados críticos
9. Conservadores críticos
10. Cruzados críticos
11. Revolucionarios tentados
12. Reformistas tentados
13. Moderados tentados
14. Conservadores tentados
15. Cruzados tentados
16. Revolucionarios unitarios
17. Reformistas unitarios
18. Moderados unitarios
19. Conservadores unitarios
20. Cruzados unitarios
21. Revolucionarios convencidos
22. Reformistas convencidos
23. Moderados convencidos
24. Conservadores convencidos
25. Cruzados convencidos
26. Revolucionarios utilitarios
27. Reformistas utilitarios
28. Moderados utilitarios
29. Conservadores utilitarios
30. Cruzados utilitarios
31. Revolucionarios conversos
32. Reformistas conversos
33. Moderados conversos
34. Conservadores conversos
35. Cruzados conversos
36. Revolucionarios persuadidos
37. Reformistas persuadidos
38. Moderados persuadidos
39. Conservadores persuadidos
40. Cruzados persuadidos
41. Revolucionarios damascenos
42. Reformistas damascenos
43. Moderados damascenos
44. Conservadores damascenos
45. Cruzados damascenos
46. Revolucionarios preorientados
47. Reformistas preorientados
48. Moderados preorientados
49. Conservadores preorientados
50. Cruzados preorientados
51. Revolucionarios dubitativos
52. Reformistas dubitativos
53. Moderados dubitativos
54. Conservadores dubitativos
55. Cruzados dubitativos
56. Revolucionarios indecisos
57. Reformistas indecisos
58. Moderados indecisos
59. Conservadores indecisos
60. Cruzados indecisos
61. Revolucionarios pre-recuperados
62. Reformistas pre-recuperados
63. Moderados pre-recuperados
64. Conservadores pre-recuperados
65. Cruzados pre-recuperados

66. Revolucionarios adheridos
67. Reformistas adheridos
68. Moderados adheridos
69. Conservadores adheridos
70. Cruzados adheridos
71. Revolucionarios última leva
72. Reformistas última leva
73. Moderados última leva
74. Conservadores última leva
75. Cruzados última leva
76. Revolucionarios desenganchados
77. Reformistas desenganchados
78. Moderados desenganchados
79. Conservadores desenganchados
80. Cruzados desenganchados
81. Revolucionarios desencantados
82. Reformistas desencantados
83. Moderados desencantados
84. Conservadores desencantados
85. Cruzados desencantados

86. Revolucionarios apáticos
87. Reformistas apáticos
88. Moderados apáticos
89. Conservadores apáticos
90. Cruzados apáticos
91. Revolucion. alienados recientes
92. Reformistas alienados recientes
93. Moderados alienados recientes
94. Conservad. alienados recientes
95. Cruzados alienados recientes
96. Revolucionarios alienados
97. Reformistas alienados
98. Moderados alienados
99. Conservadores alienados
100. Cruzados alienados
101. Revolucion. alienados apáticos
102. Reformistas alienados apáticos
103. Moderados alienados apáticos
104. Conservad. alienados apáticos
105. Cruzados alienados apáticos

Este mapa bidimensional del campo político español, este cuadro de 105 categorías lógicamente estructuradas en función de la distribución en la realidad de las dos coordenadas, no es -obviamente- el paradigma de CHAMBERI (al que, por cierto, hemos dado ese nombre sus autores por razones de vinculación afectiva y personal).

Como ya advertimos al comenzar esta ensayo, un paradigma teórico es una codificación, una anotación ordenada, compacta y armoniosa de los conceptos centrales y sus interrelaciones tal como se pueden emplear para la descripción y el análisis del campo político español. Que incluye los conceptos básicos necesarios para servir de guía práctica y lógica para evitar desviaciones lógicas en ese análisis; sugiere la tabulación cruzada sistemática de los conceptos que parecen importantes, facilita la acumulación teórica y favorece la codificación de los análisis cualitativos con rigor similar al de los análisis cuantitativos.

Ese paradigma no se incluye en este ensayo. Interrumpimos el ensayo en el punto en que ha quedado construido el mapa bidimensional que ha sido la herramienta empleada para la elaboración del paradigma.

Sin embargo, es obvia la utilidad del mapa en sí mismo. Como lo es la versatilidad de sus posibles empleos. Únicamente a título de ejemplo y como avance de futuros trabajos en los que lo emplearemos, vamos a presentar una de sus posibles aplicaciones. Cabe, en efecto, utilizar el paradigma de forma detallada o, por el contrario, resumida, usando la óptica no de las 105 categorías, sino la de agregaciones de ellas. En el ejemplo que vamos a presentar figuran los valores del paradigma para el 1-M-79 y para el total de electores españoles contemplando únicamente en la dimensión vertical 4 grupos : votantes veteranos fieles, oscilantes y tráfugas y resto de categorías.

Presentamos los valores de cada casilla respecto del total de electores y,



además, en porcentajes verticales (respecto de las cinco posiciones ideológicas) y horizontales (respecto de fieles, oscilantes y tráfugas).

		REVOLUCIO NARIOS	REFOR MISTAS	MODERADOS	CONSERVA DORES	CRUZADOS
VOTANTES VETERANOS Votaron en 1977 y en 1979	<u>FIELES</u> (votaron al mismo partido)	1,30%	10,00%	20,98%	10,11%	0,27%
	<u>OSCILANTES</u> (votaron distinto partido; misma familia)	0,44%	2,04%	1,30%	1,28%	0,21%
	<u>TRANSFUGAS</u> (votaron distinto partido de distinta familia)	0,10%	1,34%	4,00%	1,02%	0,01%
TODAS LAS OTRAS CATEGORIAS		3,63%	12,84%	18,27%	10,55%	0,36%



VALORES DEL PARADIGMA DE CHAMBERI (RESUMIDO) PARA EL 1-M-79. TOTAL ELECTORES ESPAÑOLES
 PORCENTAJES VERTICALES

			REVOLUCIO <u>N</u> ARIOS	REFOR <u>M</u> ISTAS	MODE <u>R</u> ADOS	CONSERVA <u>D</u> ORES	CRUZA <u>D</u> OS
VOTANTES VETERANOS	FIELES	42,6	24,37	38,67	47,71	44,63	32,18
	OSCILAN <u>T</u> ES	5,3	8,30	7,90	3,05	5,66	25,29
	TRANS-FUGAS	6,5	1,99	5,18	9,11	4,52	2,30
	TOTAL	54,4	34,66	51,75	59,87	54,81	59,77
TODAS LAS OTRAS CATEGORIAS		45,6	65,34	48,25	40,13	45,19	40,23
TOTAL		100	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00



VALORES DEL PARADIGMA DE CHAMBERI (RESUMIDO) PARA EL 1-M-79. TOTAL ELECTORES ESPAÑOLES
 PORCENTAJES HORIZONTALES

		TOTAL	REVOLUCIO NARIOS	REFOR MISTAS	MODE RADOS	CONSERVA DORES	'CRUZA DOS
		100	5,47	26,22	44,55	22,96	0,85
VOTANTES VETERANOS	FIELES	100	3,05	23,45	49,16	23,70	0,64
	OSCILAN TES	100	8,33	38,41	25,18	24,09	3,99
	TRANS- FUGAS	100	1,64	20,65	61,66	15,75	0,30
TODAS LAS OTRAS CATEGORIAS		100	7,90	28,25	39,93	23,16	0,76



- PRESENTACION DEL ENSAYO

- UN DETALLE DEL ENSAYO : AREA EN DUDA.
ORIENTACION PARA LA ACCION

- INDICE DETALLADO DEL ENSAYO

PRESENTACION DEL ENSAYO

La mejor encuesta electoral son los resultados electorales. Nuestro ensayo parte de la afirmación (y la glosa) de esa perogrullada. Para subrayar que la paradoja de que grandes medios periodísticos (como el PAIS por ejemplo) hayan gastado una cantidad considerable de dinero en hacer (y publicar) encuestas sociológicas pre-electorales y no hayan gastado la muy inferior necesaria para hacer un análisis sociológico de los resultados.

Por supuesto, esa paradoja es más acusada si en vez de periódicos se contempla el caso de partidos políticos.

La ventaja de los resultados electorales sobre las encuestas es, evidentemente, su mayor precisión. Toda encuesta tiene un margen de error máximo probable (mayor o menor). Los resultados, por definición, no tienen margen de error. No importa qué pequeño sea el segmento que se tome (un municipio, incluso una sección electoral) los resultados son los resultados. A diferencia de los datos de encuesta en los que a medida que se desciende al detalle, a medida que se precisa el segmento se hace más y más pequeña la muestra y más y más grande el margen de error.

Como, además, son múltiples los datos de toda índole (demográficos, económicos, socioculturales, etc.) que se poseen a nivel de municipio, es obvio que es posible, partiendo de los resultados atacar el problema fundamental del sociólogo electoral (y, por supuesto, de los estrategias y tácticos de los partidos y no solo en campaña) : el de que el voto no es homogéneo.

El problema, ya sea a nivel científico o a nivel de planificación de acción política, no es tanto CUANTOS votan a un partido. Sino QUIENES le votan. Y, sobre todo, DONDE le votan. Ese DONDE es fundamental en España porque su sistema electoral es proporcional corregido. De forma que las circunscripciones electorales (provincias en las generales, municipios en las municipales) tienen una importancia decisiva, tan decisiva que CD con un millón de votos dispersos por España ha conseguido 9 diputados y el PNV con la cuarta parte de votos, pero concentrados en 3 provincias, ha sacado 7 diputados.

Por definición, los resultados electorales permiten conocer con precisión la distribución geográfica del voto. Y, a partir de ahí, realizar un análisis sociológico que lo explique. Y que, además, advierta de cuales son las áreas críticas, las áreas donde se corre riesgo de perder o de ganar. Y cuales son las áreas sólidas y fuertes propias. Aquellas a cuyas gentes (que forman la "clientela", el área de apoyo propio) un partido no puede permitirse el lujo de irritar u ofender con sus acciones y omisiones tanto dentro como fuera del periodo electoral.

El ensayo es un ejemplo de como puede hacerse un análisis de ese tipo. Es una muestra incompleta porque se limita a manejar los datos de las elecciones generales (77 y 79) cuando podr'ia haberse empleado también los datos de las municipales.

Y es incompleta porque se limita a hacer el análisis utilizando como unidades políticas dos grandes grupos : derecha e izquierda. Cuando, lógicamente, podía haberse hecho análogamente referido a cada partido o coalición.

Pero este ensayo no tienen más finalidad que ensayar la técnica de análisis y ver

si funciona.

La mera lectura del índice detallado y la de las páginas que reproducimos relativas al "área en duda" y a la utilidad operativa del mapa 26 y de los conceptos de municipios "críticos", "competidos", "sólidos" y "fuertes" pueden dar idea suficiente de la eficacia.

En el cuerpo del ensayo se justifica la elección de Castellón como provincia para hacer el ensayo señalando (con datos) como se trata de una provincia "media" y "representativa" según diversos criterios.

AREA "EN DUDA" - MUNICIPIOS "CRITICOS" Y "COMPETIDOS" SEGUN LOS RESULTADOS DE LAS ELECCIONES 1 · M · 1979


MAYORIA DE DERECHA
VENTAJA SOBRE LA IZQUIERDA

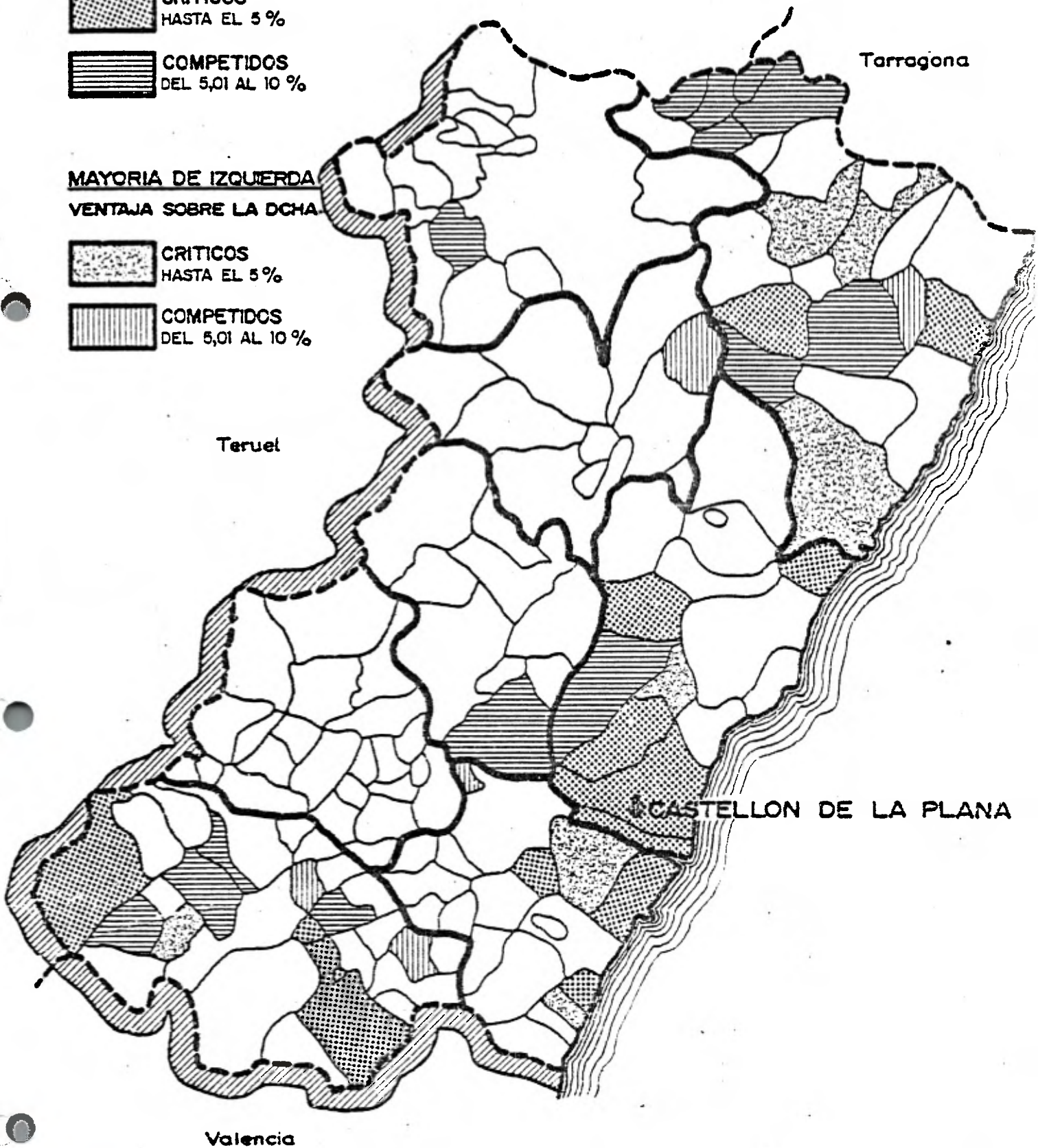
 **CRITICOS**
HASTA EL 5 %

 **COMPETIDOS**
DEL 5,01 AL 10 %

MAYORIA DE IZQUIERDA
VENTAJA SOBRE LA DCHA

 **CRITICOS**
HASTA EL 5 %



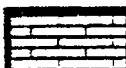
 **COMPETIDOS**
DEL 5,01 AL 10 %




DELIMITACION DE LAS "ZONAS DE LUCHA ELECTORAL"

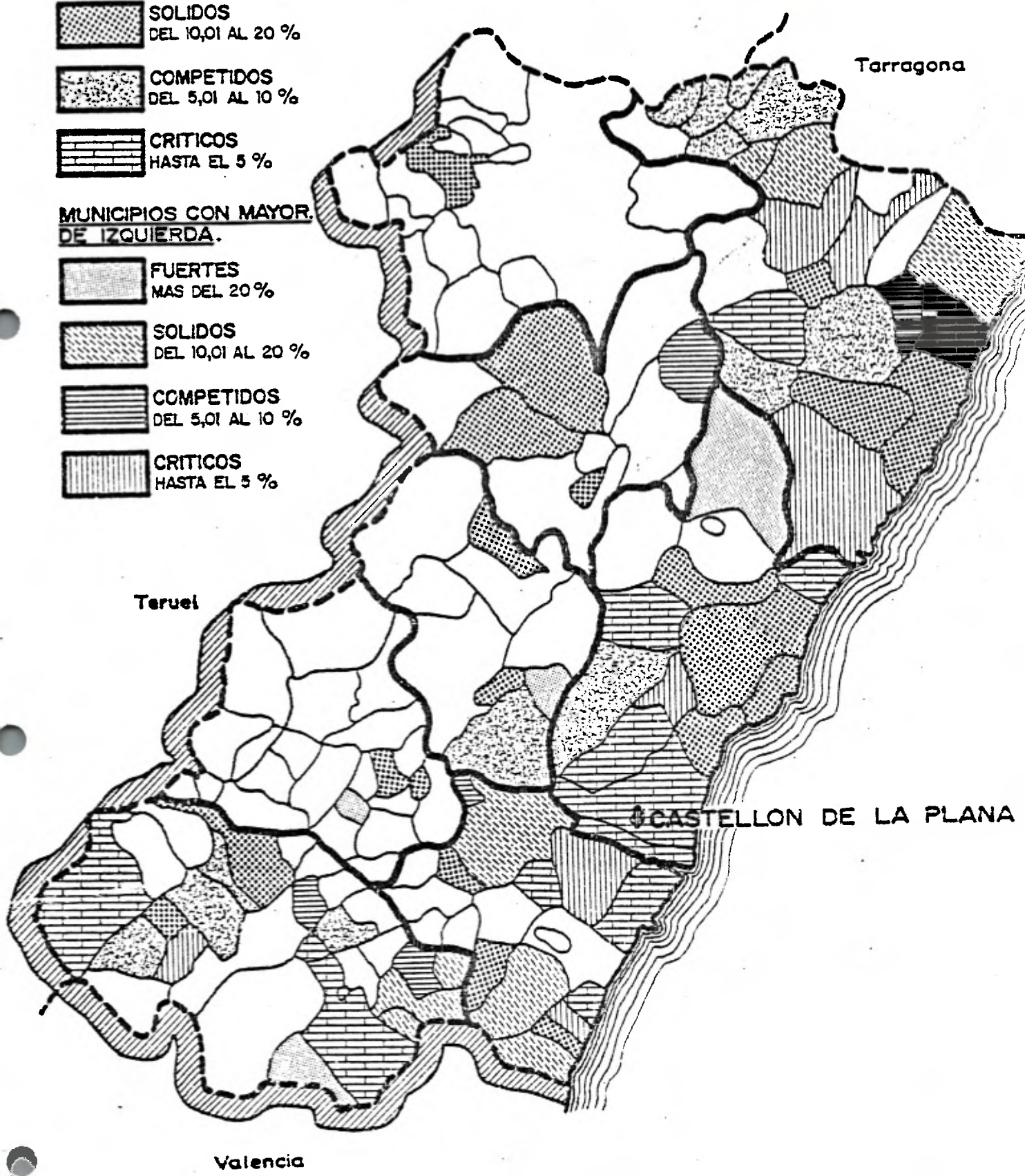


MUNICIPIOS CON MAYORIA DE DERECHA

-  FUERTES MAS DEL 20 %
-  SOLIDOS DEL 10,01 AL 20 %
-  COMPETIDOS DEL 5,01 AL 10 %
-  CRITICOS HASTA EL 5 %

MUNICIPIOS CON MAYOR. DE IZQUIERDA.

-  FUERTES MAS DEL 20 %
-  SOLIDOS DEL 10,01 AL 20 %
-  COMPETIDOS DEL 5,01 AL 10 %
-  CRITICOS HASTA EL 5 %





La utilidad operativa del mapa 26 y de los conceptos "crítico", "competido", "sólido" y "fuerte"

Todo este análisis que venimos haciendo de la dominación y sus grados por municipios, tiene un interés que rebasa en mucho lo académico.

De hecho, el mapa nº 26 es un instrumento imprescindible para cualquier acción política a realizar en la provincia de Castellón que pretenda ser racional y no quiera quedarse en burdos palos de ciego.

El mapa nº 26 debe ser la guía para la decisión de acciones políticas racionales. Por supuesto, en el caso de campañas electorales, pero no sólo en campañas electorales.

En el caso de campañas electorales, el mapa nº 26 forzará a decisiones diferentes según se trate de municipales o generales y según se trate de acciones de derecha o de acciones de izquierda.

Caso de campañas municipales. Acciones de izquierda

Partiendo de la crónica escasez de medios y recursos que caracteriza a la izquierda, el mapa nº 26 aconseja olvidarse de todos los municipios "fuertes de derecha". Es claro que si hay pocos recursos sería absurdo dispersarlos en 65 municipios pequeños en los que la derecha les supera en más de un 20% del Censo electoral y donde, por tanto, las posibilidades de ganar el control de los Ayuntamientos son mínimas. Todo lo más se deberán planear "acciones móviles". El empleo de caravanas motorizadas que hagan acto de presencia y supongan un instrumento de colocación de carteles, distribución de propaganda y apoyo externo a la acción de las organizaciones locales. El esfuerzo debe centrarse en todos los municipios "críticos" y "competidos", trasladando efectivos humanos desde los municipios "sólidos" y "fuertes" de izquierda.



Caso de campañas municipales. Acciones de derecha

Partiendo de la también tradicional superioridad de medios económicos de la derecha, el mapa 26 aconseja igualmente a la derecha concentrar su esfuerzo en los municipios "críticos" y "competidos" aunque procurando consolidar la ventaja de los "fuertes" de derecha con acciones típicamente personalizadas que pueden hacerse con dinero (dos o tres "pasadas" de publicidad directa). Si se dispone de tiempo suficiente deberíamos intentar jugar la ventaja de la derecha en los municipios rurales y emigratorios sobre los urbanos e inmigratorios: por definición, los habitantes de los municipios emigratorios tienen parientes y amigos en los inmigratorios. El montaje de "cadenas de cartas", de recomendaciones de voto, de reuniones de parientes, de aprovechamiento de las fiestas del pueblo, éste puede ser un cauce de acción del campo sobre los "urbanistas recientes".

Caso de campañas generales. Acciones de izquierda

Aquí, la estrategia que recomienda el mapa 26 es casi la inversa que en las municipales. Un esfuerzo en los municipios "fuertes de derecha" no tiene sentido en las municipales porque difícilmente vamos a cerrar el gap del 20% o más del Censo electoral que les lleva la derecha y, por tanto, no se van presumiblemente a ganar esos Ayuntamientos. Pero en unas generales cuentan todos los votos que se saquen. Y sabemos que la derecha ha ganado en Castellón gracias a su ventaja en los "fuertes de derecha". Conseguir votos allí puede volcar la elección. Habría, por tanto, que dedicar una cantidad de recursos más que proporcional al Censo en esos municipios para intentar rebañar votos allí. Teniendo en cuenta que, además, en esas áreas hay más votos "libres" (ha habido más abstención) y no se trata tanto de convencer a contrarios cuanto a convencer a abstencionistas.



Caso de campañas generales. Acciones de derecha

El mapa 26 aconseja a la derecha atender muy especialmente a sus municipios "fuertes". Dedicando también una parte más que proporcional de los recursos. Teniendo en cuenta que la rentabilidad es más alta. Una parte importante del esfuerzo debería centrarse en facilitar el acto físico del voto para combatir la abstención. La presencia física de los candidatos es fundamental. Y debería haberse hecho realidad con tiempo y antelación, en la precampaña. No "more mitin" o "more acto electoral" sino como reunión informal con amigos y paisanos, como coloquio y participación en actos comunes (fiestas, romerías, comidas, picnics, etc.).

La lucha en los municipios "competidos" y "críticos" debería localizarse y sectorializarse por barriadas. Concentrando esfuerzos en los barrios antiguos, en las zonas de antiguos pobladores de los municipios grandes.

Aún al nivel de pinceladas de brocha gorda que tienen estas consideraciones, añadiremos algunos ejemplos de orientaciones operativas que el mapa 26 y los conceptos de "fuertes", "sólidos", "críticos" y "competidos" proporcionan para racionalizar la acción política fuera de la época de campañas electorales. Pondremos sólo dos ejemplos de izquierda y dos ejemplos de derecha.

Ejemplo de izquierda. 1) Hace unos días se produjo la subida del precio del gasoleo. El mapa nº 26 debería haber exigido una específica acción de una izquierda castellanense que actuara racionalmente. Los militantes de partidos de izquierda y de centrales sindicales deberían haber sido movilizados y encauzados para que el fin de semana siguiente hubieran cubierto el área de los municipios "fuertes de derecha" con excursiones con sus familias. Pro-

curando comer en las tabernas y cafés de los pueblos. Y provocando comentarios sobre la repercusión de la subida del gasoleo y argumentando : "Para que aprendan Vds. Porque aquí votaron Vds. al partido del Gobierno ¿no?". Esa labor de agitación disimulada y planificada habría golpeado a la derecha directamente en el punto débil dejado al descubierto por su movimiento.

Ejemplo de izquierda. 2) Si un partido de izquierda tiene una cantidad x para instalar locales, de forma que sólo puede instalar 5 en un trimestre ¿cómo decidir dónde de forma racional?. El mapa nº 26 señala inequívocamente : en aquellos municipios "críticos" de derecha más poblados, en los que no se tengan aún locales.

Ejemplo de derecha. 1) Sabemos que el Presidente del Gobierno va a visitar la provincia. Aparte de la capital sólo hay tiempo para hacer tres visitas. ¿Dónde debe ir?. El mapa 26 nos lo marca con claridad : a aquellos municipios "críticos" de izquierda que tengan más Censo electoral. También nos marca los municipios de derecha limítrofes o cercanos de donde poder transportar los enervorizados partidarios que animen y arrojen la visita.

Ejemplo de derecha. 2) Recíproco del ejemplo de izquierda 1. Toda la organización (provincial y nacional) del partido en el poder debe estar imbuida de la preocupación de que a lo largo del periodo interelectoral, si a alguien no se le pueden pisar los callos es a los campesinos de los pequeños pueblos que es a quienes, en definitiva, se les deben los puestos. Y si no hay más remedio que pisárselos, hay que hacerlo con muy buenos modales. Habría que haberse gastado dinero en preparar una carta (del Presidente o del diputado más caracterizado, que casualmente en Castellón es el Ministro de Agricultura, con firma en tinta, que al profano le parezca a mano) explicando las necesidades y razones que obligan a

subir el gasoleo y las medidas complementarias arbitradas.

Naturalmente, para ello sería preciso tener listo un stock de uno o dos juegos de sobres con las direcciones escritas, listos para ser empleados cuando sea preciso.

Es obvio que no hemos hecho más que apuntar alguno de los usos operativos del mapa 26 y de los conceptos de "fuertes", "sólidos", etc.

En definitiva, lo que queremos decir es que un análisis como el que venimos haciendo, no es una curiosidad académica, sino una herramienta para la acción política (de gobierno o de oposición) racional y eficaz.