

# CRONICAS Y DOCUMENTACION

## LAS CAMPAÑAS DE MITINES ELECTORALES EN GRANADA (15-J-77 y 1-M-79): UN ANALISIS ESPACIAL

Por JOAQUIN BOSQUE SENDRA

### 1. INTRODUCCION. CONCEPTOS DE BASE Y ELEMENTOS TEORICOS

La preocupación por el estudio de la distribución geográfica de los resultados electorales es ya antigua en la geografía (1); sin embargo, otros hechos de carácter político, y con una base espacial importante, no han sido considerados de interés por los estudiosos de geografía, al menos hasta el momento (2). Este es el caso del proceso de propaganda electoral que se realiza durante las campañas previas a las elecciones. Únicamente podemos señalar el estudio pionero y de gran interés de Johnston (1977), que nos va a servir, en lo que sigue, de constante fuente de inspiración.

Las campañas electorales que se llevaron a cabo en la provincia de Granada entre el 15 de junio de 1977 y el 1 de marzo de 1979 las hemos descrito, sucintamente, en nuestra tesis doctoral: *Las elecciones del período de la reforma política (1977-1979) en España y en la provincia de Granada*.

Sabemos que la actividad de los partidos tuvo distintos aspectos (3): anuncios de prensa, radio, mítines, etc. De todos ellos el que tuvo un ca-

---

(1) Sobre la geografía electoral existe una extensa bibliografía, la mejor síntesis se puede encontrar en Taylor y Johnston, 1979).

(2) Sólo se pueden mencionar los numerosos estudios sobre la injusticia de la distribución espacial de los escaños y de los votos, entre una amplia bibliografía destacamos el trabajo general de Johnston, 1979).

(3) Análisis de las diferentes actividades de las campañas electorales y de su eficacia respectiva se pueden hallar en: Martí (1978), Garnica (1979), García Matilla (1979), Castillo y Grandio (1979), Valle Torralbo (1979). Los datos sobre número de mítines por municipio los hemos obtenido de la prensa provincial de la época.

rácter más acentuadamente espacial, fue el desarrollo de la campaña de mítines de cada partido, y es además del que contamos con información más completa y desagregada espacialmente. Por esto es el que vamos a utilizar como base de nuestro estudio.

Comprendemos, por supuesto, que usar sólo esta información puede ser algo engañoso, ya que algunos partidos hicieron más hincapié en otro tipo de actividades, pero en este caso las disponibilidades de información empírica determinan nuestro trabajo.

Explicitamos a continuación ciertos elementos teóricos que van a guiar nuestro análisis. Asumimos que las actividades propagandísticas están racionalmente diseñadas por los partidos y que en lo esencial la recepción de dichas actividades por el votante sigue igualmente pautas de racionalidad (Downs, 1957). Esto que puede parecer evidente a veces no lo es tanto, y ni los votantes ni los partidos siguen en bastantes ocasiones una pauta racional en su comportamiento y muchas veces por razones lógicas y aceptables.

En cualquier caso nosotros vamos a aceptar la racionalidad completa de los dos agentes citados. De aquí desprendemos varias hipótesis de trabajo:

1.<sup>a</sup> La actividad propagandística de un partido en una elección estará basada en sus resultados en las elecciones anteriores. Concretamente suponemos que un partido acentuará su actividad en los lugares donde más votos tenga posibilidad de ganar y también donde más votos tenga que defender.

2.<sup>a</sup> Del mismo modo, los cambios en la intensidad de la campaña entre dos elecciones estarán ligados al mismo tipo de razonamientos anteriores.

3.<sup>a</sup> Si los votantes siguen en forma parecida pautas de racionalidad ante la propaganda electoral, los cambios de los resultados electorales estarán en función de los cambios de la intensidad de las campañas de propaganda entre las dos elecciones.

En estos tres aspectos centraremos, por tanto, nuestro estudio de las campañas de mítines en Granada.

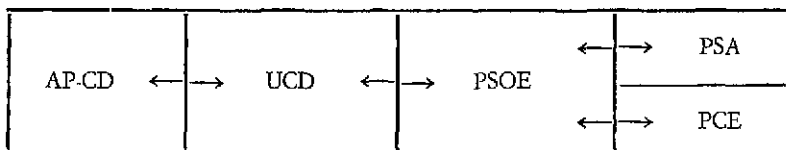
Elaboramos ahora una serie de variables dependientes, diferentes para cada una de las hipótesis antes citadas y una serie de variables explicativas.

En el primer caso, explicación del número de mítines celebrados en cada municipio en las elecciones del 1-M-79, las variables dependientes serán el número de mítines/hab. de cada partido en cada municipio granadino. Las variables explicativas serán de tres tipos:

1.<sup>o</sup> La diferencia de votos el 15-J entre cada partido y su más cercano oponente ideológico. Partimos de la idea de que cada partido tiende a competir electoralmente, principalmente, con un solo partido, el que más cer-

cano le esté en la escala ideológica (véase gráfico núm. 1). Concretamente las parejas competidoras son:

GRÁFICO 1



UCD y PSOE, los dos primeros partidos de la provincia, que además tienen una frontera ideológica común, serán cada uno el principal competidor del otro y, por tanto, suponemos racional que la estrategia propagandística de cada uno en cada municipio, el 1-M-79 estará en función de las diferencias de votos entre ellos el 15-J.

PCE y PSOE, pues suponemos que el PCE tendrá sus mejores posibilidades de aumentar votos arrebatándoselos al PSOE.

PSA y PSOE, en las mismas circunstancias que el PCE.

CD y UCD, a los cuales les ocurre algo semejante a los dos anteriores.

2.º Se puede crear, sin demasiadas posibilidades de error, que los municipios donde cada partido obtuvo la mayoría relativa el 15-J tendrán una situación privilegiada, y que cada partido les prestará una atención propagandística especial en las siguientes elecciones. Por tanto, una nueva serie de variables explicativas son las victorias municipales de cada partido, en las elecciones del 15-J.

3.º En tercer lugar, el mismo porcentaje de votos de cada partido conseguidos el 15-J en cada municipio constituye una guía elemental para determinar la intensidad de la campaña del 1-M, por lo que estos valores forman el tercer tipo de variables explicativas.

En segundo lugar, la explicación de la variación de la intensidad de las campañas electorales entre las dos fechas (15-J y 1-M) se basará en la siguiente variable dependiente: diferencia del número de mítines por habitante entre el año 1977 y el año 1979. Las variables explicativas serán las mismas del caso anterior.

Por fin, en tercer lugar, queremos determinar si los cambios de intensidad de las campañas determinan modificaciones en el comportamiento electoral. Ahora las variables dependientes serán las modificaciones en los porcentajes de votos de los distintos partidos entre el 15-J y el 1-M; las variables explicativas serán las diferencias de intensidad de la campaña de mítines de cada partido y de su más cercano oponente ideológico entre el 15-J y el 1-M.

TABLA NÚM. 1

## VARIABLES DEPENDIENTES Y EXPLICATIVAS CAMPAÑA ELECTORAL

---

MI 1-M UCD:	Mítines/Hab. el 1-M de UCD.
MI 1-M PSOE:	Mítines/Hab. el 1-M del PSOE.
MI 1-M PCE:	Mítines/Hab. el 1-M del PCE.
MI 1-M PSA:	Mítines/Hab. el 1-M del PSA.
MI 1-M CD:	Mítines/Hab. el 1-M de CD.
PD UCD:	Diferencia de % votos entre UCD y PSOE el 15-J.
PD PSOE:	Diferencia de % votos entre UCD y PSOE el 15-J.
PD PCE:	Diferencia de % votos entre PCE y PSOE el 15-J.
PD PSA:	Diferencia de % votos entre PSA y PSOE el 15-J.
PD CD:	Diferencia de % votos entre CD y UCD el 15-J.
V UCD:	1 en los municipios que UCD vence el 15-J, cero en otro caso.
V PSOE:	1 en los municipios que PSOE vence el 15-J, cero en otro caso.
V PCE:	1 en los municipios que PCE vence el 15-J, cero en otro caso.
UCD 15-J:	% votos de UCD el 15-J.
PSOE 15-J:	% votos de PSOE el 15-J.
PCE 15-J:	% votos de PCE el 15-J.
PSA 15-J:	% votos de PSA el 15-J.
AP 15-J:	% votos de AP el 15-J.
DIF MI UCD:	Mítines/Hab. el 15-J menos mítines/hab. el 1-M de UCD.
DIF MI PSOE:	Mítines/Hab. el 15-J menos mítines/hab. el 1-M del PSOE.
DIF MI PCE:	Mítines/Hab. el 15-J menos mítines/hab. el 1-M del PCE.
DIF MI PSA:	Mítines/Hab. el 15-J menos mítines/hab. el 1-M del PSA.
DIF MI CD:	Mítines/Hab. el 15-J menos mítines/hab. el 1-M de CD.
DIF V UCD:	% votos el 15-J menos % votos el 1-M de UCD.
DIF V PSOE:	% votos el 15-J menos % votos el 1-M del PSOE.
DIF V PCE:	% votos el 15-J menos % votos el 1-M del PCE.
DIF V PSA:	% votos el 15-J menos % votos el 1-M del PSA.
DIF V CD:	% votos el 15-J menos % votos el 1-M de CD.
DIF VOTAN:	% votantes el 15-J menos % votantes el 1-M.
DIF T MIT:	N.º mítines todos los partidos el 15-J menos mítines todos partidos el 1-M.
OBR IND:	% Obreros industriales/Pob. activa.
SUS LAB:	% Amas de casa/Pob. total.
ESTUD:	% Estudiantes/Pob. total.
PENSION:	% Pensionistas/Pob. total.
COMER:	% Comerciantes/Pob. activa.
EMPL TER:	% Empleados terciarios/Pob. activa.
EMPR IND:	% Empresarios industriales/Pob. activa.
LABRADOR:	% Labradores/Pob. activa.
FU AR:	% Fuerzas armadas/Pob. activa.
CARR NACI:	Existencia carretera nacional en el municipio.
CARR COMR:	Existencia carretera comarcal en el municipio.
FERROCA:	Existencia estación ferrocarril en el municipio.
CAR 377:	N.º carnet PCE en marzo-1977.
CAR 178:	N.º carnet PCE en enero-78.

CAR 678:	N.º carnet PCE en junio-78.
DIST CAR G:	Distancia en kms., por carretera, a la ciudad de Granada.
POBLAC::	Población total en el municipio.
ANALFA:	% Analfabetos/Pob. total.
OBR AG:	% Obreros agrarios/Pob. activa.
ALBAÑ:	% Albañiles/Pob. activa.

---

## 2. LA CAMPAÑA DE MITINES DEL 15-J-77: POSIBLES FACTORES EXPLICATIVOS

Los meses de abril, mayo y junio de 1977 fueron el escenario temporal de la primera campaña propagandística electoral, realmente amplia y competitiva, del periodo político que estudiamos.

Para la mayoría de los partidos recién organizados en libertad estas primeras elecciones y las primeras actividades propagandísticas amplias fueron muy dificultosas, tanto en su realización práctica como en su organización y planteamiento general. Los partidos, sobre todo los de izquierda, tropezaron con gran número de problemas para poder llevar a cabo su campaña de propaganda, y más en concreto para realizar una campaña de mítines coherente, meditada y eficaz. Los problemas eran los lógicos de un momento como éste: falta de medios económicos, inexperiencia organizativa, agravada en algunos casos (PCE y PSOE, sobre todo) por el aluvión de nuevos militantes a los que encuadrar y organizar y no menos importante, por la complejidad geográfica y social de la provincia granadina.

Por todo esto no podemos tener muchas seguridades de la racionalidad y de la economía de medios como factores para la organización de la campaña electoral y en especial de los mítines electorales.

Para intentar contrastar la realidad de esta racionalidad formulamos ciertas hipótesis sobre cómo organizar una campaña de mítines de este estilo (4):

1.º Los partidos, enfrentados a cerca de 200 núcleos de población y más de 160 municipios, deberían intentar elegir los lugares más propicios, por su composición social, a la recepción de sus planteamientos políticos. Esto quiere decir, por ejemplo, que el PCE y el PSOE deberían haber concentrado sus esfuerzos en los municipios más obreros, tanto industriales como agrarios, y así sucesivamente con los demás partidos. Sin embargo, la observación de las correlaciones (5) (véase tabla núm. 2) entre número

(4) En torno a las características sociales, económicas y físicas de la provincia de Granada se puede consultar Bosque Maurel (1971).

(5) En torno al coeficiente de correlación lineal de Pearson, sus requerimientos estadísticos y su método de cálculo se puede ver, por ejemplo, Blalock (1973).

TABLA NÚM. 2

		<i>Obrind</i>	<i>Suslab</i>	<i>Estud</i>	<i>Pension</i>	<i>Prolib</i>	<i>Comer</i>	<i>Emplter</i>	<i>Emprind</i>	<i>Labrador</i>	<i>Fuar</i>
MI 15-J PCE ... ..	52	-0,0011	0,0144	0,0162	0,0552	-0,1186	-0,0279	0,0108	-0,1080	-0,0273	-0,0091
ASIST PCE ... ..	53	0,1416	-0,0134	0,0451	0,0159	-0,0282	0,0499	0,1743	0,0675	-0,1588	-0,0741
MI 6D PCE ... ..	54	-0,0994	-0,0673	0,0093	0,1586	-0,0321	-0,0430	-0,0745	-0,1184	-0,0503	-0,1648
ASIST 6DP ... ..	55	-0,0679	0,0116	-0,1165	0,0669	-0,0198	0,0234	-0,0077	-0,0062	-0,1759	-0,1638
MI 15-J PSOE ... ..	56	0,0215	0,0945	0,0348	-0,0709	-0,0324	0,1239	0,0853	0,0203	-0,1023	0,0450
MI 15-J PSP ... ..	57	0,0680	-0,0470	-0,0000	-0,0931	-0,0398	-0,0038	-0,0078	-0,0362	0,0873	-0,0243
MI 15-J UCD ... ..	58	0,0552	-0,0744	0,0393	0,2435	0,0777	0,0218	0,0498	-0,0117	-0,1312	0,0495
MI 15-J AP ... ..	59	0,0146	-0,0370	-0,0427	-0,0185	-0,1072	0,0282	-0,0312	0,0596	0,0595	-0,0167
HORIZ ... ..	60	-0,0828	0,0277	0,0257	-0,0208	0,1477	0,0368	-0,0601	-0,1370	0,2663	-0,0967

de mítines por habitante y composición social de la población, no ofrece ninguna correlación significativa. Únicamente la que existe entre los mítines de UCD y el porcentaje de pensionistas ( $r = 0,24$ ), que podría confirmar muy levemente nuestra formulación teórica.

2.º Los partidos, en general, deberían centrar sus esfuerzos en los municipios más poblados, donde cualquier actividad propagandística tendría más resonancia, en función, por ejemplo, de la importancia de la difusión de noticias por conversaciones entre las personas. Pero tampoco las correlaciones entre mítines por habitante de todos los partidos y el volumen global de la población de cada municipio confirma esta suposición (véase la tabla núm. 3).

TABLA NÚM. 3

		POBLAC
		51
POBLACC	51	1,0000
MI 15-J PCE	52	-0,0767
ASIST PCE	53	0,0672
MI 6D PCE	54	-0,0908
ASIST 6DP	55	-0,0220
MI 15-J PSOE	56	-0,0055
MI 15-J PSP	57	-0,0056
MI 15-J UCD	58	-0,0426
MI 15-J AP	59	-0,0113

3.º Teniendo en cuenta las graves dificultades de comunicación que afectan a numerosos municipios granadinos, parece lógico pensar que los partidos concentraran sus actividades en mayor medida en los pueblos mejor comunicados, donde la accesibilidad, sobre todo desde la capital provincial —origen principal de los oradores en los mítines—, sea más fácil y barata. Pero tampoco aquí las correlaciones lineales entre el número de mítines por habitante y los varios indicadores de comunicación de los distintos municipios confirman esta apreciación, ya que no existe ninguna correlación significativa entre estos dos tipos de variables (véase tabla núm. 4).

4.º Desde otro punto de vista parece legítimo suponer que cada partido realizaría mayores esfuerzos propagandísticos en los lugares donde tenga mayor número de militantes, ya que tal situación facilitaría la organización del acto y su eficacia posterior sería más importante. Pues bien, aunque sólo tenemos datos de militantes para el PCE, tampoco en este caso se en-

TABLA NÚM. 4

	<i>Carrnaci</i>	<i>Carrcomr</i>	<i>Ferroca</i>	<i>Car 377</i>	<i>Car 178</i>	<i>Car 678</i>	<i>Distcarg</i>	<i>Distvp1</i>	<i>Distvp2</i>	<i>Distvp3</i>	
	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	
CARRNACI ... ..	41	1,0000									
CARRCOMR ... ..	42	-0,0727	1,0000								
FERROCA ... ..	43	0,2935	0,1188	1,0000							
CAR 377 ... ..	44	0,2169	0,0997	0,2453	1,0000						
CAR 178 ... ..	45	0,2690	0,1052	0,2901	0,8879	1,0000					
CAR 678 ... ..	46	0,2496	0,0583	0,2777	0,8821	0,9190	1,0000				
DISTCARG ... ..	47	-0,0258	0,2168	-0,0407	-0,1890	-0,2316	-0,2455	1,0000			
DISTVP1 ... ..	48	-0,1015	0,0865	-0,1217	-0,2186	-0,2755	-0,3188	0,4666	1,0000		
DISTVP2 ... ..	49	-0,1013	0,1006	-0,0273	-0,1441	-0,2255	-0,2347	0,4491	0,7190	1,0000	
DISTVP3 ... ..	50	-0,1162	0,1387	-0,0639	-0,1306	-0,2048	-0,2249	0,4319	0,6164	0,8642	1,0000
POBLACC ... ..	51	0,1996	0,1807	0,2553	0,9087	0,7993	0,6313	-0,0974	-0,1267	-0,0953	-0,0796
MI 15-J PCE ... ..	52	-0,0963	-0,0299	-0,0116	-0,0336	-0,0272	-0,0223	-0,1919	-0,0914	-0,1035	-0,1012
ASIST PCE ... ..	53	0,2166	-0,0392	0,2043	0,2823	0,3893	0,5134	-0,2941	-0,3285	-0,2614	-0,2445
MI 6D PCE ... ..	54	-0,0544	-0,0684	-0,0580	-0,0578	-0,0793	-0,0688	-0,0733	-0,0572	-0,0668	-0,0657
ASIST 6DP ... ..	55	0,0571	-0,0515	-0,0051	0,1239	0,2055	0,2725	-0,1679	-0,2319	-0,1916	-0,1825
MI 15-J PSOE ... ..	56	0,0331	0,0227	-0,0365	0,0223	-0,0033	0,0262	-0,1056	-0,0804	-0,0353	-0,0377
MI 15-J PSP ... ..	57	-0,0316	-0,1024	0,0100	0,0008	0,0196	0,0158	-0,0988	-0,0561	-0,1083	-0,0811
MI 15-J UCD ... ..	58	0,1013	0,0186	0,0952	-0,0408	-0,0586	-0,0475	-0,0096	0,0434	0,1459	-0,0811
MI 15-J AP ... ..	59	0,1077	-0,0399	-0,0068	-0,0130	0,0178	0,0392	-0,0038	-0,0034	-0,0421	-0,0631



TABLA NÚM. 5

	Núm.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
		PCE 15-J	PCE 15-J	PSE 15-J	PSP 15-J	AP 15-J	UCD 15-J	ABST 15-J	ANALF	OBRAG	ALBAÑ
POBLACC	...	0,0363	0,0915	0,1427	0,0524	-0,1320	0,0531	-0,0788	-0,1618	0,0374	
MI 15-J PCE	...	0,1631	-0,0344	0,1082	-0,0632	-0,0199	0,0531	-0,0385	0,0108	0,0003	
ASIST PCE	...	0,6852	0,2431	0,0026	-0,1357	-0,4609	0,1246	0,0389	-0,0696	0,2513	
MI 6D PCE	...	0,1033	-0,0395	-0,0048	-0,1551	-0,0576	-0,0477	0,0290	0,1089	-0,0896	
ASIST 6DP	...	0,5204	0,1371	0,0232	-0,1831	-0,2658	0,0652	0,0240	0,1485	-0,0238	
MI 15-J PSOE	...	0,0129	0,1946	-0,0644	-0,0942	-0,1054	0,0989	-0,0585	-0,0070	0,0401	
MI 15-J PSP	...	0,0598	0,0957	0,1059	-0,0825	-0,0791	-0,0970	-0,1044	0,0010	-0,0079	
MI 15-J UCD	...	-0,0190	0,1358	-0,0396	-0,0919	-0,0463	0,1113	-0,1187	-0,0286	0,0176	
MI 15-J AP	...	0,1140	0,0225	0,0017	-0,0521	-0,0433	0,0917	-0,0423	0,0120	-0,0209	

cuenta una relación significativa entre mítines por habitante del PCE en cada municipio y carné de ese partido por habitante ( $r = 0,03$ ).

Con todo esto parece lógico concluir en la falta bastante completa de racionalidad y de economía de medios, en la organización de la campaña de mítines de todos los partidos en los meses previos al 15-J-77.

Si la campaña de mítines del 15-J-77 no fue organizada racionalmente, tampoco podemos decir que el reparto de estas actividades propagandísticas haya tenido una eficacia electoral seria. Así, las correlaciones entre número de mítines de cada partido y sus resultados electorales el 15-J y los de sus más cercanos oponentes ideológicos, no son significativas. Por tanto, el 15-J, la campaña de mítines, organizada poco coherentemente, no tuvo una influencia manifiesta y clara sobre el comportamiento posterior del electorado (véase la tabla núm. 5).

Sin embargo, si el número de mítines no tuvo la eficacia buscada, la asistencia a estos actos (sólo contamos con datos del PCE) sí se convierte en un indicador adecuado de los resultados electorales de este partido (tabla núm. 5). De aquí podemos deducir que gran número de actos electorales de este partido, y seguramente igual le ocurrirá a los otros, fueron inútiles al no acudir a ellos un mínimo de asistentes, de manera que no pudieron influir en el comportamiento político de la población.

### 3. LA DISTRIBUCION GEOGRAFICA DE LOS MITINES ELECTORALES EL 1 DE MARZO DE 1979

Pasamos ahora a la segunda campaña electoral, la de 1979; en este caso los partidos disponían de mejores medios de todo tipo y sobre todo de la experiencia muy rica de la campaña anterior, por eso parece mucho más lógico la existencia de criterios racionales en la distribución de estos actos. Utilizando las hipótesis explicadas en los apartados anteriores, se han creado una serie de ecuaciones de regresión ajustadas mediante el procedimiento de los mínimos cuadrados (6); los resultados se encuentran en la tabla número 6.

De ello no podemos deducir elementos adecuados para concluir en la existencia de tales criterios de racionalidad. La mayoría de los signos de los coeficientes de regresión de las variables explicativas son los adecuados para

---

(6) El tema del análisis de regresión lineal múltiple es tratado con gran pormenor en la obra general de métodos estadísticos aplicados a la geografía de Johnston (1978), también en Mather (1976).

TABLA NÚM. 6

---

MI 1-M UCD = 0,1589 + 0,147 UCD 15-J + 0,194 PD UCD - 0,142 V UCD			
(R = 0,27)	(0,75)	(0,19)	(-1,33)
MI 1-M PSOE = 0,308 - 0,157 PSOE 15-J + 0,114 PD PSOE - 0,042 V PSOE			
(R = 0,26)	(-1,37)	(0,96)	(-0,53)
MI 1-M PCE = 0,969 - 0,107 PCE 15-J - 0,225 PD PCE - 0,073 V PCE			
(R = 0,19)	(-1,20)	(-2,29)	(0,70)
MI 1-M CD = 0,12 - 0,04 AP 15-J - 0,02 PD AP			
(R = 0,04)	(-0,59)	(-0,27)	
MI 1-M PSA = 0,03 + 0,026 PSP 15-J + 0,138 PD PSA			
(R = 0,14)	(0,34)	(1,8)	
MI 1-M PSOE = 0,28 - 0,197 PSOE 15-J - 0,036 V PSOE + 0,12 LG PD PSOE			
(R = 0,27)	(-2,4)	(0,4)	(1,43)
MI 1-M PCE = 0,85 - 0,036 PCE 15-J - 0,044 V PSOE - 0,082 LG PD PCE			
(R = 0,11)	(0,43)	(-0,50)	(-0,99)
MI 1-M PSA = 0,02 + 0,010 PSP 15-J + 0,139 LG PD PSA			
(R = 0,14)	(0,23)	(1,80)	
MI 1-M PSA = 0,07 - 0,04 AP 15-J + 0,015 LG PD AP			
(R = 0,04)	(-0,54)	(0,18)	
LG MI PSOE = -1,08 - 0,189 PSOE 15-J - 0,028 PD PSOE - 0,059 V PSOE			
(R = 0,17)	(-1,6)	(-0,23)	(-0,72)
LG MI PCE = -0,52 + 0,058 PCE 15-J - 0,194 PCE + 0,165 V PCE			
(R = 0,21)	(0,65)	(-1,98)	(1,60)
LOG MI CD = -1,57 - 0,06 AP 15-J - 0,114 PD AP			
(R = 0,12)	(-0,8)	(-1,4)	
LG MI PSA = -1,89 + 0,009 PSP 15-J + 0,006 PD PSA			
(R = 0,16)	(0,54)	(2,11)	

---

confirmar nuestra hipótesis, pero los niveles de significación de estos coeficientes son muy poco importantes. Solamente destacar el caso del PCE, donde siendo significativo el coeficiente de regresión para la diferencia de votos con el PSOE el 15-J, el signo de este coeficiente es negativo, con lo que se contradice nuestra hipótesis. En resumen, no podemos considerar confirmada la hipótesis formulada.

Quizá la causa resida en la existencia de relaciones no lineales entre las variables dependientes y las variables explicativas. El origen de estas relaciones no lineales podría residir en la manera como los partidos perciben la situación y la eficacia de su propaganda; por ejemplo, si un partido consigue en un municipio un porcentaje de votos inferior al 10 por 100, este valor puede no ser diferente, significativamente, de cero, y sólo los porcentajes mayores del 10 por 100 serán tenidos en cuenta para elaborar la estrategia propagandística. Del mismo modo, una diferencia de votos con su

competidor ideológico superior al 10 por 100 será una razón totalmente disuasoria para intentar competir con él; por tanto, el número de mítines a realizar no variará linealmente.

Estas opciones alternativas, resultado de la percepción de los partidos, se pueden simular utilizando las siguientes expresiones:

$$\begin{aligned} \text{MITINES} &= f(\text{LGPD}, \text{VOTO 15-J}, \text{VICT}) \\ \text{LG MITINES} &= f(\text{PD}, \text{VOTO 15-J}, \text{VICT}) \end{aligned}$$

En ellas empleamos la transformación de dos variables: los logaritmos decimales de números de mítines y de la diferencia de votos.

Utilizando las nuevas expresiones se obtienen las ecuaciones de regresión necesarias (véase tabla núm. 6).

Sin embargo, tampoco estos resultados, más refinados, confirman las teorías e hipótesis formuladas al comienzo, ya que ni los valores de los coeficientes de correlación múltiple ni el grado de significación de los coeficientes de regresión, ni, en muchos casos, los propios signos de estos coeficientes van en el sentido que sería necesario.

#### 4. LA VARIACION DE LA ACTIVIDAD PROPAGANDISTICA ENTRE EL 15-J-77 Y EL 1-M-79

Hemos comprobado que el valor total del número de mítines en cada municipio, y de cada partido, no parece seguir las pautas teóricas previamente formuladas; veamos si al menos las variaciones de la actividad propagandística de mítines entre los dos períodos electorales se adecúa a estas hipótesis de racionalidad.

En la tabla núm. 7 se contienen las ecuaciones de regresión obtenidas.

TABLA NÚM 7

---

DIF MI UCD = -0,10 - 0,268 PD UCD + 0,048 V UCD		
(R = 0,24)	(-3,13)	(0,55)
DIF MI PSOE = -0,02 - 0,241 PD PSOE - 0,007 V PSOE		
(R = 0,24)	(-3,10)	(0,09)
DIF MI PCE = -0,52 + 0,089 PD PCE + 0,028 V PCE		
(R = 0,10)	(0,98)	(0,31)
DIF MI CD = -0,04 + 0,002 PD AP		
(R = 0,001)	(0,028)	
DIF MI PSA = -0,01 - 0,002 PD PSA		
(R = 0,10)	(-1,32)	

---

Nuevamente comprobamos la poca confirmación de nuestras hipótesis; sólo dos coeficientes de regresión tienen valores significativos, pero sus signos no son los adecuados, negando así, más que confirmando, nuestra teoría.

En resumen, podemos deducir que lo más probablemente los partidos no organizaron sus campañas de mítines utilizando, al menos en un grado apreciable, los criterios de racionalidad más evidentes, que creemos son los que hemos explicado anteriormente. Y, como en el caso de la campaña del 15-J-77, fueron otras razones y otras fuerzas las que determinaron la distribución geográfica de los mítines electorales.

5. LAS CONSECUENCIAS Y EFECTOS DE LA ACTIVIDAD PROPAGANDÍSTICA EL 1-M-79.

Hasta el momento podemos descartar el modelo racional y de economía de medios para explicar el comportamiento propagandístico (mítines electorales) de todos los partidos el 1-M. Parece muy importante determinar si la reacción del electorado a la intensidad de las campañas de mítines es más racional que su planeamiento por los partidos políticos. Como en otras ocasiones, en la tabla núm. 8 se contienen las ecuaciones de regresión pertinentes.

TABLA NÚM. 8

---

DIF VOTAN = 20,92 — 0,149 DIF MI			
(R = 0,19)	(—1,95)		
DIF V PCE = —3,23 — 0,019 DIF MI PCE — 0,19 DIF MI PSOE			
(R = 0,19)	(—0,23)	(—2,42)	
DIF V CD = 2,53 — 0,16 DIF MI UCD + 0,046 DIF MI CD			
(R = 0,17)	(—2,15)	(0,59)	
DIF V PSA = —1,7 — 0,10 DIF MI PSOE — 0,099 DIF MI PSA			
(R = 0,14)	(—1,38)	(—1,29)	
DIF V PSOE = —8,71 + 0,029 DIF MI UCD — 0,055 DIF MI PCE + 0,036 DIF MI PSOE			
(R = 0,06)	(0,36)	(0,68)	(0,44)
DIF V UCD = 11,11 + 0,15 DIF MI UCD — 0,205 DIF MI PSOE — 0,027 DIF MI CD			
(R = 0,22)	(2,0)	(—2,62)	(—0,36)

---

Y en este caso los resultados parecen confirmar las hipótesis que hemos formulado. Ahora los coeficientes de regresión significativos son bastante numerosos y sus signos confirman nuestros hipótesis de partida. Es-

pecialmente queda claro que la variación de los mítines realizados por un partido en un municipio afecta de manera significativa a los votos recibidos por el partido competidor más cercano; por el contrario, la misma variación en el número de los mítines dados por un partido no afecta de manera seria a los votos recibidos por ese mismo partido.

Por tanto, el comportamiento del electorado ante la amplitud de la campaña de mítines de cada partido sí está en función de ciertos elementos racionales, aunque sean tan indirectos como los que hemos descubierto.

Parece importante subrayar este distinto comportamiento del electorado y de los partidos; el primero sensible a una actividad propagandística que no ha sido planeada racionalmente por los partidos.

#### BIBLIOGRAFIA

- BLALOCK, H. M. (1973): *Estadística social*, Fondo de Cultura Económica, México.
- BOSQUE MAUREL, J. (1971): *Granada, la tierra y sus hombres*, Departamento de Geografía, Universidad de Granada.
- BOSQUE SENDRA, J. (1980): *Las elecciones del período de la Reforma política (1977-1979) en España y en la provincia de Granada*. Tesis doctoral. Texto mecanografiado. Universidad de Granada.
- CASTILLO, J. M., y GRANDIO, L. (1979): «El cartel y su entorno», en *Rev. Mensaje y medios*, núm. 7, págs. 43-45.
- DOWNS, A. (1957): *An economic theory of democracy*. Harper and Row, Nueva York.
- GARCÍA MATILLA, A. (1979): «Carteles: una campaña de colores», en *Rev. Mensaje y medios*, núm. 7, págs. 35-43.
- GARNICA, G. (1979): «La televisión en las elecciones del 1 de marzo», *Rev. Mensaje y medios*, núm. 7, págs. 25-31.
- JOHNSTON, R. J. (1979): *Political, electoral and spatial systems*. Oxford University Press, Oxford.
- (1978): *Multivariate statistical analysis in Geography*, Longman, Londres.
- (1977): «Electoral Geography of an election campaign: Scotland in october 1974», en *Scottish Geographical Magazine*, vol. 93, núm. 2, págs. 98-108.
- MARTÍ, G., y G. I. (1978): *Los discursos de la calle. Semiología de una campaña electoral*, Ruedo Ibérico, París.
- MATHER, P. M. (1976): *Computational methods of multivariate analysis in physical Geography*, J. Wiley and Sons, Londres.
- TAYLOR, P. y JOHNSTON, R. J. (1979): *Geography of elections*, Penguin Books, Londres.
- VALLE TORRALBO, I. M. (1979): «Errores que condicionan votos», en *Rev. Mensaje y medios*, núm. 7, págs. 31-35.