

revista española de la opinión pública

ESTUDIOS

Los grupos y la opinión

Jean Meynaud

El nuevo derecho de la Prensa en España

Juan Beneyto

Los campos de investigación sociológica de la comunicación de masas

Alphons Silbermann

Hábitos de consumo, relaciones sociales y medio de los adolescentes austriacos

Leopold Rosenmayr

Las elecciones presidenciales francesas de diciembre de 1965

Juan J. Trías

La responsabilidad social de los medios de comunicación de masas

Francisco Sanabria

ENCUESTAS E INVESTIGACIONES DEL INSTITUTO DE LA OPINION PUBLICA

INFORMACION
BIBLIOGRAFIA

1 9 6 6

4

ABRIL
JUNIO

**Revista española
de la
opinión pública**

n.º 4

abril - junio - 1966

Instituto de la opinión pública

Director :
Luis GONZALEZ SEARA

Consejo de Redacción :

ALFONSO ALVAREZ VILLAR.
JUAN BENEYTO PEREZ.
SALUSTIANO DEL CAMPO URBANO.
JOSÉ CASTILLO CASTILLO.
JUAN DIEZ NICOLAS.
GABRIEL ELORRIAGA FERNANDEZ.
JUAN FERRANDO BADIA.

ALBERTO GUTIERREZ RENON.
JOSÉ JIMENEZ BLANCO.
JUAN J. LINZ STORCH DE GRACIA.
AMANDO DE MIGUEL RODRIGUEZ.
FRANCISCO MURILLO FERROL.
JORGE XIFRA HERAS.

Secretario :
José SANCHEZ CANO

Secretario adjunto :
MARÍA TERESA SANCHO MEDIZABAL

Sumario

	Págs.
ESTUDIOS:	
JEAN MEYNAUD: "Los grupos y la opinión"	9
JUAN BENEYTO: "El nuevo derecho de la Prensa en España"	37
ALPHONS SILBERMANN: "Los campos de investigación sociológica de la comunicación de masas"	45
LEOPOLD ROSENMAYR: "Hábitos del consumo, relaciones sociales y medio de los adolescentes austríacos"	87
JUAN TRIÁS VEJARANO: "Las elecciones presidenciales francesas de diciembre de 1965"	105
FRANCISCO SANABRIA: "La responsabilidad social de los medios de comunicación de masas"	149
ENCUESTAS:	
Plan de Desarrollo	175
Prensa, Radio y Televisión	227
INFORMACION:	
a) Cuestiones políticas	317
b) Política internacional	322
c) Política interior de los Estados	325
d) Política social	328
e) Tiempo libre	330
f) Turismo	338
g) Transporte	344
BIBLIOGRAFIA:	
RECENSIONES:	
"Libertad de expresión y Ley de Prensa" (Esteban Mestre)	349
LEON BRAMSON: "El contexto político de la sociología" (Luis González Seara)	354
SIGMUND NEUMANN: "Partidos políticos" (J. V. Marques)	358
JOSÉ CAZORLA PÉREZ: "Factores de la estructura socioeconómica de Andalucía oriental" (Juan Díez Nicolás)	363
MAX PIETSCH: "La revolución industrial" (Enrique Sanjosé)	366
GEORGE BERGLER: "Werbung und Gesellschaft" (José Sánchez Cano)	369
NOTICIAS DE LIBROS	375
CONGRESOS Y REUNIONES	425

LA REVISTA ESPAÑOLA DE LA OPINION PUBLICA no se identifica necesariamente con los juicios de los autores que colaboran en ella

Colaboran en este número

JUAN BENEYTO: Catedrático de la Universidad, dirige el Seminario de Sociología de la Información en la Facultad de Ciencias Políticas de Madrid. Miembro de la Comisión Ejecutiva de la Asociación Internacional de Estudios e Investigaciones sobre la Información. Autor de obras tales como "Mass Communications", "Ordenamiento jurídico de la Información", "Teoría y técnica de la opinión pública", "La Opinión pública internacional".

JEAN MEYNAUD: Catedrático de Ciencia Política de la Universidad de Montreal y director de estudios de la Escuela Práctica de Estudios Superiores de París, fue antes profesor del Instituto de Estudios Políticos de París y de las Universidades de Lausana y de Ginebra.

Ha escrito principalmente, sobre los grupos de presión, la tecnocracia y los métodos de la ciencia política; varias de sus obras están traducidas al español y otras próximas a aparecer en nuestro idioma.

LEOPOLD ROSENMAYR: Presidente del Instituto de Sociología y Director del Centro de Investigaciones Sociológicas de la Universidad de Viena. Estudió en las Universidades de Viena, París y Harvard, ha sido profesor de la Universidad de Fordham de Nueva York y Catedrático de Filosofía Social en la de Viena y desde 1963 Catedrático de Sociología. Es miembro del Consejo de Cuestiones Universitarias y Director desde 1965 de un proyecto internacional de Investigación Sociológica de la Juventud, en el que participan 12 Institutos de Europa Oriental y Occidental. Ha publicado numerosos trabajos sobre problemas de la juventud y la familia, entre ellos: *Umwelt und Familie alter Menschen* (en colaboración con Eva Kócheis 1965) y *Familienbeziehungen und Freizeitgewohnheiten jugendlicher Arbeiter*.

FRANCISCO SANABRIA MARTÍN: Licenciado en Derecho, Técnico de Información y Turismo. Ha realizado estudios sobre comunicaciones masivas en los Estados Unidos. Diploma de la "Michigan State University".

ALPHONS SILBERMANN: Catedrático honorario de la Universidad de Colonia y Catedrático de la Universidad de Lausana. Estudió Derecho y fue influido en sus trabajos, según sus propias palabras, especialmente por Emile Durkheim, Max Weber y Henri Bergson. El profesor Silbermann representa la sociología empírica y es uno de los sociólogos de más prestigio en Europa. Ha publicado numerosos trabajos sobre sociología empírica, sociología de la música y medios de comunicación de masas, entre ellos "Das imaginäre Tagebuch des herrn Jacques Offenbach, 1960" y "Der unversorgte selbständige Künstler" (en colaboración con René König, 1964). Colaborador y editor de revistas de prestigio en el mundo de la sociología.

JUAN JAVIER TRÍAS VEJARANO: Licenciado en Derecho y en Ciencias políticas. Profesor adjunto de la Facultad de Ciencias Políticas. Ha seguido cursos en el Instituto de Estudios Políticos de París en 1955-56. Ha publicado varios artículos sobre temas de Ciencia Política.

Estudios

Los grupos y la opinión

Jean Meynaud

Se admite normalmente que los grupos de presión consagran una fracción importante y, según parece, creciente, de sus fondos, para ejercer influencia sobre la opinión pública (1). Ciertamente, este tipo de actividades no constituye una novedad: basta recordar a este respecto la acción que, en el siglo pasado, emprendió en Gran Bretaña la Liga contra las leyes sobre el trigo, fundada en 1838 bajo el impulso de Richard Cobden. Habiendo obtenido de los industriales suscripciones voluntarias de gran cuantía, la Liga emprendió una campaña por todo lo alto sobre la opinión (publicación de periódicos y folletos, organización de thés-conferencias e innumerables meetings). Y también ejemplo del pasado es el de los industriales canadienses, quienes, con la intención de obtener un aumento de la protección aduanera, intentaron en 1866 crear una asociación que tenía como uno de sus objetivos el de "esclarecer el espíritu público" por todos los medios disponibles acerca del valor de semejante política. En el mismo sentido, la "Canadian Manufacturers' Association" creó en 1902 un "Educational Campaign Committee" con vistas a desarrollar un esfuerzo a escala nacional (2). En definitiva, la rama de las *public relations* existía antes incluso de que se pensase en darle un nombre específico.

No es seguro, sin embargo, que los precedentes históricos tengan mucha utilidad para interpretar la práctica actual. Según David Truman, el fenómeno de intervenir sobre la opinión, aunque no es particularmente nuevo, alcanzó en el siglo XIX la suficiente importancia como para modificar en su misma naturaleza el dispositivo de actuación de los grupos: de hecho, nos dice Truman, una de las primeras operaciones de cualquier nuevo grupo, es la de realizar una campaña de propaganda que tienda a hacer sensible a la opinión acerca de los intereses que se defienden y de las reivindicaciones que se presentan. El conocimiento de los puntos de

(1) LUIS GONZÁLEZ SEARA escribe acertadamente: "Lo fundamental de estos grupos, en nuestros días, es la acción sobre la opinión pública". *Revista de Estudios Políticos*, marzo-abril de 1964, pág. 57.

(2) Sobre esta actividad ver: CLARK (S. D.) *The Canadian Manufacturers Association. A study in collective bargaining and political pressure*. The University of Toronto Press, 1939 (Capítulos I y II, *passim*).

vista y de las reacciones de los miembros de la comunidad, se convierten casi siempre en una de las preocupaciones mayores de los dirigentes de los grupos. El comportamiento de la opinión se hace objeto de vigilancia y de estimación permanentes (3).

Esta inclinación va íntimamente ligada a las concepciones que atribuyen a la opinión la voluntad y la capacidad de controlar el conjunto de las actividades sociales. Es sabido que la audiencia de estas concepciones es particularmente elevada en numerosos círculos americanos, ya que algunos han declarado que la opinión representa una fuerza capaz de obligar a las gigantescas organizaciones que dominan la economía de este país a respetar el bien público y el interés colectivo. De tal manera que, según Adolf A. Berle, la fuerza de la opinión pública ha llegado incluso hasta ahora "a equilibrar cualquier concentración de poder, desde su formación y desde que aquélla parecía opresiva" (4). En esta perspectiva, la atención que prestan los dirigentes de los grupos a las opiniones que se manifiestan en la comunidad, es algo así como el principio de la sabiduría.

Sin entrar en la crítica detallada de estas posiciones, señalemos cómo numerosos autores han puesto en duda la aptitud que tiene la opinión para ejercer realmente semejante magistratura (5). Ciertamente es que esta tesis, por la atención y la competencia que generosamente concede a la opinión, presenta, por lo menos en sus formulaciones extremas, aspectos netamente míticos. Hace tiempo que se ha observado cómo la opinión dirigente es la opinión de los que dirigen. Sin embargo, y éste es el aspecto que aquí nos interesa, numerosos grupos de presión americanos, su mayor parte acaso, se conducen como si esta tesis tuviera alguna validez, aunque rápidamente precisen que la preocupación por tomar en cuenta a la opinión, no es de ninguna manera exclusivo, antes al contrario, de su voluntad de modificar ésta en un sentido que esté de acuerdo con las aspiraciones del grupo.

Esta preocupación por influenciar a la opinión americana se extiende normalmente a los intereses extranjeros que están en relación, bajo cual-

(3) Ver los desarrollos que presenta sobre este problema TRUMAN en: *The governmental process*. Political interests and public opinion. Nueva York, Knopf 1951. (Especialmente el capítulo 8.º).

(4) En *Le capital américain et la conscience du roi*. Le néo-capitalisme aux Etats Unis. Traduc. del inglés París, Colin 1957, pág. 41. En el Prólogo de este libro A. SIEGFRIED escribe: "Existe pues en los Estados Unidos un freno de la opinión y esta opinión, en su conjunto, es en suma política" (pág. XI). Un ejemplo muy reciente de esta preocupación de las grandes corporaciones por la opinión, es el de DU PONT DE NEMOURS con relación a la reciente alza del precio de los productos químicos. *New-York Times*, edición dominical del 20 de marzo de 1966, págs. 1 y 17.

(5) Ver por ejemplo las reservas de F. G. WILSON en *A theory of public opinion*. Chicago, Regneizy, 1962.

quier motivo, con las autoridades oficiales de los Estados Unidos. Este es el caso, por ejemplo, de los países productores de azúcar, los cuales se esfuerzan cada año por obtener una parte ventajosa en los envíos que se efectúan sobre el mercado americano dentro de los límites de los contingentes globales de las importaciones (6). Sería fácil, apoyándose en las investigaciones realizadas estos últimos años por la Comisión de encuestas Fulbright, multiplicar semejantes ejemplos. Los mismos gobiernos extranjeros no dudan en alquilar los servicios de las agencias de relaciones públicas con el fin de mejorar la "imagen" de sus países entre el público americano (7).

Es, pues, incontestable el que la influencia sobre la opinión ocupa un lugar importante en el dispositivo de intervención de los grupos, tanto nacionales como extranjeros, que operan en los Estados Unidos. El objeto de este artículo es el de describir y evaluar las operaciones efectuadas en este dominio por los grupos de los países europeos. Se puede admitir, en principio, que estos métodos se emplean ya en Europa, pero falta saber si en la misma escala, con la misma intención y con idénticos resultados que en los Estados Unidos. Intentaremos dar respuesta a estas cuestiones, especialmente por lo que se refiere a los grupos económicos, examinando sucesivamente las dimensiones, las modalidades y las consecuencias de la acción de los grupos sobre la opinión en un determinado número de países europeos (principalmente en Alemania Occidental, en Francia, en Inglaterra y en Italia).

1. Dimensiones de la actividad sobre la opinión

Queremos insistir sobre tres cuestiones: la desigualdad del "quantum" de la acción emprendida según los países; la diversidad de estas técnicas según los grupos; el mantenimiento entre las armas de los grupos de sus tradicionales procedimientos de intervención. Es frecuente que la actividad sobre la opinión se sobreimponga a las gestiones normales de las autoridades, y en este caso uno de los objetivos esenciales de la primera es el de facilitar la tarea de las segundas.

(6) Se encuentran interesantes ejemplos de esta acción sobre la opinión en: CATER (DOUGLAS) *Qui gouverne à Washington?* Traduc. del inglés, París, Seuil, 1964. (En particular el capítulo XII).

(7) Se trata de una encuesta dirigida por el "Senate Foreign Relations Committee" sobre los lobbyists extranjeros que, sin poseer estatuto diplomático, se esfuerzan por intervenir sobre la política americana. La encuesta estableció como una gran parte de estas gestiones era directamente realizada por agentes de nacionalidad americana.

A. *Desigualdad de la actividad según los países.*

A este respecto existe un contraste bastante neto entre Francia e Italia, por un lado, y Alemania e Inglaterra, por otro. Por regla general, la actuación sobre la opinión es objeto de una práctica mucho más frecuente entre los últimos que entre los primeros, especialmente en lo que se refiere a las asociaciones de patronos.

Veamos el caso de Italia. Analizando el comportamiento de la organización central del patronato italiano, la "Confederazione Generale dell'Industria Italiana" (Confindustria), un especialista americano, Joseph La Palombara, subraya cómo este grupo prefiere a las intervenciones directas, y abiertas, sobre la opinión, aquellas acciones de tipo discreto o confidencial (*activities of low visibility*). Determinados dirigentes consideran esta abstención como una cuestión de principio, mostrándose hostiles a la presentación superficial de los problemas ante el gran público (método calificado de Hollywood approach). Otros, acaso con mayor franqueza, declaran su miedo por si semejantes gestiones no llevan consigo resultados distintos a los que se buscaban: temen, en suma, que una propaganda masiva entre la opinión pública desencadene efectos *contraproducentes* (8).

Todos los patronos no aceptan esta actitud negativa, y algunos consideran que refleja costumbres y métodos de pensar adquiridos en la época fascista. Muy recientemente, el gran industrial Leopoldo Pirelli declaró que los patronos tenían la obligación de hacerse conocer mejor entre el público: el ejercicio del poder de empresa (*potere imprenditoriale*) debe efectuarse en el porvenir de manera más abierta, con el fin de que todo el mundo pueda darse cuenta de las circunstancias en las que actúan los dirigentes de las empresas (9). En la práctica, el progreso que se observa a este respecto concierne más a algunos de los grandes complejos industriales que a las asociaciones profesionales de patronos. En cuanto a los otros grupos de presión (particularmente el de los sindicatos obreros), aun estando en ocasiones más abiertos que las agrupaciones de patronos a la idea de una acción sobre la opinión, la actividad que despliegan en este terreno es limitada y esporádica (la escasez de sus recursos financieros constituye de todas formas un serio handicap a este respecto).

En muchos aspectos el caso de Francia es similar al de Italia. Estudiando el patronato francés, Henry W. Ehrmann afirma que "nunca ha

(8) *En Interest groups in Italian Politics*. Princeton University Press, 1964, págs. 412-416.

(9) Declaración hecha al *Corriere della Sera*, núm. del 27 de enero de 1966.

conseguido perfectamente operar la transición del viejo *lobby* de los *tireurs de ficelles* y profesionales del tráfico de influencia, de un nuevo *lobby* de organizaciones que hablen y actúen a plena luz..." (10). Convencidos de que la opinión les es hostil, los patronos franceses, siempre vinculados al secreto de los negocios y partidarios del anonimato, renuncian a transformarse. Según Ehrmann el "Conseil National du Patronat Français" (CNPF) no deposita su confianza sino en aquellos a quienes paga directa o indirectamente: así, en lugar de defenderse en un organismo de prensa que sea digno de su representación, se limita a subvencionar un cierto número de pequeñas publicaciones o revistas de tipo confidencial sin ninguna influencia sobre la opinión.

Sin duda, se han iniciado algunos esfuerzos durante los últimos años: así la creación de una "Association de la Libre Entreprise", especializada en la lucha contra el dirigismo y contra todo tipo de intervención gubernamental. Por otra parte, algunas firmas importantes (tanto públicas como privadas) han recurrido a la técnica de las *public relations*. De todas formas, y en su conjunto, el cuadro que presenta Ehrmann es aún válido y no se puede decir que otros grupos (sindicales, agrícolas...) tengan un comportamiento diferente (la falta de medios económicos constituye de todas formas un freno de importancia para que puedan emprender una acción de envergadura sobre la opinión).

El caso de Alemania es distinto. Un reciente análisis de la "Bundesverband der Deutschen Industrie" (BDI) subraya cómo este grupo consagra una amplia parte de sus ingresos a la publicidad (11). Aspecto tanto más importante cuanto que la posición tradicional de los negociantes alemanes, íntimamente unidos al secreto, es netamente desfavorable a este tipo de acciones. La actitud actual representa, pues, una amplia modificación de la conducta tradicional. Además de los esfuerzos particulares de los grupos de patronos, numerosas firmas se han obligado igualmente a seguir por este camino. Parece que esta reconversión ha sido facilitada por la necesidad de hacer frente a la propaganda de los sindicatos obreros, quienes, al contrario de lo que hacen los franceses y los italianos, disponen de grandes medios financieros y no dudan en utilizarlos para influir sobre la opinión.

Examinemos finalmente el caso de Inglaterra. Es un hecho el que los grupos de este país utilizan de manera amplia las técnicas de acción sobre

(10) En *La politique du patronat français, 1936-1955*. Traducido del inglés. París, Colin, 1959, pág. 182.

(11) A este respecto ver: BRAUNTHAL (GERARD), *The Federation of German Industry in Politics*, Cornell University Press, 1965. (Especialmente el capítulo III).

la opinión pública (12). Según un especialista británico en estas cuestiones, S. E. Finer, estas prácticas, sin alcanzar aún el nivel que tienen en los Estados Unidos, son objeto de una utilización creciente: Finer piensa que hay distintos factores que impiden a los grupos de este país el ir tan lejos en este terreno como a sus similares americanos. Según el mismo, la principal diferencia entre el *lobby* americano y el *lobby* británico reside en que el segundo, al contrario de lo que acontece con el primero, está *domesticated*: al trabajar de manera más íntima con las autoridades oficiales, los grupos británicos actúan de manera más moderada y con un sentido más elevado de su responsabilidad que los grupos americanos (13).

Habida cuenta de la propensión de numerosos autores británicos por revalorizar el sistema político de su país, esta observación no sorprende demasiado al lector extranjero. Sin embargo, le es difícil aceptarla sin reservas al considerar las gestiones de determinadas fuerzas de presión de Inglaterra en fechas recientes. Mencionemos en particular el éxito del *lobby* de la televisión comercial, una verdadera hazaña si se tienen en cuenta la amplitud de las oposiciones que existían al principio (y esto incluso en el seno del Gabinete Conservador) sobre el proyecto de creación de una segunda cadena de naturaleza comercial. El estudio de este *lobby* causa la impresión de que es, más que de una fuerza domesticada, una fuerza desencadenada: la campaña, en efecto, llevó consigo un importante esfuerzo de persuasión sobre la opinión pública (14).

No es fácil explicar las diferencias que señalamos. El aspecto concierne particularmente a las organizaciones de patronos ya que, tanto en Francia como en Italia, estas tendrían los medios, si verdaderamente lo desearan, para emprender acciones de envergadura. Y, sin embargo, no lo hacen. ¿Por qué?

Primera explicación que viene en este sentido es la de la presencia en cada uno de estos dos países de un fuerte grupo comunista: es difícil organizar una campaña patronal coherente y continua en un país en el que el Partido Comunista puede movilizar en las elecciones entre la quinta y la cuarta parte de los votos emitidos. El argumento tiene su alcance,

(12) Una descripción bastante detallada de estas actividades se encuentra en: POTTER (ALLEN) *Organized groups in British national politics*. Londres, Faber, 1961. (Sexta parte).

(13) En *Anonymous Empire*. A study of the lobby in Great Britain, Londres, Pall Mall Press, 1958, pág. 92.

(14) Esta campaña ha sido muy bien descrita por un autor americano: WILSON (H. H.) *Pressure group The campaign for commercial Television*, Londres, Scker and Warburg, 1961. (Para la acción sobre la opinión ver particularmente el capítulo VII). Esta campaña ha demostrado hasta qué punto un gobierno conservador puede ser vulnerable a una presión adecuada por un grupo de sus partidarios

pero se puede dudar en aceptarlo como decisivo en la medida en que los grupos alemanes e ingleses han podido dar la batalla contra una corriente dominante.

Otro factor de explicación: el retraso del capitalismo francés e italiano con relación al alemán y al británico. Según esta manera de ver las cosas, la voluntad de actuar sobre la opinión supone un grado de modernidad socio-económica que no conocen aún Francia ni Italia, o que están empezando a experimentar, la segunda en particular. En apoyo de esta forma de argumentar se puede insistir sobre el índice relativamente muy bajo de los gastos anuales de publicidad en Francia y en Italia: según cifras válidas para los años 1960-61, 8 dólares por habitante en Francia y solamente 3 en Italia, mientras que la cifra de Inglaterra es de 24 y la de Alemania de 21. De la misma manera se observa esta debilidad en el *quantum* de la acción de los grupos sobre la opinión como en el nivel de unión entre el sector productivo y el del consumo.

El principal mérito de esta argumentación, es el de indicar cómo el lugar que ocupa la actividad sobre la opinión en el dispositivo de la acción de los grupos depende, en una gran medida, del contexto socio-económico. Parece que en la época actual Alemania e Inglaterra han evolucionado más rápidamente y más profundamente que Francia e Italia hacia unas formas de integración social de tipo neo-capitalista: tal es, probablemente, el principal factor de la diferenciación que los separa en este terreno. ¿El análisis de la diversidad de posiciones que toman los grupos con respecto a su actividad sobre la opinión en un contexto determinado, es acaso compatible con esta hipótesis?

B. *Diversidad de la acción según los grupos.*

Como punto de partida tomemos el caso de las empresas en sus relaciones directas con la opinión. En Alemania la BDI se ha propuesto persuadir las de que les sería finalmente útil el dar alguna información más de la que estrictamente ordena la ley. Semejante campaña parece haber tenido un éxito bastante amplio, ya que solamente el 20 por 100 de las empresas consultadas se negaron a sobrepasar el límite reglamentario (15). Incluso se ha podido establecer cómo las firmas más difíciles de convencer de la utilidad de esta gestión, fueron las de pequeñas dimensiones. Por regla general, las grandes empresas parecen estar mejor preparadas que las firmas de modestas dimensiones a liberarse en cierta medida del tradicio-

(15) BRAUNTHAL, *op. cit.*, pág. 66.

nal secreto de los negocios. Observaciones del mismo género se han realizado también en Inglaterra. En los países en los que la acción de los grupos sobre la opinión está fijo aun en niveles relativamente poco elevados, el sector de vastos complejos industriales y comerciales es el que escapa a la regla y el que también sirve de ejemplo a los restantes.

Las razones de esta divergencia no son difíciles de establecer. En primer lugar, existe un problema de dinero, y las grandes firmas están en mejor situación para introducir en sus gastos generales los realizados por este concepto. Además, las primeras tienen sobre las segundas la ventaja de estar acostumbradas a realizar gastos de rendimiento diferido o incluso difuso. Por otra parte, la realización de programas de este tipo necesita frecuentemente de la intervención de especialistas ajenos a la empresa: los dirigentes de los grandes negocios aceptan de mejor gana prestar su confianza a estos que los de las firmas pequeñas. Finalmente, las empresas de importancia, por la amplitud y la variedad de sus actividades, están normalmente en condiciones de entregar una gran cantidad de información sin revelar con la misma los aspectos verdaderamente confidenciales, o al menos considerados como tales, de su gestión: es frecuente el que la abundancia aparente de informes suministrados, coincida con una absoluta reserva en cuanto a los puntos fundamentales. Las empresas pequeñas carecen de semejante libertad de maniobra: teniendo en definitiva poco que decir, les es mucho más difícil que a las grandes reservarse sus propios secretos si entregan sus confidencias.

Al tratarse de los grupos propiamente dichos, estas observaciones nos permiten comprender cómo su actitud con relación a la actividad sobre la opinión, depende estrechamente de la estructura de la rama que se considere. Las asociaciones que unen a las grandes firmas tienen la mayor parte de las veces menos dificultad para obtener los fondos necesarios para semejantes campañas que aquellas otras que defienden los intereses de las pequeñas y medias empresas. Por regla general, o si se prefiere, en un contexto socio-económico cualquiera, es previsible que las asociaciones que representan a los sectores de débil o muy débil concentración económica, manifiesten reticencias mayores ante la idea de emprender semejantes gestiones, y sobre todo si se trata de programas a largo plazo: la consideración de los gastos que cada uno de los miembros tiene que pagar es más imperativa que la de las ventajas posibles de la campaña

(16) Hemos estudiado con detalle la acción del "Movimiento Europeo" en un estudio sobre *Les Groupes Européens*, escrito en colaboración con D. SIDJASKI y todavía inédito. Para un primer esquema de este estudio ver: "Science politique et integration européenne". Ginebra, Institut d'Etudes Européennes, 1965, págs. 58-81.

—ventajas, de todas formas, que irían a parar al conjunto sin que cada uno de los participantes tuviera la sensación de haber obtenido un beneficio particular. Al contrario, se comprende fácilmente que una asociación compuesta por grandes empresas piense de manera radicalmente distinta. Y otro tanto se puede decir de una asociación en el seno de la cual coexistan grandes y pequeñas empresas, en la medida en que las primeras corren con la parte más importante para la financiación necesaria.

No es preciso señalar cómo la actividad sobre la opinión no constituye de ninguna manera el monopolio de los grupos patronales y de las diferentes organizaciones profesionales. Se puede afirmar, por el contrario, que semejante manera de proceder interesa de manera particular a los grupos que se proponen realizar la promoción de una causa. En nuestras sociedades existen una gran cantidad de organismos de este tipo, cuyos objetivos son sumamente variados (desde la lucha por la supresión de la pena de muerte, hasta la batalla en pro de la unión europea). Sin embargo, la mayor parte de estos grupos tienen una característica común: la de su escasez de recursos financieros. Este hecho les impide utilizar a fondo, como desearían muchas veces, la red de grandes medios de información. Es poco frecuente que los grupos de promoción estén en condiciones de poder realizar convenientemente amplias campañas de acción sobre la opinión pública: sin embargo, algunos consiguen realizar un esfuerzo continuo de información y de educación del público, pero teniendo que aceptar un trabajo a pequeña escala.

Al final de la segunda guerra mundial, el Movimiento Europeo pudo ejercer una influencia sobre la opinión bastante amplia. Gracias a la concesión de ayudas relativamente importantes (en particular las subvenciones de procedencia americana) el Movimiento ha intentado efectuar una acción profunda sobre diversos medios, particularmente entre los jóvenes (Campaña Europea de la Juventud). Pero cuando se detuvo el pago de estas subvenciones, la actividad del Movimiento Europeo tuvo un parón brutal, y desde entonces este grupo no ha tenido sino una actuación limitada, como la mayor parte, la casi totalidad podría decirse, de los organismos de promoción.

C. *Persistencia de los medios tradicionales.*

Según diversos estudiosos, la aparición y el desarrollo de la actividad sobre la opinión ha tenido por consecuencia la desvalorización e incluso la desaparición de las técnicas antiguas de presión, fundadas éstas en

buena medida sobre la corrupción y la intimidación (e incluso el chantaje). Donald C. Blaisdell presenta exactamente esta corriente cuando escribe que la antigua técnica de “colgarse de las chaquetas” (*button-holding*) de los miembros del Congreso americano en los pasillos, se sitúa lejos del *lobbying* moderno de la propaganda. Según el mismo, todo el mundo está de acuerdo en aceptar cómo la publicidad es la forma reciente del *lobbying*. Blaisdell ve en esta transformación una de las consecuencias más importantes de la expansión de la industria de las *mass communications* sobre las formas del gobierno y el proceso de la política.

Aunque esta actitud tiene amplia audiencia, nos parece por varias razones discutible. Si esta tesis pretende subrayar la disminución del empleo, o incluso la casi desaparición de ciertos medios de presión particularmente inmorales y cínicos (por ejemplo el de la compra abierta de funcionarios o de jueces), entonces tiene ciertos visos de ser verdadera. Aunque también conviene no olvidar los casos de corrupción manifiesta que se exhiben en periódicos de tantos países, incluidos los más ricos y los más adelantados económicamente: se puede en todo caso admitir, y no sin una cierta dosis de optimismo, que por lo menos en los países desarrollados se trata ya de casos marginales. Si, por el contrario, la tesis de la sustitución del viejo *lobby* por el nuevo intenta señalar la desaparición de procedimientos directos de unión entre las autoridades oficiales y los intereses organizados (sobre todo con intereses de tipo económico), entonces no estamos ya de acuerdo. Se trate de los Estados Unidos o de los países de Europa Occidental, la persistencia, incluso el perfeccionamiento de semejantes vinculaciones, parece un hecho indiscutible.

Tomemos como caso representativo el de la República Federal Alemana, en donde en estos últimos años la actividad sobre la opinión ha alcanzado un amplio desarrollo. En ella no parece en modo alguno que semejante expansión haya tenido como consecuencia el reducir las acostumbradas maniobras de los grupos de presión. Según el profesor Ossip K. Flechthein (de la Universidad de Berlín occidental) el Bundestag es hoy antes que nada un foro en el que se proclaman públicamente determinadas decisiones que han sido ya discutidas y negociadas en algún rincón de los pasillos del mismo: potentes grupos de presión forman parte de los partidos y los grupos del Parlamento introducen en las Comisiones del mismo a sus hombres de confianza, sometiendo a una presión directa y continua (o por lo menos intentando hacerlo) al jefe de

(17) En *American democracy under pressure*, Nueva York, Ronald Press, 1957, pág. 207.

gobierno, a los ministros y a los despachos (18). Y otro tanto sucede en el caso de Inglaterra: según un informe reciente, aproximadamente el 90 por 100 de los diputados conservadores que fueron elegidos en octubre de 1964 han tenido relaciones con el mundo de los negocios (150 diputados laboristas han tenido también relaciones con el mundo sindical) (19).

En definitiva, es cierto que los grupos de presión tienen ahora más en cuenta que en el pasado las eventuales reacciones de la opinión. Actuando de acuerdo con unos procedimientos que vamos a analizar, muchos de estos grupos, entre ellos los más modernos y los más potentes, procuran que la opinión les sea favorable para sus actividades o reivindicaciones, o por lo menos intentan neutralizar sus posibles reacciones contrarias. Se puede admitir que se trata de un comportamiento característico de los métodos neocapitalistas. Pero estos grupos no renuncian jamás al sistema de sus relaciones directas con las autoridades oficiales: en un amplio grado lo que sucede es que se acumulan unas técnicas de presión a otras, antes que sustituirse las antiguas por las nuevas. Expondremos después el alcance de semejante situación, ya que primero necesitamos analizar los métodos de intervención sobre la opinión pública.

2. Modalidades de la actividad sobre la opinión

Examinaremos sucesivamente la naturaleza de la acción emprendida, los tipos principales de campaña y la selección de las mejores tácticas. Al intervenir de esta manera sobre la opinión, los grupos o los consejeros que establecen sus programas, aprovechan las adquisiciones, científicas y prácticas, que se han realizado en el arte de la persuasión—arte que en nuestra época conoce progresos muy grandes (20).

A. Naturaleza de la acción emprendida.

Los interesados emplazan gustosamente esta acción bajo la denominación de *public relations* (expresión esta que traduce mal la forma es-

(18) Observaciones publicadas en el periódico *Après-Demain*, núm. de febrero de 1964, bajo el título "La voie de la démocratie en Allemagne de l'Ouest".

(19) Según ANDREW ROTH, *The business background of M. Ps.*, Parliamentary Profiles (1966).

(20) Un análisis reciente de la cuestión en: BROWN (J. A. C.) *Techniques of persuasion*. From propogande to brainwashing, Penguin Books 1963. Consultar también: ELLUL (JACQUES), *Propagandes*, París, Colin, 1962; EULAU (Heninz) *The behavioral persuasion in politics*, Nueva York, Random House, 1963; PEARSON (JOHN) y TURNER (GRAHAM), *The persuasion industry*, Londres, Eyre and Spottiswoode, 1965.

pañola de "relaciones públicas". La noción misma de relaciones públicas carece de claridad. De manera muy general, se puede decir que esta técnica tiene como objetivo el de captar para una colectividad o una empresa las simpatías del público: sin embargo, esta presentación, aunque educada, carece de la precisión necesaria para ser verdaderamente útil. Los estatutos de la "Association Française des Relations Publiques" las definen como "las actividades desplegadas por un grupo para establecer y mantener buenas relaciones entre los miembros del grupo y los diferentes sectores de la opinión pública que están directa o indirectamente interesados en las prestaciones económicas y sociales de la empresa o del grupo". Otra forma más breve de definir las relaciones públicas, la cual preferimos, es la de ver en éstas el esfuerzo deliberado, planificado y sostenido con vistas a establecer y mantener una comprensión mutua entre una organización y su público (21).

Cabe también preguntarse si es necesario recurrir a la noción, aún discutida e incierta, de relaciones públicas para caracterizar la acción de los grupos sobre la opinión, e incluso si no sería preferible utilizar simplemente la noción de propaganda. Este es el parecer de David Truman. Para este último, la propaganda, por cuanto representa el intento de persuadir a un gran número de personas, constituye un proceso de base dentro de una sociedad de masas: es simplemente un tipo particular de comunicación, un tipo moralmente neutro. Bajo este contenido, el término propaganda se adapta perfectamente para designar las intervenciones de los grupos sobre la opinión. Sin embargo, Truman acepta que en el lenguaje corriente la palabra propaganda tiene una significación peyorativa: para el público propaganda evoca mensajes totalmente o parcialmente falsos, generalmente interesados y a menudo malevolentes (malicious). Ningún grupo acepta el que cuando se dirige al público está haciendo propaganda.

El uso de la expresión relaciones públicas, suponiendo que se acepte su utilización, lleva consigo además una dificultad suplementaria: la del muy amplio sentido que dan a la palabra "públicas" los técnicos de esta rama. Según "Association Française des Relations Publiques", los diferentes sectores de la opinión pública pueden ser: el personal, los accionistas, los agentes de distribución, los clientes actuales y posibles, los abastecedores, las empresas complementarias, los profesores, maestros y alumnos de los distintos grados de la enseñanza, los diferentes organis-

(21) Para la discusión de la noción de relaciones públicas: VERDIER (H.), *Les relations publiques, Information et Action*, París, Ediciones de la "Entreprise Moderne", 1959. (Capítulo I).

mos de información, los organismos sindicales, las administraciones públicas, los representantes del poder ejecutivo, tanto si estas capas de la opinión se consideran dentro de un plano local, regional, nacional o internacional. Es, pues, una lista muy larga. Su consideración parece apropiada para los estudios de sociología general. Sin embargo, con vistas al análisis político de los grupos, lo más importante es el esfuerzo que estos organismos despliegan para persuadir a aquellos que de una manera u otra les son extraños. Así pues, se trata entonces de examinar esencialmente el aspecto exterior o externo de las relaciones públicas. Sobre esta base se procura alejar del análisis la acción emprendida sobre la opinión de los miembros del grupo (se trate de los accionistas o del personal). Al contrario, desde este punto de vista se está de acuerdo en introducir en el público a los políticos y a los funcionarios en general. La mayor parte del tiempo, los grupos tienen con diversos elementos del aparato gubernamental modos de contacto que no dependen del sistema de las relaciones públicas: pero estas relaciones aparte, parece legítimo introducir en el público exterior a la empresa el resto del mundo gubernamental (incluso si el esfuerzo de persuasión realizado para con el mismo adquiere un contenido específico).

Planteado así el principio de la diferenciación entre los aspectos internos y externos de las relaciones públicas, es necesario reconocer que en la práctica esta división carece de nitidez y debe ser objeto de interpretación. En efecto, existe frecuentemente entre los miembros que se consideran verdaderamente tales y el público extraño al grupo, una zona intermedia compuesta por personas que, aunque tengan atributos de miembros, no mantienen en realidad vis a vis del grupo sentimientos muy distintos de los del público: así una gran parte de los accionistas de las grandes sociedades, accionistas incluso que muchos llegan a no conocer la actividad exacta de la firma de que poseen títulos. En realidad no existen muchos otros medios para llegar a estos miembros aparte los empleados para llegar al público en general: en estas condiciones la distinción entre los aspectos internos y externos pierde mucha de su claridad e incluso de su razón de ser.

Consideraciones análogas podrían presentarse con relación a los elementos hostiles al equipo dirigente del grupo. Estos se reclutan en el exterior, ciertamente, pero también sucede que se encuentran en el interior. Estos últimos, aunque miembros, adoptan entonces comportamientos específicos—comportamientos, por otra parte, que sobre puntos con-

(22) *Op. cit.*, págs. 222-23.

cretos pueden ser comparados a los que manifiestan los adversarios del exterior. Así, la propaganda destinada a vencer las resistencias externas, puede, en realidad, destinarse también a combatir las resistencias internas.

Globalmente, si se considera al equipo dirigente como centro de un círculo cuya circunferencia está formada por el público de los indiferentes, existen una serie de circunferencias cada vez más pequeñas que representan cada una situaciones intermedias (así, entre los adherentes y los accionistas, el círculo de los elementos bien informados, el de las personas informadas medianamente, el de los apáticos completos, muy próximo del círculo del público indiferente). Desde este punto de vista, es difícil decir dónde termina el aspecto interno de las relaciones públicas y dónde comienza el aspecto externo. Por ello, la distinción, que parece apropiada en su principio, en la realidad no puede ser empleada sino con muchos matices.

Falta evocar el problema del organismo encargado de concebir y realizar las acciones sobre la opinión. Se piensa normalmente que para tener garantías de éxito, estas gestiones deben ser realizadas por especialistas calificados. Para tener una idea apropiada de la superioridad en este terreno del profesional sobre el aficionado, basta comparar la campaña de los partidarios de la televisión comercial en Inglaterra con la organizada por sus adversarios (estos últimos, por falta de experiencia, cometieron grandes errores) (23). De entrada, dos caminos distintos se presentan a los grupos para obtener el apoyo de los técnicos indispensables: bien el de crear su propio servicio de relaciones públicas introduciendo en el mismo a profesionales competentes, bien el de asegurarse los servicios de una firma o de una agencia de relaciones públicas. La mejor elección entre estas dos fórmulas depende de un gran número de factores (en particular de la amplitud de los negocios que trata el grupo y del nivel de sus recursos financieros).

Existe, sin embargo, una tercera vía: la creación por una serie de grupos o de firmas de un organismo propio que se ocupe o bien de los problemas comunes al conjunto de los miembros, o bien de cuestiones propias a algunos de ellos. Mencionemos como ejemplo el del "Deutsches Industrieinstitut", creado conjuntamente en enero de 1951 por la BDI y la "Bundesvereinigung der Deutschen Arbeitgeberverbände" (BDA). El objetivo de este Instituto cuyo emplazamiento se encuentra en Colonia, es el de presentar al público de la manera más favorable aspectos de la indus-

(23) H. H. WILSON, *op. cit.*, capítulo VII.

tria y de sus miembros; este se esfuerza en revalorizar el sistema de libre empresa y en crear entre el público una atmósfera y un ambiente favorables a la industria. El Instituto igualmente toma posiciones en uno u otro sentido acerca de los proyectos gubernamentales que afectan a sus miembros o les conciernen. Los ingresos de este organismo se conocen de manera imperfecta (parecen haber sido del orden de los 3.000.000 de marcos en 1959).

En Inglaterra, señalaremos en primer lugar el caso de la "Economic League" fundada en 1919 por un grupo de industriales para luchar contra los elementos socialistas que según ellos mismos comprometían con su actuación subversiva la recuperación industrial del país, y también para proporcionar al público un grado de educación económica. La Liga realizó entonces un amplio esfuerzo de propaganda en favor del sistema de la libre empresa. Y mencionemos también el caso de "Aims of Industry", organismo fundado en 1942 para luchar contra una posible oleada de socialismo después de la guerra: su actividad data en realidad de 1946, época en la que el gobierno laborista comenzó a llevar a la práctica su programa. "Aims of Industry" se presenta como una firma de relaciones públicas consagrada a la industria. Señalemos finalmente el caso del "Institute of Directors", el cual, aunque tiene carácter de grupo de intereses, realiza sin embargo un cierto trabajo de promoción (así el de la gestión de una "Free Enterprise Campaign").

B. Tipología de las campañas.

Se pueden distinguir dos grandes tipos de campañas: las campañas a largo plazo, las cuales tienden a crear reacciones o un clima favorable al grupo; las campañas de urgencia, cuyo objeto es el de combatir un peligro urgente a través de una llamada a la opinión. Los técnicos de relaciones públicas subrayan lo difícil que es triunfar en acciones de urgencia si los interesados no han tomado la precaución de ganarse las simpatías del público mediante esfuerzos a largo plazo.

Veamos en primer lugar las campañas a largo plazo (a las que los especialistas anglosajones aplican en ocasiones las expresiones de *background campaigns* o *educational programmes*). El objetivo de estas gestiones es el de crear entre el público una imagen favorable del sector y de la actividad de que se trate: no se pretende con ello obtener un re-

(24) Una excelente descripción de esta campaña se encuentra en un artículo de H. H. WILSON, "Techniques of pressure. Antinationalization propaganda in Britain". *Public opinion quarterly*, verano de 1951, págs. 225-42.

sultado positivo en particular, sino más bien implantar entre la opinión ideas o reacciones favorables a los intereses que se defienden. Tal es el sentido que tienen las campañas que tienden a revalorizar el sistema de libre empresa o la depreciación del socialismo y del dirigismo público. Se puede considerar que estas campañas se esfuerzan en preparar el porvenir, asegurando con antelación una defensa contra los peligros que pueden producirse después.

Sucedee, sin embargo, que estas campañas a largo plazo tienen un objeto más específico: así, en muchos países, se puede considerar la acción que realizan los organismos que se interesan por las carreteras para convencer a los ciudadanos que exijan de las autoridades el desarrollo y el perfeccionamiento de la red de comunicaciones. Ante la amplitud de intereses que están vinculados a la circulación (productores y distribuidores de gasolina, constructores de automóviles, firmas de obras públicas, empresas turísticas...), es frecuente que los organismos que se encargan de promover la circulación dispongan de medios de acción importantes. En caso de necesidad, por otro lado, estos grupos acuden a la acción sobre la opinión y a las intervenciones directas sobre el gobierno.

Determinados autores emparentan las campañas a largo plazo con los procedimientos publicitarios que se encierran bajo la denominación de publicidad de prestigio o también publicidad institucional. Ejemplo clásico de estos procedimientos: el de la publicación en los periódicos de vastos carteles (que ocupan frecuentemente toda una página) poniendo de relieve los servicios que suministra a la colectividad esta gran firma o aquella otra rama de actividad. El objetivo de estos anuncios en principio no es el de favorecer la venta de mercancías o servicios, sino el de proyectar sobre el público una serie de imágenes favorables al organismo de que se trata. Muchas de estas operaciones tienen por objeto el crear un clima favorable y no el de conducir al público hacia situaciones en las que tenga que tomar una decisión de compra o a sostener una posición particular. Señalemos de pasada que no siempre es fácil separar este género de publicidad de la publicidad ordinaria: puede muy bien suceder que una publicidad de prestigio tenga finalmente como resultado un desarrollo de las ventas. Sin embargo, este tipo de publicidad merece un lugar aparte en el conjunto de las técnicas de persuasión.

Veamos ahora las campañas de urgencia, a las que los ingleses se refieren con la sugestiva expresión de *fire brigade campaigns*. Después de la segunda guerra mundial, el campo predilecto de estas campañas ha sido, especialmente en Inglaterra, la lucha contra los proyectos de nacionalización. Se trata, pues, de campañas de espíritu esencialmente

defensivo y desarrolladas bajo el impulso de la necesidad. Citemos, por ejemplo, la campaña, que terminó en fracaso, de la "Road Haulage Association" frente a la nacionalización de los transportes terrestres (realizada por el Transport Act de 1947). Una de las campañas más célebres fue la emprendida por la firma "Tate and Lyle" con el concurso de "Aims of Industry" frente a una posible nacionalización de la industria azucarera. Esta campaña, que se supone que costó 250.000 libras, puede considerarse como un modelo en su género: en definitiva, la industria azucarera no fue nacionalizada pero, sin disminuir la calidad de la propaganda realizada, parece que la causa principal hay que buscarla en el agotamiento del gobierno laborista y en un cambio de la opinión en favor de las formas tradicionales de gestión de la actividad económica.

Por regla general, los grupos que consagran una parte de sus esfuerzos a las relaciones públicas, desean obtener resultados rápidos (punto este que es esencial en las campañas del tipo *fire brigade*). Sin embargo, en Europa gana cada vez más terreno la idea de que la consolidación o la mejora del estatuto social pide un esfuerzo continuo de información y de educación. En esta perspectiva las campañas a largo plazo representan una especie de seguro frente al desencadenamiento de futuros peligros. Así se explican las gestiones realizadas por las grandes firmas, las cuales corren el riesgo de encontrarse un día u otro bajo la amenaza de su nacionalización, con el fin de aumentar y mejorar la calidad de su imagen ante el público.

Se vincula a esta propensión el aliento que bajo formas diversas dan estas grandes firmas industriales y comerciales a las letras y a las artes. Aunque se trate de una tendencia reciente, este tipo de mecenazgo cuenta ya con un cierto número de realizaciones. Mencionemos igualmente, a imagen de lo que sucede en los Estados Unidos, la creación de fundaciones llamadas filantrópicas gracias a la afectación de una parte más o menos amplia de vastos activos industriales, o también de unas rentas obtenidas de la industria (caso en Inglaterra de la "Nuffield Foundation" establecida en 1943 por Lord Nuffield): este procedimiento, de todas formas, tan corriente en los Estados Unidos, está aún poco desarrollado en Europa. En Alemania hasta 1959 no se creó la primera gran fundación privada, la fundación "Thyssen". Señalemos también que esta creación ha provocado su revuelo, ya que algunos han visto en la operación una especie de cortina de humo desplegada con el fin de facilitar una operación de fusión. En todo caso, desde su creación, ésta ha ingresado cada año entre 10 y 12 millones de marcos en concepto de dividendos (distribuidos a las universidades y a los institutos de investigación científica de Ale-

mania occidental, sobre todo destinados a la formación de nuevos científicos) (25).

C. *Selección de las tácticas más apropiadas.*

Entre los múltiples problemas que plantean el desarrollo de semejantes campañas, tres cuestiones merecen un particular interés: la identificación de los destinatarios de la campaña, la selección de los medios de comunicación que permite llegar a ellos con la mayor seguridad y eficacia, la determinación del contenido del mensaje en función de los objetivos apuntados. Habida cuenta de la limitada ambición de este estudio, solamente haremos aquí una simple presentación general de estos problemas.

Examinemos en primer lugar el de la selección de los destinatarios de la campaña. Se puede intentar, ciertamente, llegar al público en su conjunto, pero es dudoso que en la mayoría de los casos semejante llamada, por su misma generalidad, pueda tener la misma eficacia que si se entra en contacto con un auditorio especializado. Los responsables de las campañas están al corriente de esta cuestión, como lo demuestra el ejemplo de la "Road Haulage Association" en su lucha contra la nacionalización de los transportes terrestres: así, se prepararon cinco folletos de propaganda dirigidos cada uno a un público diferente (público en su conjunto; las mujeres; todos los comerciantes de todos los comercios; los comerciantes que utilizaban su propio vehículo; los propietarios de garajes y los representantes de marcas de automóviles) (26). Está fuera de dudas que la selección constituye a este respecto un factor de eficacia, pero también se pueden adivinar las dificultades que supone la determinación previa de semejantes auditorios. Es más fácil en particular establecer los folletos apropiados que el distribuirlos de manera eficaz.

Los especialistas de opinión pública, desde hace tiempo, han puesto de relieve el papel clave que juegan ciertas personas en la recepción y en la difusión de las ideas, pero la lista de estas personas varía considerablemente entre diferentes situaciones. De manera amplia, las investigaciones experimentales de psicología social han puesto de relieve una tendencia en los individuos emplazados ante soluciones, de las que ninguna se impone, a pedir la opinión de otras personas, las cuales pueden ejercer una

(25) Sobre el desarrollo reciente de los grandes imperios industriales de Alemania Occidental, ver el artículo de WALTER TRAUTMANN en el semanario suizo *Weltwoche*, núm. de primero de octubre de 1965.

(26) Según ALLEN POTTER, *op. cit.*, pág. 323.

influencia sobre las primeras. La búsqueda de estas "personas influyentes" o "guías de la opinión" plantea difíciles cuestiones que los especialistas de relaciones públicas no están siempre bien emplazados para resolver (27).

La selección de los medios de comunicación depende, como es lógico, de la naturaleza y de la amplitud del auditorio que se pretende alcanzar. En principio los grupos tienen dos posibilidades: la de crear sus propias redes de comunicaciones, o la de utilizar los grandes medios de comunicación que existen en la comunidad. El empleo de los segundos presenta ciertamente sus ventajas y puede bajo muchos puntos de vista revelarse como indispensable: el desarrollo de la rama de las relaciones públicas, en la medida en que ella misma no puede prescindir de los grandes *media*, tiene fuerza para acentuar su influencia (28). Sin embargo, semejante selección no siempre es posible (caso de los países en los que la radio y la televisión son monopolios del Estado, que no aceptan o solamente aceptan excepcionalmente semejantes propagandas) (29). Por otra parte, en los medios de comunicación no todo son ventajas, ya que su uso es difícilmente compatible con la selección del auditorio, lo cual constituye una de las bases del éxito.

La solución ideal es la de que el grupo sea capaz, según las exigencias de su programa, de utilizar alternativamente o acumuladamente todos los medios de comunicación, desde los procedimientos de contacto directo (*face to face*) hasta los grandes auditorios de la televisión. Entre las primeras, señalemos la firma de peticiones, las gestiones de puerta en puerta, las reuniones de pequeños efectivos (caso de Londres en los discursos en Hyde Park o en Trafalgar Square, de organizaciones tan di-

(27) Un ejemplo concreto de semejante tipo de investigaciones en: ANDERSON (Bo), "Les guides de l'opinion et la formation de l'opinion publique dans quatre communautés suédoises". *Revue Internationale des Sciences Sociales*, 1962, núm. 2, págs. 337-354. Para un estudio general del problema consultar: KATZ (Elihu), LAZARUS (PAUL F.), *Personal influence*. The part played by people in the flow of mass communications. Glencoe (Ill), Free Press, 1955. (Reimpreso en 1965 en forma de separata).

(28) El aspecto ha sido puesto de relieve acertadamente por el teórico polaco STANISLAW EHRlich en "*Grupy Nacisku*" *W Strukturze Politycznej Kapitalizmu* (Grupos de presión y estructura política capitalista), Varsovia 1962 (capítulo IX). Ver también el estudio de Andrée Mathid "La presse et les groupes de pression" publicado en la obra colectiva *La Presse* de 1963 del Instituto de Ciencias Sociales de Barcelona, págs. 335-374. (Primera Semana Internacional de Prensa).

(29) Se puede observar cómo la televisión comercial británica no dispone en este terreno de una total libertad de acción, puesto que escogió rechazar cualquier publicidad que tuviera un objetivo directamente político. Y tiene una concepción política amplia: "anything which is related to the government or organization of the community (national or local)". Sobre este principio rechazó en 1957 una película del Road Campaign Council por expresar opiniones que podían influenciar a la opinión pública. (ALLEN POTTER, *op. cit.*, págs. 343-345).

versas como la Economic League o los grupos favorables al desarme nuclear). Señalemos también la fijación de anuncios en los periódicos (procedimiento bastante caro para unos resultados a menudo hipotéticos): los grupos obtienen frecuentemente mejores éxitos insertando sus anuncios en periódicos y revistas técnicas (principio de la especialización del auditorio).

Por lo que se refiere a los grandes *media* y especialmente a los periódicos de amplia difusión, la mejor solución para los grupos es que sus actividades sean consideradas por los dirigentes de estos organismos como susceptibles de interesar a los lectores o a los tele-espectadores. Está claro, los responsables de los servicios o agencias de relaciones públicas intentan por todos los medios que esto sea así (el éxito en esta rama tiende a veces a medirse según el número y las líneas de las inserciones que se han obtenido gratuitamente). Los responsables de la campaña contra la nacionalización de la industria azucarera adoptaron como principio el no recurrir a anuncios que hubiera que pagar: su objetivo era el presentar y distribuir un material informativo lo bastante interesante como para que los periódicos lo utilizaran espontáneamente en sus columnas y sin exigir pago. Parece que lo consiguieron pero, por regla general, la concurrencia es fuerte y la abundancia de material hace que los periódicos sean poco permeables a una gran parte de los esfuerzos emprendidos para interesarlos gratuitamente por las actividades y las concepciones de un grupo.

Con el fin de trancar esta indiferencia, los técnicos en relaciones públicas utilizan numerosos medios, como los banquetes de Prensa o el ofrecimiento de viajes dirigidos sin gastos para el beneficiario. Recordemos también el procedimiento de las conferencias de Prensa, pero ya son demasiado numerosas como para tener siempre eficacia. Según algunos expertos, la mejor manera de que un periodista se interese por las actividades de un grupo, es la de que éste colabore en el trabajo—en particular con la entrega de hechos serios y objetivos—, *reliable* según la expresión inglesa, sobre los problemas de que se trata. Los periodistas, muchos de ellos por lo menos, son sensibles a este tipo de servicios que facilitan enormemente su tarea: sin embargo, la regla del juego es que los organismos que distribuyen la documentación separen los hechos de los comentarios. Si es cierto que el papel esencial de la persuasión es el de dar a la información un sentido determinado y, al menos, una cierta orientación, esto es una disciplina relativamente difícil de observar.

Nos falta aludir al problema del contenido del mensaje. Aspecto este en la actividad de las relaciones públicas del que casi no es necesario

mencionar su gran importancia y su gran complejidad. Las experiencias realizadas en este terreno han permitido establecer un cierto número de observaciones útiles (30). Sin embargo, el margen de incertidumbre es aún demasiado grande como para que sea posible anticipadamente garantizar el éxito de un programa cualquiera. La actividad sobre la opinión se ve todavía afectada por numerosas imperfecciones y muy graves insuficiencias (situación que muchos creen que ha de continuar, salvo en el caso de que se encuentre el medio de reducir la condición del hombre a la de un ser automático). A pesar de todas las precauciones que pueden tomarse, el desarrollo y el fin de una campaña de opinión lleva consigo necesariamente elementos imprevisibles.

La dificultad comienza en la selección de las palabras y de los símbolos destinados a expresar el mensaje: es necesario asegurarse de que el público en cuestión es capaz de percibirlos, los recibe de hecho y los recibe en el sentido que les ha dado el propagandista. El papel esencial de éste consiste en desencadenar conductas o en suscitar opiniones que correspondan lo más exactamente posible con los objetivos de la campaña: para ello debe insistir sobre las actitudes que prevalecen en el medio al cual se dirige el mensaje, y debe en especial evitar el error tan corriente de considerar las actitudes de este medio como análogas o equivalentes a las suyas. Aun suponiendo que la acción triunfe, el problema es el de asegurar la continuidad de los dispositivos creados: es particularmente agudo en el caso de que se trate de un programa a largo plazo, ya que puede pasar mucho tiempo entre la aparición de las nuevas disposiciones y su eventual utilización por el grupo de referencia. El peligro de que las opiniones adquiridas así por el público desaparezcan rápidamente en caso de que se detenga la propaganda, justifica la tesis que afirma la necesidad de dar un carácter continuo a la acción sobre la opinión. Pero la realización continua de semejantes campañas plantea problemas que no son exclusivamente de orden financiero.

3. Resultados de la actividad sobre la opinión

Ha sido calificada en ocasiones de intervención o presión *indirecta* la acción emprendida por los grupos para captar los servicios o la simpatía de la opinión. El calificativo "indirecto" quiere decir que se intenta in-

(30) Indicaciones interesantes sobre este problema en: ABELSON (HERBERT L.) *Persuasion. How opinions and attitudes are changed*. Londres, Crosby Lockwood, 1950.

fluir sobre las autoridades a través de la opinión. A esta última, en definitiva, se la toma como palanca. Semejante presentación, aunque no es completamente inexacta, hay que precisarla más si se le quiere conceder un carácter explicativo.

Una primera precisión concierne al tipo de ayuda que los grupos esperan o solicitan de la opinión. Puede ser una especie de sostén activo, una especie de movilización en la que la opinión hace suyas las posiciones o reivindicaciones del grupo y realiza sus gestiones (por ejemplo, participando en manifestaciones públicas) para obtener que las autoridades cumplan. Puede tratarse solamente de una especie de apoyo de tipo más o menos pasivo: el grupo intenta entonces simplemente crear en torno a sus actividades un clima o atmósfera favorables. En último extremo, el objetivo que se persigue es el de emplazar a la opinión ante las demandas del grupo en un estado que se podría llamar, usando un neologismo, de "permisividad", es decir, en un estado en el cual la opinión, incluso sin entusiasmo, deja hacer y no se opone. El análisis sociológico presta poca atención frecuentemente a estos estados de pasividad, los cuales, por otra parte, tienen una gran importancia.

Segunda precisión es la que se refiere al tipo de comportamiento que la toma en consideración de la opinión supone inspirar a las autoridades. Puede tratarse de llevar a ésta a modificar un proyecto inicial en uno u otro sentido: renuncia a una medida estudiada (influencia negativa) o adopción de una medida antes negada (influencia positiva). Dicho de otra manera, el grupo puede intentar utilizar a la opinión tanto de manera defensiva como de manera ofensiva. Pero existe otra posibilidad, la de emplear el estado de opinión como una especie de argumento suplementario: este es el caso en el que los poderes dudan, puesto que temen reacciones de la opinión. La táctica entonces es la de demostrarles, bien espontáneamente, bien a través de una campaña, que la opinión está de acuerdo con el proyecto preparado, o no se opone, y, por tanto, que no existe riesgo político al aceptar las peticiones del grupo.

Es fácil ver cómo estas dos series de consideraciones tienen entre sí puntos comunes. Cuando se trata de obtener un cambio de actitud de las autoridades, es útil y a veces indispensable el obtener el apoyo activo de la opinión: el grupo que puede mostrar la amenaza de un levantamiento de tipo moral, posee un argumento apreciable e incluso en ocasiones decisivo. Si se trata solamente de disipar las dudas que tienen las autoridades para entrar en un camino que no les disgusta enteramente, el poner en evidencia un estado de "permisividad" tiene muchas posibilidades de ser suficiente.

Es sabida la dificultad que existe para medir los movimientos de la opinión: se refiere tanto a la determinación del momento en que el cambio se ha operado, o ha comenzado a operarse (constatación de la reflexión), como al cálculo de la amplitud de esta modificación. La dificultad aumenta cuando a datos puramente cualitativos (por ejemplo, el aumento de un porcentaje) se intenta añadir una interpretación cualitativa (intensidad de las reacciones). Sin embargo, el estudio de lo "cualitativo" es indispensable ya que uno de los efectos de una campaña puede ser el de reafirmar a las gentes en unas convicciones que previamente compartían. Luego, semejante resultado puede tener tanta importancia como el de la creación de nuevos simpatizantes.

Los sondeos de opinión facilitan sin ninguna duda la medida de los efectos que pudo tener una campaña. Se pueden incluso obtener indicaciones para determinar la táctica que mejor convenga. Así, durante la lucha para introducir en Inglaterra la televisión comercial, las consultas al público mostraron cómo los partidarios de ésta tenían interés en ampliar y reforzar la controversia, ya que los sondeos iban poniendo de relieve cómo a medida que el público se informaba del asunto, tendía a favorecer la creación de un "servicio competitivo".

Sin embargo, el aspecto más delicado es el de determinar qué parte corresponde a la campaña de un eventual cambio sobre la opinión, y qué parte corresponde a otros factores. Según la BDI, el prestigio de los industriales alemanes, que era bastante bajo al terminar la guerra, parece haberse recuperado desde entonces. Y de la misma manera el número de los partidarios de la nacionalización de la industria, disminuyó desde entonces. Es posible que las campañas en favor de la libre empresa hayan jugado un papel en este cambio de opiniones, pero se puede también pensar que el factor esencial ha sido el de la recuperación económica de Alemania y el consiguiente aumento del nivel de vida que trajo la prosperidad. Es normal que la mayor parte de la gente manifieste sus simpatías por un sistema que, tras un período de hundimiento total ("Alemania, año cero"), les ha procurado ventajas materiales muy apreciables.

Según algunos, nada es más fácil, a condición de pagar su precio, que el modificar los estados de opinión. Este razonamiento reposa sobre la idea de que la conciencia humana es algo así como una página en blanco, sobre la cual los propagandistas están en condiciones de imprimir las opiniones que deseen. Sin embargo, es esta una manera de ver las cosas que todas las experiencias realizadas desde hace veinte años están lejos de confirmar. Por regla general estas experiencias (incluidas aquellas de gran envergadura que se hicieron durante la guerra sobre los mismos

miembros del ejército americano), muestran cómo sí es relativamente fácil modificar las opiniones superficiales de una persona, las que no la comprometen a nada, es por el contrario mucho más complejo transformar sus actitudes profundas. Y aún hay que señalar cómo las opiniones nuevas que se adquieren de esta manera no son nunca duraderas: fijar unas opiniones es cosa mucho más complicada que el suscitarlas.

Uno de los mayores obstáculos es el de la diversidad de campañas que, en las sociedades modernas, tienden a influir sobre los ciudadanos. El aspecto se clarifica cuando se trata de campañas que no son concurrentes: la capacidad de atención de un individuo hacia las cosas que no afectan directamente su existencia es siempre limitada. Así se explica el que gentes que se dicen favorables a una determinada tesis, al final de la campaña son frecuentemente incapaces de repetir los argumentos lanzados por los propagandistas: se ha observado en Alemania que el aumento en favor del sistema de libre empresa, no va acompañado en absoluto de un mejor conocimiento de su forma de funcionamiento. Así se explica, de manera más general, la dificultad de las campañas que tienen una inspiración educadora. Sin embargo, los obstáculos son más graves cuando se trata de campañas concurrentes o, en otros términos, de contra propaganda. Es raro que la acción de un grupo no suscite ninguna oposición y la presencia de un adversario decidido, a condición de que tenga los medios que le permitan manifestarse, puede reducir la eficacia de cualquier campaña.

El grado del éxito que se obtiene depende naturalmente, al menos en parte, de la habilidad de los inspiradores y dirigentes de la campaña. Entre los factores del triunfo señalemos el de la aptitud para hacer resaltar los aspectos más fuertes del grupo: así la presencia en su dirección de una personalidad de gran renombre, incluso si se trata solamente de una persona puramente representativa (lo que los ingleses llaman *figure head*, de donde los esfuerzos realizados por diversos grupos ingleses para tener a la reina entre sus dirigentes). Y la misma inspiración es la que provoca que se utilice el prestigio de que gozan expertos y sabios en diversos sectores de nuestras sociedades: es frecuente que un gran físico no tenga mucho más que decir sobre un problema ajeno a su especialidad que un simple ciudadano, pero generalmente la opinión del primero tiene más peso que la del segundo. Señalemos finalmente la importancia que tiene para el éxito de una campaña la manipulación hábil de los símbolos (por ejemplo los que utiliza la llamada medicina liberal en su lucha contra

la reglamentación del Estado: “el médico de familia”, “el secreto médico”...) (31).

Admitido lo anterior, uno de los elementos esenciales del éxito de una campaña es la de que ésta corresponda con las condiciones económicas y sociales que existen en el momento en que se desarrolla, o al menos que no esté en contradicción o pueda parecerlo con aquéllas. Se puede decir que la propaganda solamente es efectiva dentro de los límites que fija el estado de estas condiciones. Es dudoso que en un período de grave depresión económica, una campaña, por masiva que sea, en contra de las intervenciones gubernamentales y en favor de la libre empresa, tenga posibilidades de ser escuchada. Estas condiciones crean un clima de opinión que, según los casos, se convierten en estimulantes o constituyen un obstáculo para la aceptación de cualquier tipo de propaganda. En particular toda propaganda que tropiece con semejante clima corre el riesgo de terminar en un fracaso desde su origen. Por el contrario, la propaganda que venga a suministrar una explicación de la situación presente, tiene más posibilidades de éxito, incluso si la argumentación presentada es arbitraria o inexacta (así la atribución a los judíos por el nacional socialismo de la responsabilidad de las desgracias políticas y económicas de Alemania).

La actividad sobre la opinión, también es cierto, presenta dificultades desiguales, según las ambiciones de quienes se entregan a ella. La obtención de un apoyo activo es difícil de obtener fuera del círculo de quienes tienen un particular interés en el funcionamiento del grupo. Por el contrario, más fácil es suscitar en la opinión una especie de aceptación matizada de un cierto grado de simpatía. En la mayor parte de los casos, sobre todo si se insiste en lo que son sentimientos duraderos, esta es la mayor ventaja que pueden obtener los grupos. Volvemos, pues, a encontrar la noción de “permisividad” que, en las relaciones entre los grupos y las autoridades, constituye en beneficio de los primeros un argumento de alcance nada despreciable. Por regla general, las autoridades acogen mejor las solicitudes de los grupos si piensan o adivinan que la opinión no les es hostil, o incluso que los acepta con alguna simpatía.

Estas consideraciones explican la importancia que los grupos conceden a la idea que las autoridades tienen acerca de la opinión (lo que se ha podido llamar: “la opinión sobre la opinión”). Por ello uno de los métodos que utilizan los funcionarios públicos para informarse es el de la lectura de la Prensa. De donde el valor que presenta para los grupos el

(31) Ver a este respecto: HATZFELD (H.), *Le grand tournant de la médecine libérale*, Paris, Les Editions Ouvrières, 1963.

hecho de “tener buena Prensa”, es decir, el obtener que los periódicos se interesen por sus actividades, por lo cual se preocupan de airear el eco que pueden tener en la comunidad. Evidentemente, este es uno de los objetos de cualquier programa de relaciones públicas, el de obtener un amparo en las manifestaciones y en los proyectos del grupo a través de los periódicos. Los servicios gubernamentales, ocupados en muchas actividades, frecuentemente son superficiales en su interpretación de los hechos, y a partir del momento en que la Prensa se interesa con simpatía por las actividades de un grupo, admiten que el público apoya a aquéllos o por lo menos está a su lado.

En esta perspectiva, es también importante para los grupos obtener la comprensión, la simpatía y el apoyo de otros grupos, sobre todo de aquellos que tienen un buen prestigio y que gozan de buena audiencia (unión con la actividad desplegada en relación con los “guías de la opinión”). Siempre es útil para un organismo cualquiera que semejantes grupos se conviertan en portavoces de sus tesis, o que sus miembros acusen reacciones favorables a los intereses en cuestión. En los países anglosajones muchos grupos son objeto de una atención sostenida por parte de los promotores y realizadores de campañas sobre la opinión: las organizaciones femeninas, los clubs y agrupaciones del tipo Rotary, las cámaras locales de comercio, las iglesias, los medios de enseñanza... Las gestiones realizadas de esta manera tienden a modelar la opinión pública a través de otros grupos y gracias a su intervención. Esta extensión tiende a impresionar a las autoridades oficiales y a mejorar la idea que ellas se hacen de la audiencia que obtiene el grupo considerado (siempre la opinión sobre la opinión).

* * *

Podemos terminar diciendo que la acción sobre la opinión constituye en nuestros días una dimensión importante (mayor o menor según los países) de la presión de los grupos sobre las autoridades, una dimensión llamada, muy posiblemente, a extenderse y a consolidarse. Lo que es nuevo no es tanto el fenómeno en sí mismo como la amplitud que alcanza, su generalización y también su carácter sistemático: estas actividades dejan de ser obra de aficionados, incluso inteligentes, y se convierten en trabajo de profesionales especializados. Existe, pues, como se subraya insistentemente, un cambio en la línea de actuación de los grupos—cambio que amplía el neo-capitalismo.

Sin embargo, según creemos, este cambio no lleva como resultado la

LOS GRUPOS Y LA OPINION

supresión del dispositivo normal de intervención sobre las autoridades, o la reducción de su alcance. La acción sobre la opinión y por la opinión es aún demasiado incierta y frágil como para que los grupos acepten entregarse únicamente a ella. Aun adaptándose a las formas de los nuevos tiempos, las antiguas redes de relaciones y las antiguas prácticas de intervención subsisten: dicho de otra manera, el dispositivo de presión se amplía, se diversifica y, bajo muchos conceptos, se afirma pero, contrariamente a lo que piensan ciertos autores (entre ellos David Truman), no cambia sin embargo de naturaleza.

El nuevo derecho de la Prensa en España

Juan Beneyto

La Ley de 18 de marzo de 1966 constituye un momento fundamental en el proceso histórico del ordenamiento español de la Prensa. Desde la Ley de Imprenta de 26 de julio de 1883, cercanamente emparentada con la francesa de 1881, no habíamos logrado lanzar un texto concordante con nuestras realidades. El importante proyecto presentado a las Cortes el 14 de febrero de 1935 consideró a la anterior Ley no solo anticuada, sino insuficiente, e intentó solucionar el problema con un estatuto orgánico que garantizase esas dos preocupaciones de que seguimos pendientes en 1966: la libertad y la responsabilidad.

En lugar de esos dos principios y durante varios lustros, tuvieron vigencia en España sus negaciones. Las leyes que no se cumplían eran acompañadas por las excepciones suplantadoras de aquéllas, incluso de la misma Ley fundamental: la Constitución de 1931 necesitó de los andadores de un *singular mecanismo de defensa*.

En 1938, la Ley de 23 de abril inició la regulación de la Prensa española mediante normas inspiradas en la idea de su nacionalización en línea de servicio público, dentro de un esquema autoritario de adscripciones censorias y potestad gubernativa. Era evidente que las circunstancias en que se dictó aquella Ley la daban esa impronta de precariedad, que se revela en algunos de sus más calificados pasajes. A lo largo de los años que corren entre 1939—término de la guerra española—y 1945—fin de las hostilidades de la gran guerra—la Ley de 1938 cumplió el quehacer de mantener las grandes y las pequeñas líneas de la ortodoxia nacional, pero desde 1945 se empezó a distinguir entre los principios del orden establecido y los posibles esquemas de la legalidad futura. Tras la apertura democrática con que concluyen las hostilidades que asolaron a medio mundo y que tenían por objetivo la destrucción de los regímenes fascistas, España proclamó su posición con el Fuero de los Españoles, parte doctrinal de nuestra nueva Constitución. Desde aquel momento empieza a formarse conciencia de la adaptación necesaria de la ley de 1938 a esta ordenación fundamental y preferente que es el Fuero. A partir de 1945 la idea de una

nueva Ley de Prensa empieza a abrirse paso. No se llega, sin embargo, a otra cosa que a la "atenuación del régimen de censura", determinada por la Orden Ministerial de 23 de marzo de 1946.

Dentro de tal circunstancia, se inicia la peripecia de las posibles leyes reguladoras de la Información. La historia de los proyectos de Ley de Prensa o—como se la propone frecuentemente—de Ley de Bases de la Información, es la historia de la búsqueda de un ordenamiento jurídico que tutele de igual modo los derechos y los deberes de los ciudadanos y de los gobernantes, la autoridad y la libertad de unos y de otros, mas la responsabilidad de todos. El propio Caudillo, al iniciarse alguna de las últimas legislaturas, señaló como objetivo de las Cortes la preparación de una nueva Ley de Información "más moderna, más perfecta y adecuada al momento en que vivimos". El cumplimiento del propósito está testimoniado ahora, y al Ministro Fraga le ha cabido, tras los obligados trámites, dar término a la tarea.

Tomada cuenta de tal contexto, la consideración de la Ley de 18 de marzo exige atender ante todo a dos puntos: el puesto de la misma en el cuadro del Derecho de Prensa contemporáneo, y la adecuación de sus preceptos a las realidades sociales y políticas de la España de 1966.

Durante los treinta años que tienen arranque en la crisis de 1936, la doctrina jurídica extranjera se ha visto implicada en una viva evolución. No a humo de pajas se puede hablar de "new Press ideas", y en su línea figuran obras tan importantes como las de Frede Castberg, Rector de la Universidad de Oslo y de Jacques Bourquin, Presidente de la Asociación Internacional de Estudios e Investigaciones sobre la Información. El Consejo Norteamericano de las Iglesias ha patrocinado la teoría de la responsabilidad social y varias Semanas sociales—especialmente en Francia y en Alemania—se han preocupado de fijar el puesto de la libertad en materia de Prensa en relación con un derecho a ser informado que se vincula al derecho al propio juicio que tiene en su escabel el gran documento de la "Pacem in terris" (1).

(1) RREDE CASTBERG, *Freedom of Speech in the West*, Oslo 1960; JACQUES BOURQUIN, *La liberté de Presse*, Lausana 1953, trad. cast. Buenos Aires, 1956; SIEBERT-SCHRAMM-PATERSON, *Four Theories of the Press*, Illinois 1957; WILBUR SCHRAMM, *Responsability in Mass Communication*, Nueva York 1957; EDWARD J. GERALD, *The Social Responsibility of the Press*, Mineapolis 1963.

De las Semanas sociales de los Católicos franceses, especialmente la de Nancy 1955; testimonios alemanes en GUSTAV ERMECKE, *Pressefreiheit und Presseverantwortung*, Paderborn 1965, italianos en JAEGER, *Il diritto della collettività all'informazione*, "Iustitia" 1959... En España hay que citar el cursillo de la Asociación católica nacional de Propagandistas en 1960-61. La intervención del A. de este artículo en el Boletín del 15 de octubre de 1960.

La difusión de estos conceptos obliga a replantear la formulación precedente. Ante todo ya no se parte de modo exclusivo de la libertad de expresión del pensamiento. Se va comprendiendo que tal formulación arranca de raíces políticas (2). En su consecuencia, más que configurar el Derecho de Prensa como garantía de uno de los medios por los que es posible exponer opiniones, hay que señalarlo como el cauce normal por el cual el hombre se informa de los acontecimientos. Testimonios de tal impostación figuran en la mayor parte de las declaraciones de derechos humanos que siguen a la Gran Guerra, en la Carta de las Naciones Unidas y en el pensamiento de las más recientes encíclicas de los Sumos Pontífices (3). La primera reglamentación que se inserta en tal corriente se encuentra en la Ley fundamental de la República Federal Alemana de 8 de mayo de 1949 donde se reconocen parigualmente el derecho "a expresar y a difundir" libremente sus ideas por medio de la palabra, por escrito y por la imagen, y el derecho a "informarse sin trabas".

En esa línea está también el texto de la ley española, en cuyo artículo décimo aparecen el "derecho a la libertad de expresión de las ideas" reconocido a los españoles por el Fuero y—lo que resulta novedad, pues no está explícito en la norma precedente—"el ejercicio del derecho a la difusión de cualesquiera informaciones". Se entra, pues, en el expresar y el difundir del texto alemán, y si no se señala en este artículo salta de otros—aunque de modo menos rotundo que en la Ley de Bonn—esa posibilidad de informarse, mediante el encuadramiento de las rectificaciones y las réplicas, y sobre todo mediante ese derecho a obtener información oficial establecido por el artículo séptimo.

Un problema previo propuesto por la doctrina contemporánea se refiere a la técnica jurídica, se trata de decidir si la tutela de los derechos públicos ligados a la Prensa está suficientemente garantizada por la Ley común o importa establecerla por una Ley especial. Inglaterra, Francia y Estados Unidos mantienen su fidelidad a la unidad del mecanismo legal. Italia y Alemania promulgaron, tras la pasada conflagración, leyes especiales, bien que en la República Federal el recuerdo del nazismo hurtó esta competencia al Estado y la encomendó, junto a la educación y la cultura, a las Regiones.

Otro punto discutido es el del contenido de la ley especial, si se prefiere esta fórmula: puede haber una ley de Información o leyes para los distintos medios, ley de Prensa propiamente dicha y leyes o estatutos de la Radio, del Cine y de la Televisión. Italia tiene ley—"leggina"—de Prensa

(2) Así CHARLES S. HYNEMAN, *Free Speech*, "The Amer. Pol. Sc. Quart.", 56, 1962.

(3) Sobre ello, BENEYTO, *La Opinión pública internacional*, Madrid 1963.

y estatuto de la Radiotelevisión; Francia no tiene ley de Prensa, pero sí estatutos de la Radiotelevisión y de la agencia de noticias; Alemania, tiene leyes regionales de Prensa y estatutos—también regionales—de Radiotelevisión (4).

La ley española ha saltado sobre el antecedente unitario de 1935 fiel al esquema de 1883: es ley de imprenta y de prensa, régimen legal de los medios tipográficos. Mientras el proyecto de 1935 incluía bajo el concepto de Publicidad el actual contenido de la Información, es decir también la Radiotelefonía, la Cinematografía y la Fonografía además de los impresos, la ley de 1966 se contrae a estos últimos. La razón parece obvia: el distinto sujeto empresarial; aspecto muy importante dada la entidad que la empresa encuentra—justísimamente—en el conjunto de la regulación, una vez establecido por un Decreto anterior el cuadro legal de la profesión periodística, con un amplio capítulo sobre los directores. En los medios tipográficos predomina la gestión privada, en los electrónicos la pública; el núcleo del quehacer jurídico es distinto en este último sector, pues lo que más importa es la participación del usuario, el respeto al derecho de la colectividad.

Otros aspectos hacen ver, sin embargo, que contra las apariencias de odre viejo es nuevo el vino. Sobre el texto español se advierten resonancias de ideas y de preceptos que han asomado a proyectos franceses y que han logrado vida en leyes alemanas. Ahí están: la regulación de esas fuentes informativas a que aludí al principio y las normas sobre informaciones oficiosas de interés general y sobre obtención de información oficial.

El artículo 62 de la Ley, y sobre todo su reglamentación por el Decreto de 31 de marzo, parece relacionarse con el proyecto francés de 1960 en cuanto a la utilización del derecho de rectificación como medio que tiende a acrecentar las fuentes de información de que dispone la Prensa (5). Esa misma línea de apoyo a la corriente noticiosa se plantea en dos instituciones nuevas en el Derecho español: la divulgación de informaciones oficiosas “de interés general” y el derecho a obtener información “oficial”. Ambos preceptos implican, el primero, un aprovechamiento de la Prensa como “common carrier” y, el segundo, la igualdad de oportunidades ante las noticias derivadas de la actividad de la Administración. La difusión de informaciones regulada por el artículo 6.º se emparenta con la

(4) Todo ello en BENEYTO, *Ordenamiento jurídico de la Información*, Madrid 1961.

(5) Cf. GÉRARD BIOLLEY, *Le droit de réponse en matière de Presse*, París 1963, p. 139.

actividad rectificadora señalada en el proyecto francés aunque aquí describe una mayor parábola. El derecho a obtener información oficial es típico del actual derecho alemán. Su planteo había sido iniciado con las leyes de Bremen y de Baviera y ocupa puesto importante en las disposiciones sobre Prensa de Hessen, en los proyectos—tipos de 1960 y 1963 y en las leyes que los siguen: Baden-Wurtemberg, Schleswig-Holstein, Hamburgo, Berlín, Baja Sajonia, Renania, Palatinado y Sarre (6).

Novedad acorde con el tiempo en que vivimos es la organización de la Profesión, en la que los españoles nos anticipamos a otros países. Superada la discusión relativa al Registro, Italia y Bélgica, en 1963, han ido más allá que Francia, que mantiene las reglas de su ley laboral de 29 de marzo de 1935 (7). La tecnificación de las actividades sociales y la imposibilidad de esperar a que los periodistas nazcan—como los poetas—, y las demandas crecientes del mercado obligan no solo a registrar a quienes se preparan sobre la platina, sino a diplomar a los que aprenden su quehacer en las escuelas. La Ley española exige que el director de toda publicación sea periodista “con título”. También aquí estamos en la línea ascendente (8).

Además de acoger y desarrollar principios vigentes en la perspectiva actual, la nueva Ley mejora—técnicamente—normas anteriores: tal es el caso de los derechos de réplica y de rectificación, cuya configuración se ha marcado con obligada limpieza cancelando la confusión testimoniada por el Decreto de 13 de marzo de 1953 que construía el derecho de rectificación sobre la tipificación del derecho de réplica. También aquí puede pensarse en un meditado estudio de la doctrina francesa (9).

Por lo que toca a la realidad española, es decir a la “conveniencia”—por utilizar el vocablo más clásico—de la ley, en la relación que ofrezca ante el propio mundo la garantía de la vigencia que haya de lograr, no puede olvidarse que el punto de partida para la consideración de esa misma realidad es el Alzamiento del 18 de julio de 1936, más también esa

(6) Cf. DELP y otros, *Das gesamte Recht der Presse*, Neuwied 1964. Las disposiciones posteriores en “Archiv fuer Presserecht”, anejo a “Zeitungsverlag und Zeitschriftsverlag”, 1965-66.

(7) Ha de señalarse, sin embargo, la corriente renovadora en discursos de magistrados y de estudiosos. Particular énfasis pone LOUIS ARMAND en su *Plaidoyer pour l'avenir*, pp. 204-205, cuando señala que los Colegios de Periodistas son tan necesarios hoy como lo fueron en su tiempo los Colegios de Abogados.

(8) Cf. BENEYTO, *La enseñanza del Periodismo*, en la “Enciclopedia del Periodismo” de Editorial Noguer, Barcelona 1966, pp. 451-508.

(9) Vide el libro cit. de BIOLLEY, así como las observaciones de BENEYTO en *Ordenamiento jurídico*, pp. 291-300.

inmediata área que lo antecede a modo de pórtico: la pasión desatada en el tiempo que lo precedió y las medidas puestas en juego en relación con el deterioro de los derechos de libertad.

Aún colocándonos en el ángulo más favorable a una visión histórica extremosamente objetiva, es obligado reconocer que algo había en la sociedad española de 1936 para que todo propósito de concertada acción política resultase baldío. Existía—y no solamente en el tiempo de las vísperas—una tradición de leyes incumplidas, bien por abuso de poder, cuando las excepciones se tornan normas; bien por inoperancia, falta de medios o desequilibrio de los fines; bien por arritmia en contacto con la situación concreta del sistema. La crisis culmina el 18 de julio de 1936. Es expresivo que la reorganización de la Administración Pública en 30 de enero de 1938 exigiera la regulación de la Prensa como “institución nacional”.

A lo largo de los años siguientes podemos comprobar la existencia de cambios estructurales que han hecho inoperante la Ley de 1938. Quienes han conocido el régimen español de Prensa sobre el texto de aquella Ley han tenido una visión equivocada. Muchos expertos extranjeros se han extrañado del contraste entre una ley que permitía la incautación de periódicos y la realidad—conocida en amistosa conversación—de que tal precepto no ha tenido vigencia en ningún caso. Y ese es solo un botón de muestra. Pero es que además cambió la materia misma de la Ley: las empresas se desarrollaron, la profesión periodística encontró un acceso semejante al de las carreras liberales, las asociaciones de la Prensa se integraron en la organización sindical... y el pueblo fue adquiriendo mayor conciencia de participación en la vida pública. De esta manera la Ley que ha estado en vigor veintiocho años ha ido perdiendo fuerza en sus estribos, quedando solamente como un puente en el aire, inútil una vez cumplida la misión de haber hecho posible el paso entre 1936 y 1966.

La Ley de 1938 centraba la función de servicio que atribuía a la Prensa en el ejercicio directo de una acción vigilante. La censura no solamente dañaba a la libertad, sino a la responsabilidad. Cualquier director que tenga que presentar las galeradas de todo el periódico se considera liberado de discernir sobre la conveniencia de los textos que va a llevar a la platina. El trienio 1962-1965 ha permitido desarrollar algunas experiencias para hacer menos incómodo el tránsito. Las fórmulas medias son necesarias en estas circunstancias, y por ello ha podido escribirse que, como toda legislación transitoria tiende a parecerse a cualquier otra que con parecido propósito se realice en el lejano futuro, la nueva Ley tendría que

mostrar analogía con el Decreto de 4 de enero de 1834 (10). Entonces se establecían—como ahora—el depósito previo y el editor responsable, pero también una censura reglamentada que ahora queda fuera del juego. El Ministro ha dicho ante las Cortes, al presentar la Ley, que este control ya no es necesario. Tal afirmación debe llevar al mejor conocimiento del sentido de la Ley, en este proceso histórico de la formulación de derechos. El Ministro subraya la raíz personal de la responsabilidad que sustituye a la censura: habla de esa “organización corporativa colegial sindical” que constituye “el más ilustre y noble de los autocontroles”, ya que la responsabilidad de los directores se ejerce “dentro de esa corporación, con una vocación” (11). Se advierte, pues, la marcha de la política de Prensa hacia un régimen en el cual la persona—en cuanto individuo preparado y en cuanto miembro de la agrupación de las gentes experimentadas—mantenga una actitud participante que le dé libertad en la responsabilidad.

En esa línea el derecho a ser informado no solamente toca al individuo, sino de singular manera al director. Alguna vez habrá que saber a qué carta quedarse. Por eso se establece una consulta voluntaria que se tendrá que poner a prueba en relación con asuntos vidriosos y muy particularmente en momentos críticos. Creo que tal institución es el talón de Aquiles de la Ley. Cualquier exceso en aquella, tanto por prescindir totalmente de sus beneficios como por acudir a su uso sin grave causa, resulta peligroso para el futuro. Este tipo de consulta es ejercitado en países de vigorosa tradición liberal en el cuadro de las relaciones humanas para resolver sobre determinados asuntos (12), pero aquí parece obligado no solo por razón del contenido, sino de este tiempo de adaptación y de superación que es de todo punto necesario tras la experiencia de las normas censorias impuestas por la ley precedente.

Por otra parte, los directores responsables van a contar también con la responsabilidad de la Administración. La responsabilidad de quien tiene derecho de veto sobre la totalidad del contenido del periódico exige—correlativamente—una tutela jurídica en el orden contencioso-administrativo. La derogación del artículo 40 de la Ley de este ramo es, a mi modo

(10) JOSÉ R. ALONSO, *Prensa ideológica* en el vol. “Prensa y convivencia internacional”, Barcelona 1964, p. 183.

(11) M. FRAGA IRIBARNE, Discurso del Excmo. Sr. Ministro de Información y Turismo en las Cortes Españolas, publicado como prólogo a la edición del Ministerio de *El nuevo derecho de Prensa e Imprenta*, Madrid 1966, p. 28.

(12) Cf. “Die Presse und die Staatsgeheimnis”, con ocasión del asunto “Spiegel”, en *Die Welt*, 10 noviembre 1962. Personalmente—en el curso de un viaje oficial en noviembre de 1957—tuve oportunidad de comprobar los mecanismos utilizados por Inglaterra, con tanta discreción como eficacia.

de ver, la más clara tendencia de la formulación de un Derecho de Prensa en la órbita del típico Estado de Derecho.

Entre la Prensa y el Estado está—y a menudo lo olvidan las leyes— el Pueblo, es decir el público, que también necesita garantía de que no se producirá error en la calificación de la mercancía si se le da la clave del pabellón que la cubre: la publicidad de la empresa editora (esa indicación de quienes son los dirigentes de cada una y no solo la de un rótulo que puede encubrir testaferros, y esa publicidad del registro de empresas, que es un registro público por expreso precepto) y la publicidad de lo que se inserta mediante pago (la separación de la información de que responde el periódico frente a aquellos textos que han sido objeto de trato mercantil). Estas prescripciones, formuladas en los artículos 24, 26 y 38, me parecen fundamentales.

Podemos afirmar, en consecuencia, que la nueva Ley no es simplemente una ley de transición: tiende a codificar experiencias y tradiciones sobre una realidad social cambiante; pretende infundir confianza en el orden jurídico y trata de reducir las zonas de discrecionalidad en que pueden moverse las autoridades del Ramo. Todo ello vale para el presente, pero ha de valer también para el futuro.

Los campos de investigación sociológica de la comunicación de masas

Alphons Silbermann

1. Definición del concepto «comunicación de masas»

Alrededor del concepto de la comunicación de masas se ha formado hoy en día una disciplina científica independiente que debe su fuerza conceptual y teórico-causalística a los trabajos de la sociología y de la psicología social realizados durante largos años. Pero también la antropología, la pedagogía, la filosofía social, la psicología y el periodismo se han reunido alrededor de la doctrina de la comunicación de masas, de modo que verdaderamente puede hablarse hoy día de un ramo de la ciencia con pensamiento y trabajo interdisciplinario.

En el curso de la evolución de este ramo de la ciencia se publicaron innumerables libros, folletos y estudios, se fundaron publicaciones y se crearon institutos de investigación, que todos fomentan conjuntamente la doctrina de la comunicación de masas a fin de que sus medios sean de utilidad para la sociedad.

La ciencia americana es la más importante en este aspecto. Pero también de Inglaterra, Francia, Italia y Japón hay aportaciones que hoy día ya no pueden dejarse aparte. Únicamente en Alemania existe un considerable atraso, pues la compensación de un tiempo perdido debido al régimen hitleriano y a la guerra no puede llevarse a cabo en corto plazo. Sin embargo, podría pensarse que entre tanto ya ha pasado tiempo suficiente para alcanzar el enlace con el nivel internacional de la investigación sobre la comunicación de masas, pero no ocurre así.

En el territorio de habla alemana, la investigación empírica de la comunicación de masas está en la actualidad muy débilmente desarrollada en comparación con otros países. Hay varias razones para ello, pero solo se aducirán a continuación las más esenciales. Ha de citarse, en primer lugar, el desconocimiento de la abundante literatura internacional y con ello el desconocimiento de los resultados teóricos, prácticos y metódicos. En segundo lugar, puede observarse en Alemania, tanto en el ámbito

epistemológico como también sociológico, una manifiesta reticencia a dedicarse a una línea de comunicación de masas que, entre otras cosas, sirva a la propagación de contenidos culturales, o sea contenidos como la música, el teatro o la literatura, que hasta el surgimiento de estos medios de propagación eran considerados como sacrosantos o exclusivos. En estrecha relación con ello está, en tercer lugar, la resistencia de un grupo influyente de críticos de la sociedad y de educadores a los que asusta la infeliz palabra “masa”, pues muchos de ellos creen ver algo degradante en todo lo que se relaciona con la “masa” o implica a la misma. Se llega a creer que individuo y sociedad, o personalidad individual y masa representan antagonismos que encierran peligros y se deduce erróneamente que los medios de comunicación de masas como la Prensa, el cine, la radio y la televisión solo pueden constituir un mal y han de conducir irremediablemente a la “masificación” de la sociedad. Se siguen considerando como testigos principales de estas tesis escritos tan anticuados como el libro *La psicología de las masas*, de Gustave Le Bon, aparecido en el año 1895 o el estudio, publicado por primera vez en el año 1930, del español Ortega y Gasset, titulado *La rebelión de las masas*, cuyos resultados fueron resumidos por el sociopsicólogo de Hamburgo Peter R. Hofstätter en el sentido de que la masa era representada como “burro de carga” cómodo para la masa, lo cual ya no correspondía a los conocimientos modernos. Nadie niega, ni aún hoy día, que el hombre en la masa siente, piensa y actúa de modo distinto que el individuo aislado, pero ¿es esto cierto también respecto a los medios de masas?

Si la comunicación de masas no fuera otra cosa que comunicación en masas para las masas, podría estar justificado protestar contra la “masificación”, pero la cuestión no es tan simple. Tan solo si, basándonos en una formulación americana, definimos la comunicación de masas como el proceso mediante el cual grupos sociales especializados emplean dispositivos tecnológicos para propagar un contenido simbólico entre un público heterogéneo y muy disperso, hemos de reconocer que aquí no se trata únicamente de un “dar” unilateral y un “tomar” en bloque, es decir aquello que tan frecuentemente es calificado en forma despectiva de “riego de masas”. Es una acción que se expresa en la definición citada, y es preciso subrayar este punto. Ha de irse, aún, un paso más allá, pues la mencionada transcripción americana no es suficiente, ya que tan solo abarca una acción y no todas las acciones de la comunicación de masas. Por lo tanto, una definición de más amplio horizonte podría ser la siguiente: Se entiende bajo comunicación de masas la propagación cuantitativamente amplia de contenidos idénticos entre individuos y entre grupos heterogéneos

cuantitativamente numerosos de la sociedad con ayuda de las técnicas de propagación colectiva. Estas últimas son las que comúnmente se califican de medios de masas, contando entre ellos, en especial, la Prensa, el cine, la radio y la televisión. Sin embargo, según el estado actual de la ciencia también han de añadirse el libro y el disco gramofónico, pudiendo contarse, en el curso de la evolución técnica, con que se conviertan en medios de masas también otras técnicas ya existentes, o técnicas combinadas como, por ejemplo, el "Telstar".

Llegados a este punto, sería fácil entrar directamente en una discusión sobre las diversas acciones de los medios de masas. Y así ocurre, en efecto, casi siempre, considerándose sencillamente como supuesto el *proceso* de comunicación que constituye la base de todas las comunicaciones. Con ello, sin embargo, se priva uno a sí mismo del conocimiento de causas. Es muy fácil establecer una distinción entre los diferentes *sistemas* de comunicación, es decir entre los sistemas autoritario, paternal, comercial y democrático, por ejemplo; pero con ello se emprende el segundo paso sin haber dado el primero y se incurre así en evidentes peligros. Sobre todo es preciso ver la comunicación en la estructura de la organización social, pues la conquista o bien el vencimiento del tiempo y del espacio constituyen la función básica de todas las técnicas de comunicación. Por lo tanto, ha de considerarse en un principio la naturaleza de la comunicación en tanto que componente de la vida social. Solo entonces puede tomarse en consideración, en segundo lugar, la relación entre las técnicas de comunicación y otras componentes sociales.

¿Cuáles son, pues, las diferentes naturalezas de la comunicación? En primer lugar han de citarse las técnicas de símbolos. Estas pueden ser involuntarias, como por ejemplo huellas digitales o pisadas, o intencionadas, por ejemplo, como las exclamaciones "¡ah!" y "¡oh!" que emitimos casi automáticamente. Con muy poca frecuencia se comunica el hombre en una esfera no simbólica, pues aún el impulsar, empujar o escribir tienen carácter simbólico. Cualquier comportamiento en el ámbito de la organización social, lo mismo si se trata de la comida en común, de la colaboración o de la convivencia de varias personas, surge y se mantiene por medio de la comunicación. Por lo tanto, la comunicación es el "modus operandi" de la vida social, y las técnicas de comunicación existentes, como veremos más adelante, limitan o amplían en cierta medida la vida organizada de grupos de población. Ello resulta evidente tan solo al observar las *técnicas primarias*, es decir el gesto y la palabra hablada. Ambos medios de comunicación pueden reunir o separar entre sí a grupos sociales. Al propio tiempo constituyen símbolos o, mejor dicho, reflejos de diferencias de

clases o de grupos. De sobra sabemos cómo en la vida cotidiana pueden interpretarse erróneamente ciertos gestos de los italianos, por ejemplo, y lo incomprensibles que nos parecen algunos dialectos de nuestro propio país, algunos lenguajes técnicos, algunas magias verbales de los sabios, sin hablar del lenguaje o signos característicos de los mendigos, que asimismo forman parte de las técnicas primarias de comunicación.

Pero continuemos en nuestro camino y dediquémonos a las *técnicas secundarias*. La más antigua y más importante técnica de comunicación es la escritura, pues en oposición al símbolo hablado que desaparece en la nada tan pronto como ha sido expresado, el símbolo escrito es de verdadera permanencia. Puede quedar conservado en el tiempo y en el espacio. Mediante la escritura puede aún establecerse una relación entre personas que nunca se hayan visto personalmente. El hecho de que el lenguaje escrito constituye uno de los elementos clave importantes de una cultura ya se desprende de la observación de que, mediante la calificación de un pueblo como "pueblo de escritura" (SCHRIFTVOLK) se establece una línea de demarcación significativa, por no decir despectiva, frente a aquellos grupos de la sociedad que no saben hacer uso del lenguaje escrito. Gracias al invento del arte de imprimir, o sea la técnica secundaria de la impresión, se hizo posible por primera vez en la historia de la humanidad el reproducir la palabra escrita de modo económico y fácil. Con ello se ampliaba el alcance de la comunicación hasta unos límites incalculables. Con el advenimiento del libro y del periódico se alcanzó un estado que permitía comunicar a muchos aquello que hasta entonces solo era propiedad de algunos pocos, y no es exagerado decir que la rapidez con que se han producido en los últimos siglos, en las sociedades occidentales, transformaciones culturales, tecnológicas y otras más está en la más estrecha relación con el empleo siempre creciente de la palabra impresa como medio de comunicación.

Aquí, sin embargo, ha de añadirse inmediatamente, en especial pensando en el periódico, que no son únicamente los factores tecnológicos los que han procurado al medio de masas "Impresión" su actual importancia. Si se considera este medio de comunicación en el ámbito de la organización social, se ve muy pronto que han desempeñado aquí un papel importante muchas otras causas que han surgido con la transformación de la organización social. Ha de citarse, entre otras cosas, el rápido crecimiento de las ciudades, en las que se reúnen grupos sociales de la más distinta procedencia y con conexiones relativamente impersonales. Además, es de mencionar el interés creciente del hombre por las cuestiones políticas y otros problemas de su época y, sobre todo, los cambios políticos e ideoló-

gicos de nuestros tiempos, los cuales han aumentado en alto grado la tendencia a la libertad personal, de modo que se ha llegado a considerar tanto la expresión de la opinión como la formación de la opinión como parte de esta libertad.

De esta forma ha sido participada al periódico una pluralidad de funciones que no podemos dejar de tener en cuenta en esta relación, tanto más cuanto que ya pueden señalarse aquí las desventajas de la presunta incompatibilidad de funciones diversas que tan injustificadamente se reprocha a casi todos los medios de masas. Para proceder de forma sistematizada, ha de comenzarse señalando que al periódico como medio de masas le corresponden funciones de comunicación espiritual. Entre ellas ha de citarse en primer lugar la información, es decir tanto la información de actualidad como también la información general. También han de mencionarse en este lugar la formación del pensamiento y de ideales, la formación de la opinión y la formación profesional. En segundo lugar, es una de las funciones de la comunicación espiritual la de fomentar la expresión de la opinión, y ello mediante el establecimiento de medidas de valor tanto respecto a ideologías de actualidad como también respecto a acontecimientos culturales. En último lugar, las citadas funciones comprenden la consecución y el ejercicio de la influencia, lo cual quiere decir polémica tanto como propaganda y publicidad.

Otro grupo de funciones que solo será sistematizado aquí brevemente es el que puede denominarse la función social-psicológica. Aquí entra, en primer lugar, el reenlace social o la pertenencia social, o sea rotura del aislamiento, tendencias compensadoras e incorporación a la vida social. En segundo lugar, se trata aquí de la función de la distracción, lo mismo si se lo denomina alivio, relajamiento o esparcimiento físico o espiritual. En tercer lugar sigue la importante función, soslayada con demasiada frecuencia, de la psicoterapia social a través del medio de masas, pues éste tiene la facultad de liberar de la presión social y de compensar frustraciones de toda clase. A todas estas funciones nos volveremos a referir en algún lugar en el curso del desarrollo ulterior de nuestro tema. Aquí únicamente habían de servir para destacar hasta qué punto se convierte en componente de la vida social tan solo la *naturaleza* de una técnica de comunicación.

Pero aún ha de señalarse un último grupo de medios de comunicación, es decir los *electrotécnicos*. Están comprendidos aquí tanto el teléfono, el telégrafo o el teletipo como también la radio, el cine y la televisión. En lo que se refiere a la comunicación, a todos estos medios les es dado el vencer el tiempo, pues tienen la capacidad de conservar aquello que el hom-

bre hace o dice. Al propio tiempo vencen también el espacio, pues aquello que el hombre hace o dice puede ser transmitido por ellos mientras lo hace o lo dice.

Tras esta breve consideración de la naturaleza de la comunicación como componente de la vida social procederemos ahora a analizar la relación entre las técnicas de comunicación y otras componentes sociales, limitándonos a los medios electrotécnicos como la Prensa, la radio y la televisión, ya que éstos son los que nos interesan en primera línea, como ya lo hemos hecho al hablar de la función del periódico. Ahora ampliaremos el margen para poder averiguar determinantes funcionales que están superpuestas a la materia ya estudiada. En primer lugar, ha de señalarse aquí que los medios de masas participan sin duda al individuo un modo de ver social más amplio. Anteriormente sabía muy poco acerca de la vida de los otros, antes pensaba, en una especie de actitud etnocéntrica, que sólo sus costumbres, sus procedimientos y sus prácticas sociales eran las justas, ya que eran las únicas que le eran conocidas, pero hoy en día le parecen menos sagradas y menos inviolables gracias a la comunicación con los otros establecida por los medios. Sin embargo, no debe exagerarse en este aspecto y dar por supuesto que la ampliación de la estructura comunicativa haya conducido o llegara a conducir directamente al cosmopolitismo, pues esto sería sin duda un exceso. Pero no puede negarse el hecho de que se ha producido una disminución del aislamiento y de que en el curso de dicha disminución también haya sido al menos puesto en duda el provincialismo que en otros tiempos constituía un sistema social bastante estable; muchas de las prácticas sociales tradicionales han sido secularizadas por la eficacia de los medios de comunicación electrotécnicos.

Otra influencia de la comunicación de masas, vista siempre en el amplio margen de la organización social y no como crítica cultural barata y unilateral, se manifiesta por la formación de nuevas asociaciones de grupos e ideas. En la misma medida en que por razones económicas se han ido municipalizando cada vez más las formas de vida, han ido desapareciendo cada vez más las formas primarias de la vida en grupos, aquellas que se denominan las formas de cara a cara. Las instituciones sociales, como por ejemplo la familia, han sido así debilitadas, pues la familia ya no puede imponer al niño que crece exclusivamente sus propios conceptos de valor cuando el niño tiene acceso a conceptos comparativos u opuestos que le participan el cine, la radio o la televisión. Lo que, como en este ejemplo, significa por una parte un debilitamiento, puede ser por otra parte equivalente a un reforzamiento de la unión si tenemos en cuenta,

libres de prejuicios, que hoy día ya no es imaginable, sin los modernos medios de comunicación, una unión política deseada de grupos sociales enteros. Pero ha de tenerse en cuenta que los medios suministran únicamente las posibilidades, únicamente la fuerza interna para la comunicación entre los individuos y los grupos sociales. La medida en que estas posibilidades son aprovechadas, y para qué fines, es determinada por factores totalmente diferentes que aquí todavía no entran en la discusión.

En vista de que en el margen de que disponemos no podemos enumerar todos los elementos que surgen de la relación entre las modernas técnicas de comunicación y otros componentes sociales, solo señalaremos sucintamente que también se oponen a la comunicación ciertas barreras de orden ideológico y cultural. Aun cuando un grupo de población puede estar en comunicación con otro o con varios otros, aun cuando la "Voice of America" puede hacer emisiones a Alemania y la "Deutsche Welle" a Rusia, ello no quiere decir que el ruso desea escuchar las emisiones alemanas, que esté permitido oír las o que comprenda lo que se le dice. Ha de observarse la máxima precaución precisamente en lo que se refiere a la apreciación de las comunicaciones internacionales. Por medio de ellas puede hasta aumentarse a veces la distancia social que se desea vencer.

Naturalmente, forman parte de las barreras de las que hablamos en este momento también la censura y la propaganda, las cuales equivalen ambas a un aislamiento forzado. Todos las hemos presenciado y aún las presenciamos, de modo que casi no vale la pena hablar más de ello. Solo es preciso subrayar que precisamente las modernas instituciones de comunicación, como la Prensa, el telégrafo, la radio y la televisión, son especialmente propicios a ser sometidos a un control central, ya que debido a su naturaleza producen una concentración de las fuentes de información.

En último lugar, es preciso estudiar, en este conjunto, la relación entre la comunicación de masas y la conversación. Este es, en efecto, un tema delicado, sobre todo cuando, como en algunos países, se encuentra uno todavía con el llamado ideal cultural de Humboldt a pesar del cambio de las circunstancias socio-culturales, o cuando, por expresarlo radicalmente, una sociedad sigue siendo conducida por una capa de dirigentes que, poseídos por la idea fija de la cultura, quieren proyectarla también a los medios modernos de masas. Tratemos de permanecer, en este punto de nuestro tema, tan objetivos como le corresponde al sociólogo; es decir, tratemos de afrontar directamente la realidad social, y destaquemos en primer lugar que las posibilidades de las nuevas técnicas de comunicación, es decir las de provocar una unificación social y socio-cultural, todavía no han sido aprovechadas en el máximo grado, hasta ahora, en ningún país y

en ninguna época. Esto es debido a que el uso que se hace de los medios está concebido principalmente como distracción y sirve como tal. Sin embargo, la comunicación como distracción es más bien una finalidad en sí que un medio para alcanzar una finalidad. Para el empírico no puede haber duda—y lo dice sin ningún resabio crítico—de que la imprenta, el cine, la radio y la televisión están orientados primariamente hacia la provisión de distracción. Mientras que en término medio las noticias esenciales y las expresiones de opiniones en los periódicos suelen llenar dos o tres páginas, las trivialidades enriquecidas dramáticamente se extienden sobre una pluralidad de este número de páginas. Mientras que la radio y la televisión emiten diariamente unas pocas horas de noticias y comunicaciones vitales, nos suministran durante el resto del tiempo música, dramas, deporte, espectáculos y novelas seriadas. Y en lo que se refiere al cine, estaba orientado desde sus mismos principios siempre hacia la distracción y ha permanecido fiel a esta meta en la más amplia medida. Volvamos a repetir que estas consideraciones no constituyen una crítica, sino únicamente la exposición de hechos que pueden ayudarnos a reconocer la naturaleza de la comunicación de masas en su estado del “ser” y no en el del “deber”. Así, resulta muy acertado el que un sociólogo americano escriba que en los medios de comunicación la manipulación simbólica en general está más bien orientada hacia la provocación de estados sentimentales agradables que hacia la participación de ideas, opiniones o coeficientes de comprensión por el comportamiento evidente de los otros. Con ello no quiere decirse que las novelas, las obras de teatro, las obras radiofónicas, las películas o aún composiciones que nos llegan a través de los medios de comunicación no encierren ninguna importancia social, sino únicamente que esta importancia no reside en ellos *a priori*, ya que su función es en primer lugar la de distraer y nada más. Las consecuencias que cada individuo saque de ello están sometidas a ponderaciones totalmente distintas, a las que nos referiremos más adelante. Volviendo a repasar rápidamente lo expuesto, podemos decir, en conclusión, que las nuevas técnicas de comunicación ya han desempeñado un papel importante en la secularización, en la orientación mundana de la sociedad y seguirán teniendo un papel vital; que han contribuido y seguirán contribuyendo a la disminución del aislamiento y a la evolución de más amplios modos de ver y conceptos culturales; y que por una parte han provocado una reducción de las formas primarias de la asociación humana, pero por otra el desarrollo de formas de asociación secundarias, es decir nuevas. Sin duda, los nuevos medios de comunicación, como todos los utensilios sociales, pueden ser aplicados de las maneras más distintas. Para ello, sin embargo, es preciso el conocimiento

exacto del proceso de comunicación como tal y un saber fundamentado acerca de los propios medios de comunicación.

2. Las estructuras de los medios de comunicación

Han sido dedicados muchos estudios a la estructura de los medios de comunicación de masas en sí o, por no ser demasiado prolijos, a la estructura de la radiodifusión o de la televisión, por ejemplo. En su comienzo siempre señalan que, en lo que se refiere a los pormenores, no puede compararse sencillamente un medio con el otro. Esta observación es necesaria si no quiere caerse en el error de aplicar el conocimiento de aquellos que es válido para uno de los medios invariablemente a otro de ellos. Aun cuando existan ciertas semejanzas, y sobre todo determinadas similitudes *principales* entre los distintos medios modernos de comunicación, cada uno de ellos está tan específicamente estructurado y orientado que han de desecharse las consideraciones dedicadas a ellos en su totalidad.

Supongamos que se trate de una investigación acerca de la estructura de la televisión. Entonces habremos de admitir, en un principio, que la televisión no es ni la Prensa, ni el cine, ni la radio. Puede ser que esto parezca ingenuo, pero ¿no oímos decir con frecuencia que la televisión no es otra cosa que una gaceta de noticias hablada?, ¿que no es otra cosa que el cine en el cuarto de estar? Así, puede caerse fácilmente en la tentación de equiparar un medio al otro. Es muy comprensible que piensen así los que llevan una inútil lucha de molinos de viento contra aquello que llaman la "tecnización del mundo". El sociólogo, en cambio, no debe proceder así, pues no puede reconocer las funciones de un supuesto ("Gegebenheit") sin haber analizado primeramente la estructura de dicho supuesto. Para él, una cosa condiciona la otra, y viceversa.

Continuando con el mismo ejemplo, la televisión no es la Prensa tan solo por estar sometida a condiciones económicas y técnicas totalmente distintas. A ello se añade el que la televisión, en vista de estas condiciones, no puede manifestarse de forma tan variada como la Prensa. Mientras que en la República Federal Alemana tenemos, por ejemplo, tres programas de televisión, disponemos de cientos de periódicos y revistas. Y mientras que el dar a luz a una nueva emisora de televisión trae consigo dolores de parto económicos y técnicos agudos, es relativamente fácil lanzar un nuevo producto de la Prensa. También en lo que se refiere al papel y a la influencia de la prensa, éstos son mucho más variados y amplios que los de la televisión, si bien al propio tiempo menos considerables y mucho

más efímeros que éstos últimos. Y mientras que, por una parte, la influencia de la televisión es mucho más intensa que la de la Prensa debido a que aquélla puede proceder de manera más íntima, la Prensa, gracias a su pluralidad, ofrece una variedad mucho mayor, a la que en el fondo agradecemos nuestros conceptos acerca de la libertad de opinión.

En lo que se refiere a la diferencia estructural entre la televisión y el cine, ésta no es de ningún modo tan evidente como la que existe entre la televisión y la Prensa. La razón de ello reside en que el cine y la televisión tienen en común la envergadura de las condiciones técnicas y económicas; aún más, puede decirse que las experiencias recogidas en los estudios de cine sirven hoy día a los técnicos de la televisión. El cine, en cambio, no posee la momentaneidad que tiene la televisión, sobre todo en emisiones de transmisión directa, ni tampoco la posee en el noticiario semanal normal. La televisión no solo tiene la posibilidad de captar un suceso en su mismo lugar, sino también la posibilidad, que no ha de subvalorarse, de presentar el suceso captado pocos segundos u horas más tarde a personas cómodamente sentadas en sus cuartos de estar situados a muchos kilómetros del lugar del suceso.

Naturalmente, esto también es cierto respecto a la radiodifusión. Por ello, la televisión y la radiodifusión son definidas equitativamente, según los convenios internacionales, como servicios de telecomunicación para la propagación de emisiones que están destinadas a ser recibidas directamente por el público en general. Desde luego, las técnicas de la televisión y la radiodifusión son muy semejantes, y también el público al que se dirigen estos dos medios es el mismo; pero sin embargo existe una diferencia fundamental, o sea la de que la televisión, por la combinación de imagen y sonido, se dirige al individuo de forma bidimensional, mientras que la radio, que sólo está basada en el sonido, ha de permanecer en la unidimensionalidad.

Ahora bien, si se quiere analizar nuestro ejemplo hasta su lógico fin, se desprende de lo que acabamos de indicar sólo escuetamente la especificidad de la televisión, y ésta no aparece ni como filial de la Prensa o del cine ni como hermana gemela de la radio. Las razones del carácter específico de la televisión son, como hemos visto, de orden técnico y económico; pero también existen adicionalmente motivos políticos, pues si se parte de que la televisión, si bien en medida por de pronto más reducida que la radiodifusión, no conoce límites, pero sin embargo no sólo transmite, como la radio, el lenguaje, sino también imágenes que pueden ser comunicativas independientemente de la comprensión o no comprensión

de un lenguaje, la invasión política por parte de la televisión es mucho más potente que la que puede provocar la radiodifusión.

Esta consideración ha conducido a discusiones dramáticas, por ejemplo, en el momento de la introducción de la televisión en Suiza, un Estado en el que pueden recibirse emisiones de televisión no solo de emisoras locales, sino también de Francia, Alemania e Italia. De aquí que el régimen político de un país determina con frecuencia la constitución jurídica de la televisión. Así, es de observar siempre que en las formas de gobierno autoritarias el Estado se conserva el control absoluto de la televisión debido a la naturaleza de la misma o por necesidad.

Por lo tanto, si se quiere analizar un medio de comunicación de masas para conocerlo en su estructura, han de averiguarse primeramente sus fundamentos económicos, técnicos, políticos, así como también jurídicos. Pero ¿cuál es la situación en lo que se refiere a los elementos sociales y culturales de la estructura del medio? Ante un montón de párrafos, leyes o estatutos se dejan de apreciar estos elementos o se relegan al conjunto de las consideraciones estéticas. En especial los libros de divulgación científica acerca de los medios tienen muy frecuentemente la tendencia a cubrir con un tupido velo estos elementos fundamentales. Ello lo hacen hablando de "arte radiofónico" o de "cultura de la televisión" o de "nuevas especies del arte" o de "algo fenomenológicamente distinto", para referirse finalmente a un ramo de la ciencia que se llama "publicística". Todo esto son puras maniobras de ocultación, pues ni aún la publicística, en su actual estado científico, puede servir aquí, ya que se atiene con testarudez férrea a principios tradicionales provenientes de la ciencia del periódico que han sido sacrificados hace tiempo debido a la evolución social.

Cultura y Arte—dicho sea de antemano—no son una cuestión del "cómo", es decir una cuestión de "¿Cómo se hace el arte?", sino una cuestión del "por qué", es decir una cuestión de "¿Por qué se hace el arte?"; y esto ha de hacerse observar a todos aquellos que por la fuerza quieren ver en los medios de comunicación de masas un arte tan solo por reconocer en ellos un organismo vivo del que parten para desarrollar formas e ideas. Desde el punto de vista sociológico-cultural, solo puede hablarse de los medios de comunicación de masas como arte cuando posean una disciplina interna propia mediante la que puedan protegerse contra la falsa tradición, contra la imitación y cosas semejantes. Y más aún, solo podrá hablarse de los medios como un arte cuando haya sido alcanzado el momento en que sus resultados—o sea obras de arte—hayan surgido de su propia sangre y se hayan nutrido de su propia vida.

Pero abandonemos el terreno de las ponderaciones vagas y tratemos de aclarar lo que, visto estructuralmente, son ante la sociedad los medios Prensa, Radiodifusión, Cine y Televisión. Y si en el curso de nuestras exposiciones reconocemos los medios como instituciones socio-culturales y aducimos la prueba de ello, no será por satisfacer un anhelo de catalogación, sino para hallar una base conveniente sobre la que fundar más adelante todas las consideraciones y consecuencias.

Este concepto de "institución" se aplica generalmente a un modelo de comportamiento regulado por la sociedad, que abarca a agrupaciones sociales dentro de una determinada esfera especial de actividades humanas y que posee un carácter relativamente permanente. En esta definición redactada por un sociólogo inglés se subraya que las instituciones sociales son mecanismos que sirven para realizar determinadas cosas. Según ello, las instituciones como por, ejemplo, la radio o la televisión no son de ningún modo inventos casuales. No son creaciones arbitrarias, sino que surgen de la tendencia al cumplimiento de determinadas necesidades de largo plazo de algunos grupos. Por tanto, si se habla de que la Institución sea la forma en que han de efectuarse determinadas cosas, ya está aquí centralizado conjuntamente lo estructural de la propia institución y el acontecer funcional por medio de la institución. El significado de una determinada estructura social—aquí la de la institución—es esclarecido, por tanto, por aquello que hace, o sea la función o funciones que realice. Por lo tanto, son las funciones centrales por las cuales son definidas y distinguidas las instituciones como la Prensa, el cine, la radiodifusión, la televisión, el libro o el disco gramofónico. Ahora bien, si se quiere comprender el curso de la evolución fásica por la que las instituciones que aquí nos interesan se han convertido en *instituciones socio-culturales*, habrá de tomarse en consideración que el desarrollo de instituciones *culturales* es paralelo a los estadios de evolución de instituciones *sociales*. Las unas llegan a crear órganos lo mismo que las otras, lo cual se desprende fácilmente, por ejemplo, de la adopción de la construcción de carreteras, de los museos, de las bibliotecas públicas o de las escuelas de arte por el Estado o por organismos semiestatales. No cambia nada en ello si esta evolución va acompañada de exclamaciones alusivas al hundimiento y a la destrucción, o si se expresa el reproche de que "el Estado es un monstruo ciego; se ocupa únicamente de las masas humanas y no considera al individuo". Ha de tomarse en cuenta que las evoluciones sociales no sólo transforman las instituciones socio-culturales, sino también la creencia de los hombres, predominante en cada época, respecto a su posición en la sociedad.

Ahora bien, para reconocer claramente la estructura de cualquiera de los medios de masas como institución socio-cultural, han de analizarse los componentes estructurales de la institución, debiendo considerarse, según el criterio sociológico, como principales los siguientes: *personal, equipo, organización y ritual*. Bajo personal han de entenderse los miembros cualificados del grupo, aquellos que el grupo considera vinculados a él. Se habla aquí de grupos propios y grupos ajenos. El personal de cada una de las organizaciones de medios forma tal grupo propio. Esto se manifiesta corrientemente hoy día por el hecho de que, si se pregunta a alguien por su profesión, se recibe como contestación: "Yo estoy en la radio o en la televisión." Ello significa que no sólo se trabaja en la radio o en la televisión, sea como recadero, secretaria o jefe de sección, sino que se pertenece a ellas, que se las forma. Bajo equipo, el segundo criterio estructural, ha de entenderse el aparato con cuya ayuda y mediante cuyas posibilidades ejercen su actividad los miembros de las instituciones. Forma parte del mismo la propiedad total de la organización, tanto en el sentido material como en el no material. Así, los medios de comunicación poseen en el aspecto material terrenos, casas, antenas, instrumentos y otras cosas más, y en el aspecto no material, entre otras cosas, un status, una reputación y secretos que han de guardar los colaboradores. En segundo lugar, ha de enumerarse el criterio estructural de la organización. Aquí se trata de la forma en que el personal y el equipo de una institución están coordinados en ella. Una visión característica de ello lo ofrecen los diagramas de organización que están contenidos en los informes anuales de las instituciones o en publicaciones como el "Internationales Jahrbuch für Rundfunk und Fernsehen" que edita el "Hans-Bredow-Institut" de Hamburgo. En lo que se refiere al ritual de una institución, éste comprende las costumbres, prescripciones y ceremonias por las que es regulado el comportamiento institucional de los individuos que pertenecen a la institución. Aquí se trata de cómo y dónde se pagan sus servicios a los miembros de la organización, de qué forma son nombrados y otras cosas semejantes.

Bajo estas cuatro condiciones estructurales enumeradas, el medio organizado y establecido al servicio de las necesidades de la sociedad se convierte en institución, y mediante las formas fijadas de sus modos de acción se participa a la institución la posibilidad de ejercer actividades de manera ininterrumpida, permanente y consecuente. En este aspecto ha de señalarse aún que la estructura de instituciones como la radiodifusión y la televisión solo precisa modificación en los casos más aislados, es decir, que la misma estructura puede servir casi siempre para numerosos fines.

Sin embargo, lo que afirmamos aquí acerca de la estabilidad estructu-

ral no debe inducir a la suposición que también las *funciones* de los medios institucionalizados sean duraderas. Todo lo contrario; la transformación fásica de las funciones de una institución representa caracteres esenciales de la evolución de la cultura. Es de lamentar que algunos de los observadores culturales centren su atención más en la estabilidad de la estructura que en el cambio de las funciones, y por ello son víctimas de aquellos malentendidos que luego suelen rubricar en negrillas como “crisis de la cultura”. Precisamente por esta razón me pareció necesario exponer primeramente un breve análisis que nos permita reconocer los medios en el aspecto estructural como instituciones socio-culturales, un análisis que ha de realizarse de nuevo cada vez que se emprenda un estudio de las *funciones y los efectos*.

Ahora bien, antes de poder hacerlo hemos de definir en esta relación aquel proceso que constituye la base de las *funciones y los efectos*. En la doctrina de la comunicación de masas se le denomina el *proceso de comunicación*. Si partimos de que la comunicación es un proceso mediante el que los individuos se transmiten significados, es lícito decir que este proceso es fundamental y vital para la existencia, así como para la organización de la sociedad. Hasta que no estuvieron establecidos los fundamentos de la comunicación humana no podían los hombres entrar en relaciones sociales y no podían transmitirse de generación a generación aquellas partes de la herencia cultural que ahora consideramos como propiedad natural. La necesidad absoluta de este proceso es la causa de que desde la Antigüedad le hayan dedicado su atención pensadores de toda índole. Tenemos ante nosotros una numerosa selección de escritos que enfocan el tema unos desde el punto de vista artístico, otros desde el filosófico y otros desde el político. Solo en los últimos tiempos la comunicación se convirtió también en objeto de investigación científico-social, desempeñando un importante papel la antropología, la politología, la psicología y la sociología. De entre los numerosos estudios de fecha más antigua, dedicados al proceso de comunicación en el ámbito de la organización social, y que consideran este proceso como una fuerza de unión, es decir también como una fuerza socializadora en la organización de la sociedad, han de citarse en primer lugar aquellas teorías que fueron desarrolladas por los sociólogos norteamericanos Charles Horton Cooley y George Herbert Mead. Ni Cooley, quien vivió de 1864 a 1929 y cuyas obras principales son “Human Nature and the Social Order” y “Social Organization and Social Process”, ni Mead (1863-1931), una de cuyas obras más importantes es el libro “Mind, Self and Society”, tratan en sus escritos citados directamente el tema del proceso de comunicación referido a los medios de

comunicación de masas. Para ambos era más importante el desarrollar un pensamiento fundamental: el de que en la conciencia del individuo tiene lugar un proceso social sobre cuya base se forma aquél una imagen de sí mismo y de los demás. Así dice Mead, por ejemplo, que el organismo humano interioriza las actitudes de los otros siempre que les habla, lo cual le conduce a la conclusión de que en el proceso de comunicación es creado un mundo social de "yos" que, como el mundo físico que le rodea, se encuentran todos en una esfera inmediata de la realidad.

Sobre la base de este conocimiento teórico y de otros más se emprendieron estudios empíricos que, influidos por el rápido desarrollo de los medios de comunicación de masas, descubrieron una pluralidad de procesos de comunicación. Todos ellos se distinguen entre sí por las relaciones que pueden establecer y por la dinámica que está contenida en ellos.

Para comprender esta multiplicidad de procesos de comunicación y con ello al propio tiempo las distintas relaciones y la dinámica que es capaz de establecerlas, piénsese, como base, en una tríada compuesta por el suceso, el medio y el público. Puede representarse gráficamente como un triángulo en el que el ángulo que se refiere al sujeto está colocado hacia arriba. El medio y el público, o el comunicador y el receptor, respectivamente, como también se les suele llamar, representan el ángulo izquierdo y derecho del triángulo. Cuando tiene lugar un suceso—lo mismo si se trata de un acontecimiento odierno, de un informe o de la predicción del tiempo—, o cuando es producido un suceso—pudiendo tratarse de una reproducción musical, una obra de teatro o una novela—, sea cual sea el suceso que tenga lugar, siempre se interpone entre éste y el receptor el medio de comunicación como mediador entre el suceso y nosotros, el público. Por lo tanto, el camino desde el suceso hasta el público siempre está compuesto por una tríada. Sin embargo, la relación establecida con ayuda del medio entre el suceso y el público, así como su dinámica no son siempre las mismas. La intensidad de la relación puede ser extraordinariamente distinta. Así, la relación entre el suceso y el receptor puede ser especialmente aguda y directa si el receptor es impresionado de tal manera por la música de un disco que olvida totalmente, mientras escucha la música grabada en el disco, que entre él y, por ejemplo, una sinfonía de Beethoven se halla interpuesto el medio "disco". El llamado acercamiento a la vida que, según se dice, comunica la reproducción de discos estereofónicos cuando son escuchados a través de los aparatos adecuados, es a lo que me refiero. Pero si, en cambio, el receptor se fija más en la calidad de su instalación estereofónica que en el suceso, en este caso la música, entonces la fuerza de la relación está situada, dentro del proceso de comunicación, entre el

medio y el receptor, mientras que la relación entre el suceso y el receptor representa ya tan solo una línea de comunicación débil. Puede desprenderse de estos dos ejemplos que pueden existir muy distintas relaciones dentro de esta tríada de suceso, medio y receptor, según hacia dónde se traslade la fuerza, es decir la dinámica. De esta forma surge aquella multiplicidad de procesos de comunicación de la que antes hablaba. Por lo tanto, es prueba evidente de un total desconocimiento del proceso de comunicación el generalizar la cuestión diciendo que los medios producen "música en conserva" o, como suelen expresarlo algunos filósofos de la cultura, que objetivizan el mundo y con ello también nuestra herencia cultural.

No podemos exponer aquí todos los modelos del proceso de comunicación, sino hemos de limitarnos a señalar, en conclusión, que según el estado actual de la investigación, el modelo sociológico del proceso de comunicación es visto de manera triple: primero, como una interdependencia de comunicador y receptor; segundo, como un eslabón que pertenece a toda una cadena de comunicaciones en el camino de ida y vuelta; y tercero, como parte de un modelo total de interacciones en continuo movimiento, es decir cuando por ejemplo se escucha una emisión y luego se discute sobre ella con otros que asimismo la han oído.

La razón es la de que aquí surge el problema para la investigación sociológica de *cuál sea el plano* en el que se desarrolla el proceso de comunicación; sobre todo cuando el contenido de la comunicación no consiste en la participación de una información de meros hechos. Piénsese, por ejemplo, en la retransmisión de una ópera por la radio, en una obra teatral en la televisión o en una romanza de amor en el cine. Aquí, pues, el puro proceso de comunicación se transforma, dejando aparte la relación y la dinámica, en una experiencia vivida de la comunicación y se cruza con una experiencia artística vivida. En otras palabras, se cruzan aquí los planos sociales y estéticos de la percepción. Es de señalar aquí que en la literatura norteamericana se presta poca atención a este entrecruzamiento, de cuya importancia volveremos a hablar más adelante. Las razones de ello deben residir en que en los Estados Unidos, excluyendo algunos pocos casos, todos los medios de comunicación de masas se encuentran en manos de personas privadas, es decir de empresas comerciales.

Sin embargo, en los países donde, como en Francia o Alemania, los medios radiodifusión y televisión son de naturaleza estatal, semi-estatal o jurídico-pública, se convierte en auténtica problemática el abandono de uno de los planos a favor del otro. De ahí surge, por ejemplo, la negligencia del desarrollo de una cultura popular—no me refiero a la cultura de

masas—, negligencia que está en contradicción con todos los principios democráticos, ya que a través de ella se apoya una exclusividad, o bien una cultura de la “élite” que, por una parte, está en oposición a la estructura de los medios como instituciones socio-culturales y, por otra, obstaculiza el sentido y la naturaleza de los procesos de comunicación llevados a cabo por los medios de masas.

3. Comunicante y receptor

Cuando se dice que la comunicación de masas es comunicación organizada, ello quiere indicar que, debido a la actividad intermediaria de los medios, ya no es un solo individuo el que habla a otro individuo o a una masa. Lo que le es posible al artista u orador que se encuentra solo en el escenario o pupitre, es decir actuar sin una organización que le respalde, ya no puede hacerlo el escritor que trabaja en uno de los medios de comunicación de masa. Con ello surgió para la investigación la cuestión de quién es el que nos habla a través de los medios: ¿es un individuo o es la organización total?

Puede oponerse aquí que ésta sea en realidad una cuestión bastante académica; pues cuando se nos comunica en la televisión que una determinada obra de televisión ha sido redactada por un determinado autor, es precisamente este autor el que nos habla. Quien piensa así, soslaya todo el procedimiento que ha de desarrollarse hasta que la citada obra de televisión nos alcanza. El procedimiento comienza con el hecho de que el autor presenta su obra al departamento competente, donde, en el caso más ventajoso, es aceptada para la producción con solo unas pocas modificaciones. A continuación se emprende la producción designándose a un director para la puesta en escena de la obra. Tienen lugar varias conversaciones entre el autor y el director. Son acordados cortes en un lugar y ampliaciones en otro; se estudia la cuestión de quién ha de interpretar este o aquel papel, de quién ha de hacerse cargo de la escenografía, de quién ha de componer la música de fondo...; y finalmente todo el asunto va al estudio para la toma. Ahora, o quizás un poco antes, entran en acción los operadores que, por su parte, hacen determinadas propuestas de modificaciones..., y entonces es cuando comienza el trabajo. Rodeado de técnicos, ayudantes, camaristas, maquilladoras, secretarias y otro personal auxiliar, el director hace ensayar pieza por pieza, escena por escena de la obra de televisión, y finalmente ésta es tomada. En los casos en los que no se trate de transmisión en directo, o sea la llamada emisión “live”, la toma,

cuando no ha sido efectuada por el procedimiento "Ampex", se vuelve a reelaborar a través del corte, y solo entonces nos es presentada la obra en la televisión.

Sin duda no es exageración cuando se nos dice que cada minuto que vemos en la pantalla cuesta una pequeña fortuna. Pero en esta relación, este aspecto nos interesa menos que la cuestión de si esto que ahora vemos es la obra tal como la ha redactado el autor en su despacho. Estas combinaciones dentro del medio, trazadas brevemente en nuestro ejemplo, ¿no habrán distanciando al autor y su comunicación muchas millas del producto final? De una u otra manera, este interrogante es aplicable a cada uno de los medios de comunicación que se haya apropiado de los nuevos desarrollos técnicos.

Por lo tanto, cuando se pregunta quién es el comunicante, o sea quién es el que en realidad habla a nosotros a través de la Prensa, el cine, la radio o la televisión, lo importante para la ciencia es averiguar quiénes son las personas que se hallan detrás de los medios o bien detrás de sus comunicaciones. Queremos saber cómo están estructurados estos grupos, queremos saber en qué motivaciones se basan sus actividades, y queremos saber a qué leyes ideológicas, estilísticas o artísticas obedecen. Desde luego es muy sencillo generalizar la cuestión y exclamar que las películas producidas en Hollywood, en lo que atañe la elección de temas y su comprensibilidad, se atienen al nivel de niños de doce años. Con ello, sin embargo, no se dice en el fondo nada acerca del comunicante, pues si pensamos tan solo un momento en todos los esfuerzos que son realizados por los medios de comunicación de masas para influir en la formación de la opinión, ya nos damos cuenta de lo necesario que es acercarse al comunicante con algo más que determinaciones generalizantes. En realidad no necesita subrayarse especialmente este aspecto, pues nosotros mismos podemos observar frecuentemente cómo los mecanismos de control dan su aprobación en un lugar y expresan su disconformidad en otro, únicamente porque no están de acuerdo con los motivos ocultos en las publicaciones o ediciones.

Naturalmente, no siempre es fácil averiguar las motivaciones o dictados a los que obedece el comunicante. Así, por ejemplo, la televisión alemana presentó una emisión dentro de la serie *Testigos del siglo*, en la que era entrevistado un hombre que había participado en el asesinato de Walter Rathenau, el entonces Ministro de la República de Weimar. La exposición por parte del entrevistado tendía sin duda a participar al crimen y a las circunstancias en las que fuera cometido una estructura objetiva, en tanto que ello es posible en un asesinato. Pero, ¿a qué motivaciones obedecían los entrevistadores y los productores de esta emisión?

¿Querían presentar pura información sobre un acontecimiento histórico? ¿Querían ofrecer a los espectadores de la televisión un ejemplo intimidante? ¿O querían justificar un crimen? No lo sabemos, pero caben todas estas posibilidades. Bien se puede decirnos por parte de los organismos competentes que desde luego se trataba únicamente de una información y un escarmiento, pero ¿es que la emisión también ha sido recibida en este sentido? No pueden estar informados sobre ello, pues aquí no sería suficiente interrogar sencillamente al receptor. ¿O es que los típicos entrevistadores primitivos creen que algún receptor manifestará públicamente que la emisión le ha inducido a asesinar a algún político? Yo considero esto tan improbable como la respuesta de un autor de películas criminales de que con su película se propone introducir a los juveniles en el arte del crimen. La conclusión causal de que una comunicación sea exactamente aquello que la comunicación abiertamente contiene, es una falsa conclusión.

Por ello, la investigación sociológica ya no podía conformarse con estudiar aisladamente al comunicante o bien a los comunicantes en todos los aspectos posibles, es decir, sin tener en cuenta las relaciones existentes entre el comunicante y el mundo social que le rodea. Este modo de ver no es nuevo, pues de sobra conocemos numerosos análisis que nos exponen ciertos escritores, pintores y músicos sobre el fondo histórico-social de su época, el mundo que les rodea, su familia o el círculo de sus amigos, para incluir con ello en la dinámica creadora, y en el más amplio sentido, la sujeción del hombre a una determinada situación. Todo este complejo de ideas, dogmas, filosofías y otras cosas más, que en última instancia determina las perspectivas de la realidad social que un comunicante ha hecho suyas, todo este complejo de determinantes sociales, como se las llama, era ignorado en un principio por la investigación de la comunicación de masas. Como estaba más interesada en averiguar y analizar la medida del impacto que una comunicación puede causar sobre un público, se dedicaba ampliamente al estudio del curso y de la llegada de la comunicación al receptor, o sea se dedicaba al segundo o tercer punto neurálgico antes de tener al primero asegurado en el aspecto científico.

Se trataba, por tanto, de recuperar algún terreno. A este efecto se hizo uso de aquellos trabajos teóricos que se proponen averiguar la estructura social de nuestra sociedad. Han de señalarse, en primer lugar, entre otros, los importantes trabajos del sociólogo Karl Mannheim, muerto en el exilio, y de los sociólogos norteamericanos Talcott Parsons, Robert King Merton y George Caspar Humans, que todos han tratado de determinar los elementos sociales de la producción intelectual. Robert

K. Merton, en su obra fundamental, aunque discutida, titulada *Social Theory and Social Structure*, ha procurado clasificar de algún modo los numerosos elementos que aquí desempeñan su papel, y con ello nos ha proporcionado un medio para conocer las relaciones estructurales que afectan e influyen en el comportamiento del comunicante. En la lista clasificadora de Merton se enumeran, por citar aquí solo algunos elementos, los siguientes: status social, pertenencia a grupos, sistemas de producción, competencia, conformismo, distribución del poder, grupos de control, papel profesional y pertenencia a la generación, todos ellos elementos que han de tenerse en cuenta para poder determinar el papel y la influencia del comunicante en el amplio margen del sistema social. Una de las investigaciones más destacadas que han sido realizadas en este aspecto es el estudio de Hortense Powdermaker, quien analiza en su obra la famosa colonia del cine Hollywood exclusivamente desde el punto de vista del comunicante, por lo que el título del libro es *Hollywood, la fábrica de ensueños*.

Pero aún no ha de tomarse en consideración, para la definición del comunicante, un factor muy esencial, o sea el elemento de la influencia retroactiva o efecto retroactivo por parte del receptor de una comunicación sobre el comunicante. Lo que esto significa puede explicarse de la mejor manera a base de un caso hipotético. Supongamos que la rotura de un dique haya ocasionado la inundación de toda una región, habiendo sido interceptadas también las líneas de comunicación. Esta catástrofe puede ser divulgada a través de un comunicante observador. El es el que da la alarma y origina las medidas de auxilio. Pero en el curso de esta acción, el comunicante precisa asimismo una conexión con la organización central que dirige la labor de auxilio, es decir, precisa informaciones acerca de los resultados de las medidas por él originadas, o sea, necesita también el efecto retroactivo de sus comunicaciones, el llamado "feed back", a fin de poder emprender los pasos ulteriores de la acción de salvamento. En este ejemplo, la influencia retroactiva sobre el comunicante es muy manifiesta, pero en las comunicaciones normales, como es natural, es mucho más indirecta y por ello también menos evidente. A pesar de ello, este "feed back" desempeña un papel muy importante, por ejemplo, cuando una empresa inicia para sus productos una gran campaña de propaganda, pero obtiene con ello escasos resultados. Ahora bien, si quiere saber por qué no han aumentado las cifras de venta como se había esperado como consecuencia de la campaña, aun siendo de suponer que la publicidad haya sido mal lanzada o hayan sido utilizados slogans que no han producido impacto, es preciso, tan sólo para averiguar dónde está el

error, dirigirse a los receptores para saber por ellos lo que habría de modificarse a fin de que la comunicación tuviera éxito. Por tanto, el comunicante ha de someterse en cierto modo a la influencia retroactiva. No cabe duda de que, cuando una comunicación tiene un éxito determinado, el público reacciona de una u otra manera y su reacción, por otra parte, influye sobre futuras comunicaciones. Por este motivo, los centros de radiodifusión y televisión sondan de vez en cuando las reacciones de los oyentes y de los espectadores, pues sólo así pueden llegar a saber si determinadas emisiones han ocasionado reacción y, en caso afirmativo, de qué manera. Naturalmente, es preciso proceder aquí muy prudente y muy metódicamente. No conviene en modo alguno, por ejemplo, dar crédito a las cartas espontáneas de oyentes y tomar en consideración como "feed back" los deseos expresados en ellas, tanto más cuanto que muchos análisis ya han demostrado que la mayoría de esta clase de cartas son enviadas por inválidos, personas solitarias, muy ancianas o muy jóvenes, o por admiradores de héroes o por niños maliciosos.

Es cierto, por lo tanto, que el comunicante entra en acción como parte de un sistema social muy extenso, puesto que trasmite sus comunicaciones en concordancia con las expectativas y acciones de otras personas o grupos dentro del mismo sistema. La certeza de esta afirmación se desprende de los ejemplos que nos suministra la vida cotidiana: el comentar político de un periódico sujeto a un partido actúa en consideración a los demás miembros del partido; el redactor de slogans de propaganda actúa como empleado de aquella empresa publicitaria que está encargada de la publicidad de un determinado producto; los autores de novelas de préstamo actúan según las indicaciones rutinarias de sus editores, según fue comprobado recientemente en un estudio acerca de la "novela trivial".

Pero abandonemos ahora al comunicante y dediquémonos al *receptor*. Como la comunicación de masas está orientada hacia un público relativamente amplio, heterogéneo y anónimo, todo medio de comunicación de masas se enfrenta a un *público teórico*. Cuando una comunicación, una información o una emisión artística es concebida, el comunicante no sabe, desde un principio, cuál será su público. Por lo tanto es extraordinariamente difícil determinar a los receptores de manera directa. Ante la información de que en el mundo entero se encuentran 300.400.000 aparatos de radio a disposición de 2.734.000.000 de personas, que en los Estados Unidos de América estuvieron funcionando en el año 1961 unos 56 millones de aparatos de televisión, es decir, un aparato cada tres habitantes, que en la República Federal Alemana estuvieron funcionando en el mismo tiempo 5 millones de aparatos de televisión y se extendieron 14.400.244

licencias de audición, ha de preguntarse si aún es realizable el análisis del receptor o de los receptores.

A ello se añade que en realidad no existen *los* receptores, los espectadores o los lectores, sino solamente el oyente, el espectador o el lector puesto que el hombre, cuando lee, oye o ve, está solo, aun cuando se encuentre rodeado por otros o influido por otros. Por tanto, si observo o analizo a un determinado receptor—según el método que sea—, es decir, si penetro en su hogar y observo allí su comportamiento, sólo averiguo algo acerca del individuo, y el interrogatorio únicamente me informa sobre su comportamiento individual. Naturalmente, este comportamiento puede coincidir con el de muchos otros receptores, y pueden sacarse de ello conclusiones con ayuda de diversos métodos. Desde el punto de vista psicológico, sin embargo, las manifestaciones de un receptor individual siempre son hechas con vistas a que la prensa, el cine, la radio o la televisión y sus contenidos hayan de satisfacer, en un momento dado, el primer lugar a él mismo, el receptor, como individuo. La separación espacial de otros individuos o grupos, sobre todo durante la lectura de un periódico, durante la audición de una emisión de radio o durante la contemplación de la pantalla de televisión, no le hace comprender al receptor más que, quizá, en un segundo término que éste o aquel contenido no está siendo comunicado sólo para él, y que también otros, y ello en gran número, participan del mismo suceso. Por lo tanto, el oyente, el lector y el espectador es, y será siempre, un ser individual.

Al considerar el reverso de esta cuestión, se tropieza frecuentemente con una frase que expresa en una u otra formulación lo siguiente: “Ten en cuenta que te hallas ante millones de personas, que te escuchan infinitudes de oídos y que te contemplan infinitudes de ojos”. Estas imaginaciones grandiosas y al propio tiempo intimidantes conducen frecuentemente a un nerviosismo que no sólo se manifiesta en los intérpretes, sino también en las personas responsables de los medios. También ellos hablan siempre de la masa de receptores y tiemblan ante ella. También ellos calculan continuamente con ella y piensan finalmente sólo en miles y millones.

Según el modo de considerar la cuestión se transforma, por lo tanto, nuestro modo de ver. Si interrogamos al receptor, estamos en contacto con el individuo; si nos acercamos a la problemática por el lado del comunicante, entonces es la masa a la que dedicamos nuestra atención. Por ello es muy comprensible que en este aspecto la doctrina de los medios de masas se inclinara en un principio por aquellos teorizadores que habían consagrado sus estudios al conocimiento de la masa y de su

comportamiento, mucho antes de que los medios de masas alcanzaran la medida que hoy poseen. Han de citarse, por ejemplo, el médico, inventor, físico y psicólogo francés Gustave Le Bon, que vivió de 1841 a 1913 y desarrolló una teoría acerca de la psicología de las masas en su libro "La psychologie des foules" aparecido en 1895; el sociólogo, psicólogo y criminalista francés Gabriel Tarde (1834-1904), quien expuso en sus obras "L'opinion et la foule" y "Les lois de l'imitation" la llamada teoría de la imitación; además, el psicólogo social inglés William McDougall (1871-1938), al que hemos de agradecer la teoría del instinto y la teoría del espíritu de grupo que fundamentó en sus libros "Introduction to Social Psychology" y "The Group Mind". Finalmente ha de señalarse en esta relación el estudio "Massen-Psychologie und Ich-Analyse" (Psicología de masas y análisis del Yo) publicados en 1929 por el médico y psicólogo austríaco Sigmund Freud, nacido en 1856 en Moravia y fallecido en 1939 en la emigración en Londres. Todos ellos, y también algunos otros, nos suministraron, en sus esfuerzos de conocer a la masa y sus reacciones a determinados estímulos, los fundamentos teóricos para la investigación de la comunicación de masas. Algunos investigadores se refieren aún hoy a estas más antiguas teorías, sea por desconocer los resultados de la investigación empírica más reciente o por convenirles tanto los más antiguos. Al investigador, sin embargo, ya no pueden fascinarle estas teorías, puesto que ya no nos pueden ayudar en la apreciación de medios cuyos contenidos, si bien están dirigidos, gracias a los inventos técnicos, de tal manera que pueden ser recibidos por la masa, son recibidos sin embargo por el individuo, como en la prensa, la radio y la televisión, casi sin conexión espiritual alguna con otros.

El hecho es que el receptor y los receptores constituyen una contraposición. Naturalmente puede resolverse esta problemática muy simplemente, y también se resuelve así por muchas instituciones obstinándose en afirmar que no existe en absoluto *el* receptor, que hay que preguntar más bien qué es lo que esperan *los* receptores. Sin embargo, esto está en contradicción con todos los principios sociológicos, pues significaría pasar simplemente por alto la determinación de los fenómenos sociales totales, es decir, de aquellos fenómenos que, como el que aquí discutimos, contienen irremediamente los tres polos del YO, del OTRO y del NOS-OTROS.

Como resultado de esta consideración, pero también del conocimiento de que, en última instancia, la constelación del concepto "MASA" siempre permanece muy vaga y se quería saber por fin positivamente quién es el que recibe la comunicación, se emprendieron las investigacio-

nes del público, según las conocemos hoy, con ayuda de uno u otro método. En el curso del tiempo, estos métodos continuamente fueron mejorados, de modo que hoy día el público de los medios puede ser descrito según las más variadas características. Se habla aquí de "ratings", que sirven de material para los estudios descriptivos de los grupos de receptores en lo que se refiere a programas específicos o tipos de programa. No es para menospreciar el valor de esta clase de investigaciones del público, que son muy semejantes a los métodos de la investigación de mercados, si aquí se señala que con sólo estos métodos únicamente se puede averiguar quién oye, quién ve y quién lee; es decir, que con sólo estos métodos podemos conseguir únicamente, en el aspecto teórico-causalístico, un conocimiento de la superficie, si bien absolutamente necesario.

Para una exploración más profunda, la investigación de la comunicación de masas habría de dedicarse al estudio de otros elementos más de la comunicación, como aquéllos a los que ya nos hemos referido al hablar del comunicante. Han sido formados, así, complejos de investigación que consideran al receptor, por ejemplo, bajo el punto de vista de la motivación, y por los cuales ha de obtenerse claridad acerca de la cuestión de por qué ciertos grupos de receptores se siente especialmente atraídos por contenidos específicos de los medios. Otros complejos de investigación se dedican al fenómeno de la elección de programa, de la percepción o del grado de atención con el que son recibidas las comunicaciones. Por medio de estos estudios se trata de hallar una base concreta respecto al comportamiento del receptor frente a uno u otro medio de comunicación de masas. Para ello era necesario circunscribir en lo posible las investigaciones del receptor, es decir, no considerarlo ya como masa simplemente. Se aprovecharon para ello las experiencias que pudieron conseguirse en otros terrenos con ayuda de la psicología social, o más exactamente con ayuda de la psicología social del comportamiento colectivo.

En lo que respecta a nuestro campo de investigación, se partía de que, prácticamente, todas las actividades de grupos pueden considerarse como comportamiento colectivo. Actividad de grupo significa aquí que el individuo siempre actúa de una u otra manera junto con otros; que entre los diferentes individuos siempre existe alguna división de trabajo; o, expresado de otro modo, que entre las distintas maneras de comportamiento individual siempre hay una determinada adaptación de uno al otro. En este sentido, la actividad de grupos es un fenómeno colectivo. De ello se deduce que el comportamiento colectivo se produce en máxi-

mo grado entre los hombres, puesto que los hombres poseen coeficientes de convenio y expectativas comunes. Estos conducen, por su parte, a que las formas elementales y espontáneas de comportamiento se conviertan en formas organizadas, es decir, en costumbres, convenciones, instituciones y, finalmente, en la organización social que representa nuestra sociedad.

Después de que todo este conocimiento del comportamiento colectivo esbozado aquí, que hoy está recogido en una literatura extraordinariamente amplia, pudo ser incorporado metódicamente a la investigación de la comunicación de masas, se ofrecía la posibilidad de estudiar mucho más concretamente al receptor de comunicaciones, pues ahora no se le consideraba ni como ser aislado ni como masa. Se le ve cómo recibe la comunicación, tanto en medio de su grupo primario y de referencia, digamos en medio de su familia, como también dentro de la estructura de asociaciones, organizaciones e instituciones sociales, es decir, en medio del sistema social que le rodea. Con ello cambia toda la cuestión. Si hasta ahora siempre se había representado al receptor como *pasivo*, como individuo que, sumido en la euforia, se somete sin resistencia al impacto de la comunicación, hoy se sabe que ha de considerársele como un miembro *activo* que participa en el proceso social total, ya que todo receptor ocupa una posición determinada en estructura social. Ya no puede seguir investigándose la relación entre el comunicante y el receptor a modo de vía unilateral, en la que a uno, es decir al comunicante, le es dado hablar con insistencia a otro ser sin voluntad, insignificante, que sólo representa un número, o sea el receptor. La investigación moderna sabe, y lo ha podido probar a través de numerosas investigaciones, que el comunicante y el receptor se hallan y actúan en interdependencia, por lo que en última instancia se alcanza la verdadera comunicación.

El mismo día en que la investigación de la comunicación de masas y también la crítica de la cultura adoptarán plenamente este conocimiento, se dejará también de lanzar piedras sobre los receptores a través de acusaciones, estadísticas o psicologías desacertadas.

4. El contenido de la comunicación

Los contenidos de poesías, novelas, discursos, tratados o composiciones han sido sometidos desde siempre a la visión analítica. Ello puede realizarse tanto desde el punto de vista filosófico, semántico o ar-

mónico-técnico como también desde el religioso o pedagógico, y aún con el espíritu de la época. Y si hoy día hallamos en los periódicos rúbricas dedicadas a la crítica de libros, de la radiodifusión o de la televisión, vemos que en ellas se analizan los contenidos de los materiales que los medios imprimen, hacen hablar o muestran en imágenes. Estas consideraciones críticas enfocan los distintos contenidos, en general, en relación con el standard dominante de cultura y de esta manera obtienen cuotas de valoración que terminan con la calificación bueno o malo. A veces también van más allá y emprenden clasificaciones que han de transcribir el nivel cultural sobre el que un contenido se mueve. Así alcanzan resultados que nos representan los determinados contenidos como valores culturales altos, medianos o bajos.

El sistema de clasificación que aquí se emplea, y según el cual se arguye, en nuestra opinión, en contra de los medios de comunicación, es en el fondo un sistema muy sencillo, por no decir natural. Cuando se habla de cultura "alta" o bien espiritualmente elevada, se piensa en obras culturales permanentes o duraderas, y a veces aún en los esfuerzos de la vanguardia contemporánea que, debido a su seriedad, merece nuestro respeto. Cuando se trata de contenidos medianos o bien menos exigentes se piensa en la película de orden medio o en un programa de televisión respetable, pero no muy difícil de percibir. Y en lo que se refiere a los contenidos bajos o bien poco exigentes, se clasifican aquí, en general, las obras policíacas, los "musicales" o los vodeviles. Naturalmente, tales clasificaciones son extraordinariamente indefinidas y arbitrarias. Pero también son, sobre todo desde el punto de vista de la crítica, muy prácticas e irremediables.

Tal procedimiento únicamente llega a ser peligroso cuando de estos intentos de clasificación se sacan conclusiones a modo de crítica de la cultura, que ya no se limitan a la crítica de los contenidos, sino que, a base de esta crítica precisamente, realizan un análisis de aquellas capas de la sociedad que aceptan o desechan estos contenidos. Entonces se olvida que los contenidos en los que aquí pensamos, sea la obra "Wallenstein" de Schiller, una historia de detectives o música amena, son más bien productos culturales que son ofrecidos a la sociedad, y no actividades a las que se dedican los miembros de la sociedad.

Tan sólo por esta razón, la consideración científica de los contenidos de comunicaciones no puede ser basada en tales categorías establecidas de la manera más arbitraria. Pero hay otra razón esencial que para el sociólogo desempeña aquí un papel importante; pues el sociólogo sabe distinguir exactamente entre un análisis de contenido *en* los medios de comunicación de masas y un análisis de contenido *de* los medios. Cuan-

do se trata de un análisis de contenido *en* los medios de comunicación de masas, sólo se está interesado en *aquello que* es ofrecido. En cambio, cuando se piensa en un análisis de contenido *de* los medios de comunicación de masas, se combina *aquello que* es ofrecido con el factor de *cómo* es ofrecido. Con ello se consigue efectivamente penetrar en la estructura íntima de un medio, es decir, captar la tendencia de un medio que resulta del análisis de lo que ofrece y de cómo lo ofrece. Un análisis orientado de esta manera fue ensayado recientemente. Se estableció una comparación de ciertas noticias de importancia política, así como eran ofrecidas en un periódico alemán suprarregional y en la prensa extranjera, según su presentación, su contenido, su rúbrica y su extensión, para cristalizar de este modo la tendencia de los periódicos alemanes en cuestión. El resultado que se obtuvo puede haber extrañado a algunos lectores, tanto más cuanto que fue conseguido por un escritor; pero nuevo no lo es, en todo caso, es inexacto. Pero esto no puede reprocharse a un autor cuyo espíritu está dominado por el afán de criticar la cultura, pues no es de su incumbencia conocer la existencia de una técnica científica conocida como *análisis sistemático de contenido* y que debería haber sido aplicada en este caso.

Esta técnica no tuvo su pleno desarrollo hasta la última guerra mundial; pues se averiguó muy pronto que, por ejemplo, la radiodifusión se había convertido en un ayudante muy útil del nacionalismo, lo cual condujo al fomento de contraataques con ayuda de este medio. Con ello se descubrió la importancia de la escucha cuidadosa de emisiones de radio y de la lectura igualmente cuidadosa de la prensa contraria con vistas a un análisis más profundo del contenido. Ya no se pregunta "¿Dónde se miente y qué es lo que se propaga?", sino "¿Por qué se miente y por qué se propaga esto o lo otro?". Paralelamente a la guerra material se fue desarrollando la guerra psicológica, una guerra con palabras cuya ejemplificación debería bastar recordar las emisiones de Lord Haw-Haw. Muy pronto, ya desde abril de 1941, se fue investigando sistemática y metódicamente desde Norteamérica la propaganda alemana a través de la radio en todos sus pormenores, y ello en tal medida que, sobre la base de análisis de su contenido, pudieron someterse a las autoridades competentes predicciones de las que hoy sabemos que se convirtieron en realidad y contribuyeron en parte al derrocamiento del régimen nazi. Se averiguó al propio tiempo lo difícil que es para el propagandista de guerra el adaptar sus llamamientos a los oyentes o lectores enemigos. No son suficientes los simples supuestos acerca de la mentalidad, la estructura y la dinámica de los receptores. En otra relación, sin embargo, también pueden ser de im-

portancia los supuestos, es decir, en los casos en los que adoptan la forma de rumores o desfiguraciones. Por lo demás, ha de señalarse que, en vista de la creciente tensión de la postguerra entre Rusia y los Estados Unidos de América, también ha aumentado el número de estudios que se proponen, con ayuda del análisis de contenido, acercarse más de lo que permite el riguroso Telón de Acero a los acontecimientos, actitudes, tácticas y estrategias de los soviets. Hoy ya no es suficiente lo que sucedía en aquel entonces, cuando el poeta y diplomático Jean Giraudoux, titular del Ministerio francés de Información, invitaba al pueblo, a través de la radio y por medio de discursos espirituales, a mantener el orden y la lealtad nacional, cuando la British Broadcasting Corporation emitía medidas urgentes de emergencia mezcladas con programas de entretenimiento, y cuando la radiodifusión alemana hablaba de la fácil conquista de Polonia.

Pero abandonemos los desagradables tiempos de guerra y estudiemos ahora cuáles son los principales procedimientos de investigación según los cuales puede llevarse a cabo un análisis sistemático de contenido. En primer lugar, se somete al análisis, según un esquema sistemático de trabajo, una selección representativa de textos; películas e "imágenes", a fin de determinar la frecuencia de su aparición y la importancia de determinados temas trascendentales. Los propósitos de tal investigación pueden ser, en cada caso, el análisis de las actitudes del o de los autores de documentos, o bien el análisis de las actitudes a las que se apela, o bien el análisis de las actitudes que han de provocarse, o bien el análisis de las normas sociales a las que son sometidos el o los autores. En segundo lugar, conocemos un procedimiento de investigación en el que se realiza el análisis de uno o varios documentos semejantes exclusivamente en el aspecto cuantitativo. Aquí se trata, por ejemplo, de averiguar cuántas columnas de un periódico están dedicadas a un determinado suceso o a una determinada idea, cuántas veces aparece la misma palabra en el curso de una conferencia o dentro de un documento impreso, o qué parte del horario corresponde a la música, las noticias, las obras radiadas o el deporte en un programa total de radio o televisión. En tercer lugar, puede llevarse a cabo el análisis de uno o de varios documentos semejantes exclusivamente en el aspecto cualitativo o combinadamente en el cuantitativo y cualitativo. En este caso se investiga la estructura de un texto, de una película o de una emisión de radio o televisión en cuanto a la importancia que se concede a una idea específica, por ejemplo, si una película sobre la discriminación racial se basa en una idea democrática o en la de la separación de razas. En cuarto lugar, conocemos

el análisis de documentos en cuanto a su relación con la vida en grupo, dándose especial valor a la averiguación de procesos sociales. Tienen su lugar aquí, por ejemplo, las investigaciones acerca del contenido de noticias de actualidad difundidas por los medios de comunicación de masas, así como de los libros de enseñanza.

En todos estos procedimientos, el análisis se concentra o bien en determinados signos, en determinadas palabras, en ciertos símbolos, en argumentos concretos, en temas o en la estructura global de los materiales a investigar. Se parte para ello de categorías específicas, o sea: de actitudes que se refieren a un determinado país o a un aspecto político especial del país, o bien de actitudes relacionadas con un problema en general o con aspectos parciales de este o aquel problema, etc. Generalmente hablando, se clasifican, antes de la valoración definitiva, los signos, símbolos, argumentos o temas que han aparecido por el análisis, y luego se enfrentan al objeto del análisis, a fin de averiguar así si el resultado es una actitud neutral, dudosa, favorable o desfavorable.

De esta breve exposición de los procedimientos para la aplicación del análisis de contenido debería poder desprenderse que existen caminos fundamentados científicamente para acercarse al contenido de la comunicación. Por tanto no es así que en la programación ha de confiarse exclusivamente en el llamado "tacto" selectivo. Figura en primer lugar, por ello, la investigación de aquéllo que los medios contienen temáticamente. De ello se deduce, como ya se ha indicado, el porcentaje del tiempo total de emisión que en la radio o la televisión corresponde a las obras radiadas, los temas religiosos, el deporte, la música, la economía, las noticias o la política. Se trata aquí de fijar los "trends", determinables sólo cuantitativamente, de algunas emisoras para luego aumentarlos o reducirlos según necesidad. En las estructuras cinematográficas es bastante más difícil un análisis según el contenido, ya que la misma película puede representar contenidos distintos, y a veces aún muy opuestos. Pero también aquí pueden distinguirse, según el contenido, al menos algunas categorías importantes y extensas. Así, algunos investigadores hablan de películas de contenido social, histórico o antropológico. Otros, en cambio, orientan su clasificación del contenido según la materia que quiere mostrarse, y hablan por lo tanto de lo milagroso, del mundo común, de la acción heroica y de temas que se mueven sobre el nivel de conflictos latentes de los miembros individuales de la sociedad, figurando entre estos últimos, según ellos, también la discusión de la vida íntima y de las tragedias personales.

Un paso más adelante y nos encontramos con aquellas investigacio-

nes que, valorando el análisis del contenido, centran su atención en el impulso que puede ser causado por la prensa, por películas o por emisiones de radio y televisión. En estas investigaciones se trata principalmente de reformas socio-culturales, de los síntomas de desorganización social, como la criminalidad juvenil, crímenes, actos afectivos, conflictos familiares u otras soluciones sociales, pero también se trata del impulso hacia actitudes vitales específicas en general. Con ello ya nos aproximamos al terreno de la investigación de la opinión pública, en el que, junto con los métodos de la investigación de la opinión, se utiliza también frecuentemente la técnica del análisis de contenido. Ahora bien, aquí se *inquire en mayor medida por los efectos de los medios de comunicación de masas sobre la sociedad y su comportamiento que por el contenido de los programas y, por tanto, por la estructura interna de los medios.* Si con este último método se trata de investigar principalmente lo que piensan determinadas personas, otro método *inquire—desde luego siempre referido al contenido—sobre los motivos por los que los grupos piensan de la manera que piensan.* Aquí son investigados los orígenes de los gustos y preferencias del público con el propósito de explicar la influencia de los medios sobre los receptores. En último término, ha de mencionarse otro método que está orientado más hacia el aspecto experimental-psicológico. Ya no considera a los grupos o individuos que se someten a investigación, en su relación con los medios, como receptores pasivos de las comunicaciones, sino trata de determinar las reacciones a estímulos mediante el examen de las personas antes y después de recibir la comunicación. Así, por ejemplo, pudieron hallarse en los espectadores, tras el análisis del contenido manifiesto y latente de películas del Oeste, determinados cambios temporales respecto a la manera como se veían en su relación con el mundo social que les rodeaba.

Aplicadas adecuadamente, todas estas investigaciones referidas al contenido, y otras semejantes, sirven para averiguar tanto las características de los comunicantes y de los receptores como también las relaciones entre estos dos grupos. Los elementos poseen aquí idénticos valores, que luego resultan de gran importancia en la estructura de una política cultural planificada.

Pero, desgraciadamente, siempre ocurre que quien hable de una política cultural planificada o abogue por ella, cae con ello en un nido de avispas; pues si no se quiere oír nada respecto a una política cultural, ya que la palabra "política" ha sido considerablemente desacreditada, menos aún se quiere saber de una planificación, puesto que pueden desperditar fácilmente el recuerdo de los malos tiempos. Y como el concepto de

planificación es equiparado muy frecuentemente al de supresión, limitación de la libertad, control y otros más, los medios se declaran "suprapartidistas" o bien, hablan tanto de su "misión cultural" que ya no se puede dudar de su suprapartidismo. Pero a pesar de ello, los contenidos de los medios, sea de naturaleza cultural o no, han de ser regulados, sistematizados, coordinados, es decir, organizados si las instituciones socio-culturales quieren corresponder a sus obligaciones frente a los contenidos culturales. De ello surge el interrogante de si se puede organizar la cultura y, en caso afirmativo, de cómo se la puede organizar. En este aspecto, ha de resaltarse en primer lugar que la cultura "dirigida" representa algo totalmente diferente de la cultura "organizada", aun cuando se confunda muy frecuentemente lo uno con lo otro.

Abandonemos por un momento el presente y recordemos, para la ilustración de esta diferencia, un acontecimiento del pasado, es decir, cuando en el año 1573 el pintor Veronese fue llamado ante la Inquisición a causa de su cuadro "La última cena". Se le preguntó si consideraba adecuado haber incluido en la pintura de la última cena del Señor a bufones, borrachos, enanos y otras indecencias más. Después de prolongadas sesiones, el tribunal de la Inquisición condenó al pintor a corregir y mejorar el cuadro dentro del plazo de tres meses y por su propia cuenta. Y así, el título del cuadro era desde ese momento el de "Fiesta de la casa de Levi". Aquí se trataba, en efecto, de totalitarismo al que le es dado el poder y la fuerza para dirigir. Sin embargo, donde se trata, como ocurre con los medios de comunicación en los países no totalitarios del mundo, de instituciones revestidas de autoridad, únicamente puede organizarse, pues la fuerza autoritaria, vista desde el punto de vista sociológico, nunca es total. Pero precisamente esta confusión entre los conceptos "organización" y "dirección" es la causa de que, por principio, sea calificado de antiliberal todo intento de organizar la cultura. El anhelo de nuestra época de catalogar todo lo asequible, sea la historia, el arte o la ciencia, ha conducido frecuentemente, por su más fácil perceptibilidad, a convertir también la cultura en un sistema y a dejar inadvertido que la cultura se compone de una pluralidad de procesos sociales que por sí mismos reclaman una coordinación y una organización. No se opone a ello que los movimientos culturales siempre tienen la facultad de expresarse sin la ayuda de expertos oficiales. Si bien la idea de la cultura es la totalidad de sus posibilidades internas y por tanto permanece efectivamente inorganizable, sus formas de aparición, sus cualidades fenomenológicas son, como procesos sociales, tan determinables, tan efectivas que pueden ser organizadas.

Ello se desprende del hecho de que a los medios les es dado formar un determinado gusto cultural, orientarlo y aun nivelarlo. Sin embargo, la formación de preferencias y aversiones culturales en las masas, es decir: el control de los gustos sometido a un gusto individual, no puede atribuirse a circunstancias casuales, sino que es un efecto directo sociológico basado en la organización de los medios. Es un efecto peligroso y por ello conveniente de evitar, y han de tomarse medidas de precaución para impedirlo. Precisamente en esta relación ha de destacarse que depende siempre de la propia organización hasta qué punto considera deseable utilizar su medio, por ejemplo, para la creación de héroes populares. No pienso aquí únicamente en la publicidad, que por medio del cine, de la prensa, la radio o la televisión puede darse a un número limitado de artistas, sino también en el aprovechamiento de coyunturas sociológico, como se ha llamado alguna vez la condición previa para la durabilidad relativa de la rama. Quien admita la interpretación del concepto en el sentido de que un héroe es una persona que efectiva o imaginariamente provoca actitudes y comportamientos adecuados, ha de darse cuenta también de las consecuencias sociológicas. Es suficiente señalar el gran espacio que el cine ocupa en el texto y en la ilustración gráfica de las revistas ilustradas y la gran importancia que se concede al código de vida de un muy reducido grupo de estrellas del cine, para darse cuenta que tampoco debe dejar de tomarse en consideración el efecto de la creación de héroes, en la actualidad sobre todo, debido a la televisión, como signo de la posibilidad de *influir en los gustos y orientarlos*.

Se trata, pues, en el fondo, de establecer una separación entre el *control de acceso* de contenidos culturales a los medios y el *control del tratamiento de preferencia* en las cuestiones de distribución de estos contenidos. Pero no es suficiente, en modo alguno, hablar sencillamente de un modelo democrático de planificación o de una planificación para la libertad. Ha de proveerse a las personas responsables de los programas de los medios de los instrumentos y vías para poder realizar efectivamente esta separación entre el acceso y la distribución de los contenidos, y ello de una manera que este procedimiento no se reduzca a un control de los gustos. Hoy día existen estos instrumentos y vías, y permítasenos señalar que nosotros mismos hemos llevado a cabo no hace mucho tiempo una investigación de esta índole para la radiodifusión estatal francesa, en la que hemos desarrollado y aplicado tales posibilidades. Pero desde entonces nos han sido aportados gran número de nuevos conocimientos, entre ellos, recientemente, el trabajo de Karl Rössl-Majdan, jefe de la sección de investigación sobre la radiodifusión en la

Radiodifusión Austríaca, con el título "Rundfunk und Kulturpolitik" (Radiodifusión y política rural), trabajo que no debe dejar de citarse en esta relación. Basándose en métodos y experiencias estadísticas sobre programas, este autor expone cómo se pueden conseguir, con recursos simples, datos culturales y un control de la propia producción cultural del medio, elementos que son los únicos que posibilitan una planificación concreta de la producción. Se basa para ello en la determinación tridimensional de los productos culturales según la forma, el contenido y el fin social, y alcanza desde este punto de partida un principio análogo en la investigación del efecto de estos productos en el público. Con ello ha conseguido un fundamento, por encima del contenido, para la llamada *investigación* del motivo. Precisamente de ésta se ocupa hoy día cada vez más la ciencia de la comunicación de masas, pues, liberada del efecto superficial de la opinión pública, se propone incluir en la investigación también la calidad. Por ello, la investigación sociológica del motivo no trata de descubrir motivos en el bajo subconsciente de la psique, sino se dirige a la conciencia y descubre lo no consciente social. Con ello impide una política cultural que, en su apreciación y combatividad del malestar de los grupos de oyentes y espectadores, es confundida por el hecho de que sólo inquiriere acerca de la cantidad de afirmaciones y negaciones.

Cuanto más progresa la investigación de la comunicación de masas no sólo en este, sino en todos los sentidos, tanto más aumentará la responsabilidad de los políticos culturales que actúan en los medios en lo que se refiere a los ámbitos de influencia de los medios de comunicación de masas. Sin embargo, ello no quiere decir, según escribe con razón un especialista, que con el creciente conocimiento de los productores acerca del público y sus características psicológicas y sociológicas, aumente el sentido de responsabilidad de los comunicantes. Por el contrario, éstos prefieren colocarse bajo la protección de los dictados del gusto de la masa y de la opinión pública y con ello desvirtúan los resultados de la investigación de la opinión. Para evitar esto, es absolutamente preciso abandonar el sistema de inculcar a las masas y de exclamar resignadamente: "Lo que quieren leer, lo que quieren oír y ver en la radio y en la televisión, lo que se figuran como cultura, todo esto lo reciben". Si no se desea que continúe esta situación insana, considero que es mejor y más constructivo aprovechar todas las ayudas que la ciencia hoy día puede ofrecer. La oposición a la ciencia que aún hoy es corriente en muchas organizaciones, no podrá perjudicar nunca a la ciencia, pero sí a los medios.

5. Los efectos de la comunicación de masas

En nuestro intento de ofrecer una visión de la ciencia de la comunicación de masas hemos procedido paso por paso, evitando en lo posible incluir aquella parte de la doctrina que trata de los *efectos* de la comunicación de masas, y de sus medios, sobre la sociedad. A pesar de que son precisamente los efectos de los que casi siempre se habla, era necesario excluirlos, ya que de otro modo se engancharía el carro delante del caballo. Ello sería un gran error que irremediablemente conduciría a muchas conclusiones falsas, pues es imposible conocer las funciones y sus efectos antes de haber prestado su atención a la estructura de un caso dado. Y cuando se inquiere sobre las consecuencias de la comunicación de masas y de sus medios, se mueve uno precisamente en aquel ámbito funcional que presupone un conocimiento de lo estructural.

Los supuestos estructurales ya los hemos analizado, y así podemos dedicarnos ahora, basándonos en ellos, a las funciones y sus efectos. Aquí se hace uso del *funcionamiento moderno*, como es denominada frecuentemente esta forma del análisis. Hablando en sentido figurado, nos colocamos en el centro del fenómeno social y observamos desde allí los ámbitos de su efecto. Esta posición nos permite determinar una gran cantidad de emanaciones y de efectos retroactivos que parten directamente de nosotros o llegan a nosotros. A veces, y muy frecuentemente, estas emanaciones se entrecruzan, se reúnen y se vuelven a dispersar, de modo que es muy comprensible si surgen confusiones que conducen fácilmente a análisis erróneos. Por ello ha de procurarse descubrir y separar las finísimas arterias de los ámbitos del efecto, es decir, las relaciones particulares del efecto. Tal procedimiento puede aparecer a primera vista muy dogmático y artificial. Pero si se quiere conocer exactamente las diversas palancas que nos ofrece la investigación sociológica con el propósito de aclarar la relación entre la sociedad y los contenidos técnicamente comunicados, es imprescindible recorrer este camino. No basta con hablar aquí simplemente de efectos intelectuales, morales o sociales y de clasificar bajo tales rúbricas todo lo que buenamente se encuentra de efectos. Ello significaría centrar la atención en el Deber en lugar de centrarla en el conocimiento del Ser. Por lo demás, el intento de sistematización que haremos a continuación demostrará sobradamente que, si bien los principios de aproximación a base de los cuales se investigan los factores de las relaciones de los efectos son los mismos para todos los medios de masas, sería, sin em-

bargo, erróneo suponer que también los métodos para esta investigación pudieran transferirse indistintamente de la cinematografía a la radiodifusión, de ésta a la televisión o de ésta última a la prensa. La variedad de los medios exige automáticamente una variedad del método de investigación que se aplica. Sólo permanecen idénticos los fundamentos de los principios de aproximación. Al perfilar seguidamente algunos de los ámbitos de investigación funcional, veremos claramente, al propio tiempo, las relaciones dentro del sistema sociocultural tal y como ejercen su efecto.

Si se considera, por ejemplo, única y exclusivamente la función de determinados contenidos frente a los medios, o sea por ejemplo las piezas musicales que llenan un programa de concierto elegido por el público, la investigación se concreta en la relación de utilidad ("Dienlichkeitsverhältnis") dentro de la que contenidos de cualquier índole sirven a los medios. Los contenidos tienen aquí la función de una mercancía que es necesitada y que se compra, que se produce o que se hace producir, y que se utiliza para los fines que el medio precisa en ese momento. No gusta denominar así esta función puramente económica, porque se cree que con ello sea profanado, entre otras cosas, el sagrado terreno del arte. Con frecuencia se utiliza precisamente esta función como pretexto para dar más trascendencia a consideraciones crítico-culturales acerca de ideologías materialistas. Pero ni el soslayar una función existente, ni la crítica de la misma podrán eliminar el hecho de que los contenidos culturales se encuentran funcionalmente en una relación de servidumbre frente a los medios, aun cuando se les concede un trato que corresponde a su dignidad.

Si ahora consideramos la cuestión desde un ángulo algo más avanzado, estableceremos en segundo lugar la relación entre la función de determinados contenidos frente a los medios, y la función de los medios frente a determinados contenidos, o sea, por ejemplo, el modo o la forma en que es presentada en el concierto de elección del público una fuga de J. S. Bach. Aquí se trata de la utilización de los contenidos para los fines propios de los medios, y en concordancia con la cultura. Este es, por cierto, el punto donde han de iniciarse con la mayor justificación consideraciones crítico-culturales, sea para que contenidos culturales no sean deformados mediante un tratamiento técnico defectuoso o para que obras maestras reconocidas no sean profanadas o vulgarizadas; o sea para conservar la integridad cultural o para no desequilibrar las formas de expresión del arte: aquí, y en otros puntos más cuya enumeración llevaría demasiado lejos, ha de iniciarse el análisis funcional si se

quiere averiguar si los medios hacen justicia a los contenidos que les sirven.

Si, como lo hacen muchos, se mantiene el criterio de que el cine, la radio y la televisión sean algo más que medios técnicos, es decir, que en cada uno de estos medios se trate de un universo, de una forma del arte autónomo en sí, se abandona el análisis puramente funcional y se penetra en el terreno de la valoración normativa, que aquí no entra en la discusión. El modo de ver sociológico se mantiene alejado aún de la apreciación de composiciones u obras para transmisión producidas específicamente para los medios de comunicación.

Avanzando un paso más, podemos añadir a los dos momentos funcionales citados otro más, tal y como se desprende de un proceso doble de identificación. Doble en el sentido de que, tras cada uno de los contenidos, se hallan personas para su elaboración, su interpretación o su explicación. De este modo, la función frente al contenido se une tan íntimamente con la función frente a los productores, los intérpretes o los comentaristas que, para el análisis sociológico, corresponde a un sentido de la realidad el reconocer hasta un cierto grado una identificación. De ello surge una segunda identificación íntimamente ligada a la primera, según la cual los medios se convierten por su función en productores, intérpretes y otros factores más.

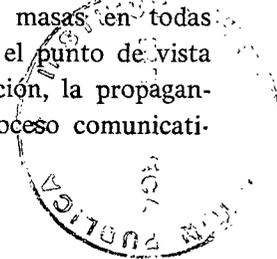
El primer proceso de identificación está relacionado con el fenómeno del trabajo o de la profesión. Para el análisis de este proceso se aprovechan los conocimientos de la Sociología moderna, que nos demuestran que la sociedad compleja se mantiene debido a la dependencia recíproca de grupos profesionales altamente especializados y muy variados. De ello se deduce que se puede enfocar el estudio del trabajo y de la profesión desde el punto de vista funcional y según las formas principales de la interacción social, o bien dedicarse al estudio de aquellos "rôles" que resultan de la estructuración de las personas según el rendimiento de su trabajo. Por lo tanto, es menester comprender que el estudio del trabajo en alguno de los medios y del proceso de identificación relacionado con ello ha de ser emprendido desde dos puntos de vista: o bien limitándose exclusivamente al principio funcional, o bien ejerciendo pura sociología profesional, quedando comprendidas aquí cuestiones como el status profesional, estratificación, jerarquía, estabilidad, libertad y otros elementos más.

En lo que se refiere al segundo proceso de identificación y sus efectos—según el cual los propios medios se convierten en productores, intérpretes o comentaristas—, han de distinguirse también aquí dos prin-

cipios de aproximación. También desde el punto de vista funcional, en un principio, pueden averiguarse modificaciones y transferencias necesarias de la función. Si bien las funciones siempre han sido transferidas de un medio a otro, en nuestros días el fenómeno de la transferencia forma parte de las características significativas de nuestra estructura social. En realidad no debería ser preciso subrayar especialmente este proceso que día por día se desarrolla ante nuestros ojos. Si a pesar de ello lo hacemos, es porque precisamente el no admitir, o mejor dicho, el no querer admitir este proceso de la transferencia de funciones todavía sigue conduciendo a inculpaciones injustificadas de usurpación contra los medios a los que la sociedad misma ha conferido la función, como el disco gramofónico, el cine, la televisión o la radio. Si hoy en día los medios de comunicación como la radio o el disco gramofónico actúan, digamos con referencia al contenido "música", como amenizador, como mecenas, como instructor y como empresario, y este hecho es calificado simplemente de masificación o de amenaza a la cultura, ello significa para el sociólogo un desconocimiento de los procesos de transferencia irremediables e irresistibles, los cuales, cuando son reconocidos y dirigidos acertadamente, nunca deben constituir una amenaza a la cultura.

Ante este desplazamiento de las funciones, algunos investigadores van aún más allá del principio funcional. Al referirse al efecto de los medios, hablan de una *institucionalización* de tales contenidos como por ejemplo la música. Habrá de tomarse en consideración si esta concepción no podría explicarnos, entre otras cosas, cómo es posible que hoy día, en especial en la radio y en la televisión, los jefes de las secciones de música de estas instituciones socio-culturales puedan llegar a identificarse con la propia institución, por una parte, y con la música que manejan, por otra.

Ahora bien, en el momento en que se enfoca la idea de la institucionalización—sea la de los medios o de sus contenidos—, en el momento en que, basándose en observaciones, se da preferencia a esta idea, se ha conseguido volver a ampliar la visión y el punto de partida de la investigación sociológica. Ahora se incluye en el estudio a la sociedad misma en toda su plenitud, o sea desde el individuo, pasando por el grupo, hasta la colectividad o masa. Desde este punto de partida pueden analizarse ahora los efectos de los medios de comunicación de masas en todas sus facetas, pudiendo considerarse los contenidos desde el punto de vista de la dicción ("Mitteilung"), la información, la distribución, la propaganda o la conversación, o desde el punto de vista del proceso comunicati-



vo, desde el del medio de expresión, o bien desde el de la cultura de masas y de la cultura popular.

El complejo que en este ámbito siempre despierta el máximo interés es el de la cultura de masas y de la cultura popular. El hecho de que este complejo sea poco inteligible proviene casi siempre de que muchos teorizadores muestran en este aspecto su conformidad con ideologías irisadas por la política. Hablando a grosso modo, se enfrentan aquí las teorías de los radicales, los conservadores y los liberales. En un lado se agrupan los adversarios de la cultura de masas. Aludiendo a los medios de masas, señalan que la cultura de masas o cultura popular amenazan la "alta" cultura o cultura del pueblo, que destruyen los valores de la "élite" cultural, que la cultura de masas sustituye la producción artística por lo banal, que desarrolla estereotipos de las tendencias contemporáneas, y que llega a socavar el sentido de la realidad, y en fin, degrada todas las formas del arte. En el lado opuesto del campo de batalla se encuentran los defensores de la cultura de masas o cultura popular y con ello de sus medios de comunicación, los cuales acentúan al propio tiempo los ideales democráticos. En especial, se hace resaltar que los medios siempre cabe que sean intelectualmente virtuosos. Además, se afirma que la democratización de contenidos culturales significa una ventaja, y aun que constituye una de las características más sobresalientes de los medios el ampliar la base de las experiencias culturales, y que, si su influencia no se estima excesivamente, los medios, condicionados a lo social, ofrecen a amplios círculos de la sociedad la posibilidad de liberarse de lo inconsciente.

En relación con estos argumentos, hoy en día tiene especial importancia el problema de las *horas de ocio*. Siempre volvemos a oír el argumento de que aquéllos que disponen de suficiente tiempo libre no lo aprovechan con buen sentido, pues—según la acusación de los críticos de la cultura, maniáticos de la ilustración—el ir al cine, el escuchar discos, el mirar fijamente a la pantalla de la televisión o aun el vagar inactivamente por la casa son ocupaciones sin sentido. Y el hecho de que se haya producido este estado se debe en primer lugar—así concluye casi siempre la argumentación—a los medios de comunicación de masas y sus programas. Esta es una típica estimación exagerada de las funciones de los medios de comunicación de masas y de sus efectos, pues si se consideran con alguna objetividad las relaciones entre los medios y la sociedad, en sus ratos de ocio bien entendido, pueden averiguarse *tres funciones principales* de los medios en cuanto que proceden del concepto de la cultura popular. En primer lugar, *la función del recreo*, en la que se trata de liberar al hombre del cansancio que le causan el trabajo y las obligaciones de la vida

cotidiana. En segundo lugar, la *función de la distracción*, en la que se trata de compensar la *monotonía de la existencia mediante una serie de actividades reales o sólo imaginativas*, a fin de mantener con ello el equilibrio de la personalidad. En tercer lugar, la *función de la conservación*, mediante la cual pueden desarrollarse los elementos intelectuales, morales o artísticos de la personalidad, los cuales constituyen al propio tiempo una *compensación frente a la industrialización con sus signos característicos de una automatización material e inmaterial*.

En la investigación de la comunicación de masas, este concepto funcional de los ámbitos del efecto aún es ampliado si se le aplica a *constelaciones de emociones* diversas, tales como surgen del contenido del medio a través del proceso de comunicación. Este contenido es considerado aquí como estímulo, como excitación o como impulso. En resumen, se distinguen en este aspecto, en primer lugar, excitaciones de índole folklórica, es decir, aquellas que, en el margen de una emoción colectiva, unen a los individuos más estrechamente con sus grupos. En segundo lugar, se habla de excitaciones que estimulan la fantasía o que proporcionan distracción o que unen con grupos o con períodos históricos a que el individuo no pertenece. Aquí se trata, entonces, de una emoción individual. En tercer lugar, conocemos aquellas excitaciones por las que se nos presentan determinadas formas del arte como idea o como relaciones sociales, lo cual conduce a la llamada emoción simbólica. En cuarto lugar, se habla de la emoción del valor moral, que es estimulada por excitaciones por las cuales los contenidos se manifiestan como buenos, decadentes, inspiradores o sensacionalistas, etc. En quinto y último lugar, sabemos de excitaciones, como por ejemplo la música de fondo, mediante las cuales los contenidos no influyen potentemente en ninguno de los sentidos, y aquí se habla de la emoción incidental.

Partiendo de esta clasificación, es posible sistematizar respecto a su orientación las muchas investigaciones sueltas que se dedican al conocimiento de los efectos causados por los medios de masas, ya que éstas están encaminadas a determinar los ámbitos físicos, emocionales o instructivos ("erkenntnisvermittelnd") de los efectos, o bien aquéllos que influyen en el comportamiento. Precisamente en estos días, la doctrina de la comunicación de masas dedica especial atención al estudio del comportamiento, es decir, de las formas de actitud de las personas frente a cada una de las constelaciones de emociones que acabamos de enumerar, ya que con ello se completa la visión de los efectos. En esta relación, se halla en primer plano la cuestión de cómo hemos llegado a ser como somos, pero también la cuestión de por qué nos comportamos de un modo

determinado, y además la de cómo se explican las intenciones del comportamiento que se hallan más allá de los límites de la conciencia. El hecho es que en el campo de las distintas formas de emoción coinciden lo visual con lo auditivo, el individuo con la colectividad, y además el comportamiento actual con el potencial. La doctrina sociológica del "behaviorismo", sus teorías y sus métodos sirven como principio aplicable. Expresado mediante una fórmula concisa, el "behaviorismo" se dedica al estudio de cada uno de los aspectos del comportamiento del individuo en la sociedad y se sirve para ello, entre otras disciplinas, de la psicología social. Se obtiene así la posibilidad de observar cautelosamente lo que sucede; de explicar cómo ello sucede, y de ensayar la predicción de aquéllo que sucederá seguidamente.

Ahora bien, si se inquiera sobre el comportamiento, o sea el comportamiento potencial o el actual de aquéllos que—por seguir con un ejemplo concreto—se dejan influir por una determinada música que les llega a través del cine, la radio o la televisión, es irremediable incluir en la consideración la variabilidad de estos tres medios en lo que se refiere a sus posibilidades de provocar emociones de cualquier índole. Una confrontación de las variabilidades nos muestra a los medios en sus diferenciaciones y, al propio tiempo, los principios de aproximación a modelos de comportamiento diversos, o sea a ámbitos diversos de los efectos. ¿Qué es lo que observamos? En primer lugar vemos que la televisión moviliza la atención en un grado superior que la radio, pues mientras que al escuchar la radio se puede leer, conducir un automóvil o trabajar, en el cine y en la televisión se está absorbido casi totalmente por la contemplación. En segundo lugar, se averigua que el cine y la televisión son concretos, mientras que la radio es abstracta. La consecuencia de ello es que el cine y la televisión movilizan tanto el sentido auditivo como el visual. Convierten al público más en un espectador que en un oyente y por ello conceden al espectador menos espacio que al oyente para dejar libre curso a su imaginación. Mientras que el oyente puede dejar continuamente libre curso a su fuerza imaginativa, el espectador no tiene la posibilidad de experimentar este orden de ilusión. Para él es más difícil pensar en abstracto. En último término ha de señalarse, a modo de ejemplificación, que la deshumanización de la música a través de la radio y también del disco ha sido superada en la cinematografía y en la televisión. Mediante la imagen de la orquesta, de una cantante o de un cupletista, la música es colocada en relación directa con el ser humano, mientras que en la radiodifusión ello sólo sucede indirectamente, o sea, por medio del locutor o comentador.

Ahora bien, de estos signos fundamentales de distinción surgen, respecto a la música así como respecto a otros contenidos, múltiples modelos de comportamiento, tanto de orden individual como de orden colectivo. Naturalmente, el descubrirlos no es prerrogativa exclusiva de la Sociología. Así, la Psicología, la Medicina, la Economía, la Antropología y otras disciplinas científicas se esfuerzan en estudiar al hombre en su comportamiento, para aproximarse así—en provecho de los propios medios—a su comportamiento frente a los distintos contenidos culturales.

La pluralidad de los ámbitos de efectos, que sólo hemos podido esbozar brevemente según sus principios, ha sido la causa de que los métodos de investigación necesarios sólo pudieran desarrollarse lentamente. Aún no se ha hecho ningún ensayo de coordinar las muchas investigaciones de orden empírico que se ocupan de las actitudes, las fijaciones, del disfrute, de la terapia y la moda, de los motivos y las reacciones, de la conformidad, del rechazo o de la crítica, de la dramatización, la desorganización, el grado de atención y otros elementos más. Constituyen el esfuerzo fascinante por el estudio del objeto fascinante llamado el hombre. Aquí sólo pueden esbozarse indirectamente tratando de dar una visión, de ningún modo completa, de los diversos métodos con los que se investiga sobre los medios de masas en lo que se refiere a sus efectos. Como en la Sociología los métodos siempre tienen una determinada orientación, se evidencian por sí mismas las finalidades que con ello se persiguen.

Así, uno de los grupos de investigadores centran su atención, en sus análisis metódicos, en la reforma social, los síntomas de desorganización social como criminalidad juvenil, delincuencia, afectos, conflictos familiares y otras alteraciones sociales. Se trata aquí de determinar y apreciar el *impulso* que determinados contenidos pueden participar, a través de los medios de masas, a determinados grupos de la sociedad. En este aspecto, los medios son considerados frecuentemente como semilleros del desorden social.

Otro grupo de investigadores se dedica al estudio de la *opinión pública*. Estas investigaciones se sirven principalmente de los métodos de investigación de la opinión desarrollados ejemplarmente en Norteamérica. Dichos métodos inquieran más acerca de los efectos momentáneos que los medios de masas ejercen sobre la sociedad, que sobre los contenidos de los programas. Mientras que aquí se analiza principalmente lo que piensan determinados grupos de la sociedad, otro de los métodos inquiera sobre los motivos por los que los grupos piensan tal como lo hacen. Se investigan los orígenes del gusto y de las preferencias del público a fin de poder explicarse la influencia de los medios sobre las masas. Este mé-

todo, que en un principio se basaba esencialmente en las experiencias de la psicología profunda y de la psicología tipológica ("tiefen—und gestalt psychologische Erfahrungen"), se sirve hoy día también de métodos de investigación empíricos para poder aproximarse a una localización de la personalidad y de los motivos de acción de los miembros de grupos.

Un método orientado más hacia el aspecto *experimental-psicológico* ya no considera a los grupos o individuos a investigar como receptores pasivos de las comunicaciones, sino trata de determinar, mediante investigaciones del hombre antes y después de la provocación de la emoción, las reacciones producidas por las excitaciones.

En último término, ha de señalarse que los métodos, que en un principio sólo estaban orientados hacia la determinación del mero número de participantes en una emisión, se han modificado considerablemente. Hoy se ha pasado a investigar asimismo qué especies, capas o grupos de personas escuchan determinados programas, ven determinadas películas o leen determinados productos de la prensa. Por este método se trata de averiguar qué contenido se exige, en qué momento y en qué forma, a fin de llevar a cabo, en consecuencia, las programaciones correspondientes.

Como conclusión de esta exposición de fundamentos señalaremos que existe el interrogante de si todos estos principios de aproximación e investigación se encuentran unidos por un lazo común, y aun si la ciencia entera de la comunicación de masas sirve a una finalidad común o si sólo es expresión y resultado de intereses particulares o de intereses económicos o aún monopolísticos. Espero haber demostrado en el curso de esta *exposición sistematizante* que, a pesar de los numerosos argumentos contrarios, absolutamente válidos, debe predominar la *finalidad común*, pues ésta consiste no sólo en conservar y proporcionar al hombre contenidos culturales, sea como y donde sea, sino también en hacer ver que la confrontación belicosa de la cultura y la técnica constituye una falsa oposición, ya que la técnica no crea los valores de una sociedad, sino sólo les sirve y los materializa.

Hábitos de consumo, relaciones sociales y medio de los adolescentes austríacos

Leopold Rosenmayr

Al sociólogo dedicado al estudio de la juventud se le ofrecen fundamentalmente dos puntos de partida para sus investigaciones: puede describir e intentar explicar las *costumbres* de los adolescentes—desde la duración del sueño y los hábitos de comida y vivienda, trayecto cotidiano hacia la escuela o trabajo, hasta la cantidad de tiempo libre y semejantes—o tomar como objeto las *relaciones sociales* y el *medio* del adolescente.

En este trabajo quisiera ocuparme primeramente—como ejemplo de descripción de costumbres—de los hábitos de consumo y deseos de adquisiciones de los adolescentes y, después, del segundo aspecto, el de las relaciones sociales y el medio. Para ello, por relaciones sociales entre dos personas o varias entendemos un juego de interacciones, que pueden ser diversas según el contenido, fin y grado de firmeza del vínculo; y, por medio, aquellos estímulos, fijaciones y limitaciones producidos mediante modos de comportamiento humano, realidades económicas o culturales.

Los datos que ofrezco como ilustración proceden de investigaciones realizadas durante los últimos años en mi instituto por encargo del *Österreichisches Institut für Jugendkunde*. El material fundamental para estas conclusiones procede de los datos ofrecidos oralmente y por escrito por aprendices y alumnos de Bachillerato de quince a diecisiete años, de Viena y la Baja Austria, y comprende alrededor de 2.500 casos, incluyendo los *pre-tests* y las encuestas suplementarias (1).

(1) Vid. más detalles de estas investigaciones en: L. ROSENMAYR: *Familienbeziehungen und Freizeitgewohnheiten jugendlicher Arbeiter*, Wien 1963, así como los informes: *Jugend in Wirtschaft und Gesellschaft, eine Untersuchung an Lehrlingen und Mittelschülern in Österreich, durchgeführt von der Sozialwissenschaftlichen Forschungsstelle der Universität Wien, im Auftrage des Österreichischen Instituts für Jugendkunde (mimeographiert)*, Band I: *Soziale Gegebenheiten, Ausbildungswege und kulturelles Verhalten*, Wien 1962; Band II: *Lebensziele in der Pubertät*, Wien 1963; Band III: *Konsumgewohnheiten, Besitzstücke und Spargewohnheiten*, Wien 1963; el tomo I de este informe aparecerá próximamente ampliado en libro: L. ROSENMAYR, E. KÖCKEIS und H. KREUTZ: *Kulturelle Interessen von Jugendlichen*, Wien und München, 1966.

La encuesta fundamental fue limitada a 2.000 casos aproximadamente. De todos modos, no siempre se tratará el conjunto de estos 2.000 casos en el curso de mi exposición, sino que también se formarán *subgrupos* de ellos—según la edad o localidad de los entrevistados por ejemplo—y serán confrontados, como es habitual en los métodos de la sociología empírica.

1. Hábitos de consumo de los adolescentes austríacos

Primeramente trataremos el presupuesto de gastos. En el cuadro siguiente podemos ver en qué grado participan los diversos capítulos de gastos de los gastos generales de los adolescentes. Para no hacer la exposición demasiado confusa indicamos solamente—según el orden de frecuencia entre los aprendices—los cinco capítulos más importantes.

CUADRO 1
LOS CAPITULOS DE GASTOS MAS IMPORTANTES:

	<i>Proporción de los gastos generales correspondientes a los diversos capítulos</i>	
	<i>Aprendices</i> %	<i>Escolares</i> %
Cine	17	15
Transportes	13	8
Adquisiciones*	10	7
Hobby	8	14
Cigarrillos	7	4
Otros capítulos no especificados aquí**	45	52
	100%	100%
	(N = 200)	(N = 200)

(*) No se especifica aquí el tipo de adquisiciones; se tratan, en su mayoría, de bienes duraderos de consumo, en particular, vestido.

(**) Ninguno de los capítulos reunidos aquí alcanza una proporción de un 6%, a excepción de la práctica de deportes y del teatro, que representan entre los escolares, respectivamente, un 12 y un 9%.

Pero si hablamos de gastos tenemos que representarnos al mismo tiempo de cuánto dinero disponen los adolescentes y de dónde procede. Por dinero del que disponen no entendemos las cantidades colocadas en sus cuentas de ahorro, sino el que pueden gastar periódicamente según su propia estimación.

En virtud de nuestras investigaciones sabemos que se distinguen en gran medida las cantidades de las que disponen mensualmente los aprendices

por una parte, y por otra, los escolares. De investigaciones realizadas en 1961 obtenemos los datos siguientes:

Los ingresos de los aprendices no consisten sólo, muchas veces, en la retribución de aprendizaje (durante el primer año, 70 chelines semanales aproximadamente) (2), sino que se complementan a menudo con los suplementos de empresa, propinas o trabajos ocasionales. La mitad de los entrevistados, aproximadamente, entrega una parte de ellos a sus padres. Restando el coste de la manutención obtenemos la "cantidad disponible", referida a una unidad de tiempo determinada. Pero esa "cantidad para la manutención", con frecuencia, no se emplea en los propios gastos familiares, sino que se reserva para compras de los adolescentes; ocasionalmente, se le devuelve también a los adolescentes en forma de regalos en metálico por buenos servicios o ayudas en el hogar. Es muy difícil de comprender este desembolso de los padres en favor de los adolescentes; pero no nos ocupa aquí directamente, puesto que tratamos el empleo, relativamente libre, de las cantidades disponibles en efectivo para los adolescentes.

Casi todos los escolares reciben de sus padres regularmente una asignación, y muchos de ellos, además, otros donativos ocasionales. Pero una tercera parte de los de quince años, y más de la mitad de los de diecisiete años, ganan también por sí mismos pequeñas cantidades, sobre todo, por trabajo durante las vacaciones y por clases particulares. Finalmente, para los adolescentes estudiados, resulta el siguiente cuadro de cantidades disponibles a la semana:

CUADRO 2

CANTIDADES DE QUE DISPONEN POR TERMINO MEDIO LOS APRENDICES Y ESCOLARES SEMANALMENTE

		<i>Chelines</i>
Aprendices de quince años:		
sin ingresos adicionales	(apr. 1/2)	60.—
con ingresos adicionales	(apr. 1/2)	85.—
Aprendices de diecisiete años:	De 120.— a 130.— *	
Escolares de quince años:		
sin ingresos propios	(apr. 3/4)	22.—
con ingresos propios	(apr. 1/4)	40.—
Escolares de diecisiete años:		
sin ingresos propios	(apr. 1/2)	28.—
con ingresos propios	(apr. 1/2)	52.—

* Estimación, pues no han sido hallados todos los componentes.

(2) Estos datos y los siguientes se refieren por una parte a aprendices de mecánico y carpintero y, por otra parte, a alumnos del Bachillerato general, en Viena, 1961.

Con todo lo que decimos sobre los hábitos de consumo y las adquisiciones de los adolescentes hemos de considerar que nos encontramos—desde el punto de vista económico—con *unidades de consumo sólo en parte independientes*. Es decir, que estos jóvenes contribuyen sólo a una parte del coste de su manutención—por ej., por lo que concierne a su alimentación y a la vivienda—, de modo que sus gastos pueden concentrarse sobre determinados campos. Así, pues, no se debe comparar sin más—aunque sucede con frecuencia, desgraciadamente—el consumo de los adultos con el consumo de los adolescentes, porque muchas de las compras para éstos son hechas por aquéllos y, en consecuencia, *el presupuesto de los adolescentes ofrece de antemano un carácter más tendente al esparcimiento*.

Comparamos los aprendices con los escolares (3): en ambos grupos, las cantidades mayores, sobre los demás sectores particulares de gastos, son las empleadas en el cine. En segundo lugar encontramos, entre los aprendices, los gastos de transporte y, en tercer lugar, las compras, principalmente, de vestido. Entre los escolares tenemos en segundo lugar el hobby y, en tercero, en una proporción de un 12 por 100, la práctica de deportes, que ya no aparece en nuestro cuadro, ordenado según las proporciones de los gastos totales de los aprendices. *Los gastos en juegos de azar, máquinas de juego y máquinas tocadiscos, discutidos con frecuencia son bajos, porque, si se realizan, están concentrados, con relativa densidad, sobre pocos casos, ostentosos en ciertas circunstancias, pero que sólo desempeñan un papel relativamente escaso en el campo general de observación del comportamiento juvenil*.

2. Objetos poseídos y deseos de adquisiciones

El cuadro 3 muestra qué objetos poseen los aprendices y los escolares, ordenados según la frecuencia con la que han podido ser encontrados entre 200 aprendices y 200 escolares vieneses de quince años:

Mientras que los *aprendices*, como hemos podido reconocer más arriba, *disponen con relativa libertad de más dinero* que los escolares, *poseen estos en mayor medida, sin embargo, aquellos objetos* deseados generalmente por los adolescentes. Entre los escolares vieneses de quince años, el 80 por 100 tenían equipo propio de esquí; el 75 por 100 una máquina fotográfica y, el 20 por 100 un magnetófono; entre los aprendices, las proporciones correspondientes eran sólo de un 50 por 100, 53 por 100 y 13 por 100.

(3) Vid. cuadro núm. 1, en la página 88.

CUADRO 3

OBJETOS POSEIDOS POR LOS ADOLESCENTES VIENESES DE QUINCE AÑOS

Entre una lista de 22 objetos, más de una quinta parte de los consultados poseía*:

<i>Aprendices</i>		<i>Escolares</i>	
1. Máquina fotográfica	53%	Equipo de esquí	80%
2. Equipo de esquí	50%	Máquina fotográfica	75%
3. Traje negro	44%	Traje negro	53%
4. Collar-medalla	43%	Discos	47%
5. Discos	42%	Aletas de natación	47%
6. Aletas de natación	38%	Transistor	40%
7. Transistor	38%	Máquina de escribir	33%
8. Botas de fútbol	35%	Aparato de flash	32%
9. Chaqueta de cuero	25%	Alfiler de corbata	22%
10. Alfiler de corbata	21%	Magnetófono	20%
11. Aparato de flash	20%	(Collar-medalla)	19%
12. Anillo con sello	20%	(Anillo con sello)	17%

(*) Otras divisiones más detalladas, según la actividad, circunstancias familiares, diferencias entre ciudad y campo, etc., se encuentran a disposición en el Sozialwissenschaftliche Forschungsstelle.

Así que nos podemos preguntar: *¿hay objetos poseídos típicamente por los escolares y objetos poseídos típicamente por los aprendices?* He aquí la respuesta: *hay un consumo específico en varios grupos sociales, u objetos de posesión específica.* Hablamos de grupos sociales porque el origen social de los escolares es muy distinto del de los aprendices. Estos, en su gran mayoría, son hijos de obreros o pequeños auxiliares, mientras que los escolares proceden de las clases media y alta. *Los padres de los escolares, en la gran mayoría de los casos, tienen una instrucción superior, ingresos más elevados y una cualificación social profesional mayor* que los padres de los aprendices (4).

En virtud de investigaciones internacionales, y no sólo austríacas, esta comprobación habrá de ser *contrapuesta a la teoría de la llamada nivelación completa de la sociedad industrial.* Es cierto que se ha hecho desaparecer un tipo determinado de limitaciones de clases, de discriminaciones jurídicas y otras. Pero seguimos encontrando señaladas diferencias por características que podemos calificar de clase; diferencias que se manifiestan también en el tipo de adquisiciones y en la frecuencia con que hallamos ciertos ob-

(4) Sobre el concepto de clase social, vid.: L. ROSENMAYR: *Soziale Schichtung, Bildungsweg und Bildungsziel im Jugendalter*, *Kölnel Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie*, Sonderheft 5/1961, pp. 268-283; L. ROSENMAYR: *Familienbeziehungen und Freizeitgewohnheiten jugendlicher Arbeiter*, *op. cit.*, p. 53 ss.; L. ROSENMAYR, E. KÖCKEIS und H. KREUTZ: *Kulturelle Interessen von Jugendlichen op. cit.*, p. 41 ss.

jetos, como nos ha mostrado el cuadro anterior, entresacado sólo como ejemplo. Hemos podido avanzar un paso más en nuestras investigaciones y averiguando no sólo si los adolescentes *poseen* ciertos objetos, sino también cuáles de estos objetos *desean* o de cuáles suponen que son deseables para “muchachos de su edad”. A este respecto, hemos podido comprobar también exactamente en muchas divisiones particulares, que hay, desde luego, ciertos *deseos específicamente juveniles*—sobre todo, de instrumentos técnicos relativamente automáticos, como máquina fotográfica, transistor, tocadiscos de pilas o magnetófono—, pero también que *estos deseos están diversificados según la clase a la que se pertenece*. El concepto de una generación de adolescentes que tiene ya, en cierto modo, *como generación*, una *configuración* determinada, según lo ha afirmado Flélmüt SCHELSKY (5), es una *simplificación* muy atrevida.

Así, pues, respecto de los *deseos* de adquisición de objetos, existe también, una diferenciación según diversas características sociales, aunque hay objetos “actuales”, deseados casi generalmente por los adolescentes. El cuadro siguiente muestra la frecuencia de deseos de objetos determinados entre los aprendices y los escolares:

CUADRO 4

LOS DESEOS DE ADQUISICIONES DE APRENDICES Y ESCOLARES

De la misma lista de 22 objetos*, eran deseados los siguientes por más de una quinta parte de los entrevistados que no los poseen todavía:

<i>Aprendices</i>		<i>Escolares</i>	
1. Magnetófono	64%	Magnetófono	77%
2. Equipo de camping	54%	Máquina fotográfica	68%
3. Motocicleta	53%	Traje negro	45%
4. Máquina fotográfica	42%	Equipo de camping	43%
5. Traje negro	40%	Transistor	42%
6. Transistor	39%	Aparato de flash	40%
7. Discos	36%	Aletas de natación	36%
8. Aletas de natación	36%	Equipo de esquí	33%
9. Aparato de flash	32%	Discos	33%
10. Equipo de esquí	31%	Máquina de escribir	32%
11. Botas de fútbol	29%	Motocicleta	22%
12. Guantes de boxeo	22%	Tocadiscos con pilas	20%
13. Anillo de sello	21%	(Botas de fútbol)	17%

(*) Vid. el cuadro 3, página 91.

(5) H. SCHELSKY: *Die skeptische Generation*. Eine Soziologie der deutschen Jugend, 2. Auflage, Düsseldorf-Köln 1963 (1.ª edición, 1957).

Metodológicamente, hay que decir de esta lista de deseos que la hemos compuesto de los deseos de todos aquellos que *no tienen* el objeto correspondiente; por tanto, no se indica en el cuadro los porcentajes de los poseedores, ya que varían de una categoría a otra de objetos. En primer lugar encontramos en ambos grupos el *magnetófono*. Entre los aprendices, el *equipo de camping* desempeña un papel algo más importante que entre los escolares; en cambio, es muy grande el deseo de una *máquina fotográfica* entre todos los escolares que no tienen una todavía. *La motocicleta es deseada por los aprendices con una frecuencia esencialmente mayor* que por los escolares, así como las *botas de fútbol*. El *aparato de flash* desempeña un papel más importante entre los escolares, pero es deseado también por los aprendices. En el deseo de este accesorio de la máquina fotográfica, tan deseada, puede ser también de importancia la aspiración a completar lo que se tiene en principio, un comportamiento que podría estar unido con el típico afán de coleccionar de los adolescentes. El deseo de la *máquina de escribir* por los escolares no carece de interés. Si, por ejemplo, emprendiese yo una investigación sobre los *bienes duraderos de consumo* especialmente deseados en la actualidad, estudiaría entonces con toda seguridad por qué es deseada la máquina de escribir y qué importancia tiene para los adolescentes.

En nuestras investigaciones, nos hemos formulado la pregunta de si los adolescentes poseedores de ciertos objetos se distinguen también por las mismas características de comportamiento, por ejemplo, en el ámbito del tiempo libre. Para ello hemos entresacado unos objetos considerados por más de un observador casi como "uniforme" de adolescentes en maduración: chaquetas de cuero y pantalones vaqueros.

Nuestra hipótesis era: se da demasiada importancia al "tipo de chaqueta de cuero" en la publicística y en la literatura popular; no ha de significar mucho en un muchacho que lleve chaqueta de cuero o no. Pero los resultados nos han convencido de lo contrario en una serie de aspectos: nuestro material del año 1961, por lo menos—la fecha de la investigación quizá no sea insignificante—, arrojó posibilidades de división, plenas de sentido, según la posesión de ambas prendas, chaqueta de cuero y pantalones vaqueros. Y, desde luego, las diferencias entre los poseedores de ambos objetos y el grupo de control que no posee estas prendas son particularmente claras entre los muchachos de quince años: los del "grupo de chaqueta de cuero" beben más; tienen, en mayor proporción, relaciones estables con una chica y es mayor entre ellos la frecuencia con que salen de casa y contravienen las prohibiciones paternas; la emancipación de los padres parece realizarse antes entre ellos, y demostrativa-

mente. Estas características comunes de comportamiento muestran que se forma cierto tipo, no dominante y, sin embargo, destacado en el conjunto de la juventud, y cuya existencia hemos podido comprobar en virtud de tales intentos de división según los objetos poseídos.

3. Las relaciones sociales de diversos grupos sociales de adolescentes

El ejemplo anterior de un pequeño grupo, caracterizado por la posesión de ciertos objetos, nos muestra ya que ciertas ideas sobre el comportamiento social durante la pubertad, como la de la emancipación de los padres, no pueden ser mantenidas en general para el común de "los adolescentes". El tipo y la amplitud de la emancipación no solo son distintos en distintos grupos sociales de adolescentes; aun dentro del mismo grupo social, el proceso de emancipación se realiza con distinta intensidad en los distintos ámbitos.

Los fenómenos de emancipación de la pubertad, gracias a su relieve se colocan en el centro de interés de una sicología orientada predominantemente hacia el comportamiento, y que entonces, partiendo de tales observaciones, llega a considerar la pubertad exclusivamente en este aspecto. También salta a la vista la creciente socialización de los adolescentes en relaciones extrafamiliares con miembros de uno y otro sexo, de modo que la tesis de la emancipación es mantenida por la literatura científica con cierta naturalidad. Si, por el contrario, intentamos nosotros obtener resultados a nuestro material, comprobamos que la "emancipación" de la pubertad no se realiza equilibradamente, en ningún caso, en todos los ámbitos de las relaciones familiares internas. El tiempo libre que pasan juntos padres e hijos es, de todos modos, escaso. Así, por ejemplo, el 83% de los jóvenes obreros consultados indicaron personas de la misma edad como compañeros en las ocupaciones de tiempo libre elegidas con más frecuencia (asistencia al cine, baño veraniego, a locales públicos) (6). Los miembros de la familia desempeñan un papel como compañeros durante el tiempo libre en el sentido expuesto arriba solo para el 17% restante. Así, pues, encontramos confirmada, respecto del tiempo libre, aquella emancipación que se afirma en general.

Obtenemos un cuadro diferente, sin embargo, si estudiamos las relaciones con los padres en otro ámbito más profundo y, examinamos me-

(6) L. ROSENMAYR, *Familienbeziehungen und Freizeitgewohnheiten jugendlicher Arbeiter*, op. cit., p. 314 ss.

diante preguntas proyectivas, *tests* de finalización de frase y una serie de otros medios auxiliares a disposición del sociólogo, las vivencias y expresiones de familiaridad, de lazos sentimentales entre padres e hijos. Vemos entonces que los padres, desde luego, en el ámbito del tiempo libre, son sustituidos en parte considerable por compañeros de la misma edad, del mismo o del otro sexo, pero a este comportamiento *de ningún modo corresponde una emancipación respecto de los lazos emocionales profundos*. Quisiera destacar especialmente esta unión permanente de los adolescentes a los padres, revelada con gran claridad en las respuestas a preguntas directas de nuestro cuestionario, porque, en otros campos de investigación científica de la sociología muy diferentes, podemos comprobar también, cada vez en mayor medida, la constancia de lazos profundos a través de largas fases de la vida. Partiendo de la gerontología sociológica también se puede plantear la misma cuestión y demostrar cómo pueden ser activados y reactivados en edad madura aquellos elementos vinculantes, tanto entre los padres ancianos como entre los hijos adultos. A pesar de la ambivalencia inherente a estos lazos, hemos de incluir también su continuidad en una consideración del segundo decenio de vida y no lo podemos sacrificar a un concepto general de emancipación.

Pero ahora nos ocuparemos más concretamente con la cuestión de qué factores sociales pueden influir en cierta medida sobre las relaciones y las costumbres de los adolescentes. En las costumbres del tiempo libre, por ejemplo, se muestran diferencias por el *origen social*, caracterizado ya en grueso mediante el distinto curso de instrucción de los dos grupos que hemos consultado. Entre los aprendices, los amigos de la misma edad desempeñan un papel más importante, como compañeros de esparcimiento, que entre los escolares: la mitad de los aprendices, pero solo un tercio de los escolares, sale tres veces a la semana, y más, con sus amigos; solo una quinta parte de los aprendices, pero más de un tercio de los escolares, no va a la cervecería, que es uno de los puntos más estimados de reunión con los amigos.

Además, al salir, los aprendices muestran con más frecuencia que los escolares ciertos modos de comportamiento específicos. Así, por ejemplo, con la pregunta de si los adolescentes utilizan las máquinas-tocadiscos en los locales públicos (cervecería, café, cafetería), obtuvimos los siguientes resultados:

CUADRO 5

LA IMPORTANCIA DE LA MAQUINA-TOCADISCOS PARA LOS ADOLESCENTES

<i>Frecuencia de utilización de la máquina-tocadiscos</i>	<i>Aprendices %</i>	<i>Escolares %</i>
Frecuentemente	16	6
Ocasionalmente	54	41
Nunca	30	53
	100%	100%
	(800)	(515/382)

Solo el 47% de los escolares indicaron utilizar la máquina-tocadiscos, frente a un 70% de los aprendices; el número de los muchachos que utilizan este aparato con frecuencia es también mayor entre los aprendices que entre los escolares. Igualmente encontramos diferencias por lo que respecta a la bebida. Cuando salen, consumen cervezas, vino o licores, el 50% de los aprendices de quince años, pero solo el 37% de los escolares de la misma edad; el 77% de los aprendices de diecisiete años, y solo el 57% de los escolares de la misma edad (7).

Todos estos modos de comportamiento son de los que podemos ver, sobre todo, en compañía con personas de la misma edad. Así, pues, desde este lado vemos una diferenciación de comportamiento juvenil a la que han de corresponder probablemente actitudes y valoraciones diferentes. Desde el punto de vista del sociólogo, me parece importante señalar estas diferenciaciones—aquí, según el origen social—. Precisamente a partir de la diferenciación socio-estructural se puede reconocer que podemos hacer estimaciones globales de edades como “generación”, o solo en determinados respectos y, en este caso, certera y prudentemente.

No tan inequívocas son las diferencias entre los aprendices y escolares por lo que respecta a las relaciones con las chicas. Mientras que los aprendices indican con más frecuencia que los escolares “relaciones ocasionales con chicas”, no hay diferencia alguna entre ambos grupos en cuanto a “relación estable con una chica”. El que los jóvenes obreros pasan con más frecuencia que los escolares su tiempo libre fuera de casa queda claro en conexión con la relación con una chica: los aprendices van tres veces más que los escolares con una chica a un local público, en

(7) *Jugend in Wirtschaft und Gesellschaft*, Bd. III, *Konsumgewohnheiten*, op. cit., p. A74.

lo que se refleja la mayor independencia de los escolares respecto del dinero que disponen y pesan también diversas formas de controles paternos.

4. Diferencias del medio de los aprendices y de los escolares

Estos datos pueden bastar para señalar que nos encontramos en nuestra sociedad con un *escalonamiento socio-cultural* que podemos demostrar—frente a las tesis rápidamente formuladas, de una nivelación social—a partir de los datos empíricos (8). Hablo de un escalonamiento socio-cultural porque la asimilación de valores educativos y culturales también ofrece grandes diferencias según los dos grupos de aprendices y escolares.

Citaré algunos resultados, entresacados y salteados para esta exposición resumida:

CUADRO 6

LAS REVISTAS LEIDAS CON MAYOR FRECUENCIA

Porcentajes de los adolescentes que indicaron leer las revistas especiales

	<i>Aprendices</i> %	<i>Escolares</i> %
"Bravo"	53%	28%
"Funk und Film"	25%	15%
"Micky Maus"	24%	9%
"Quick"	13%	18%
"Das Beste"	—	29%
"Hobby"	6%	17%

La revista ilustrada de los "teenager", "Bravo", que informa principalmente sobre actores de cine y cantantes de moda, y que ha sido duramente criticada repetidas veces por parte de pedagogos austríacos, era leída por el 53% de los aprendices, pero solo por el 28% de los escolares. La revista "Hobby", de divulgación técnica y científica, confeccionada atractivamente y que nos parece la más adecuada para adolescentes

(8) Sobre el comportamiento cultural, vid.: L. ROSENMAYR, E. KÖCKEIS und H. KREUTZ: *Kulturelle Interessen von Jugendlichen*, op. cit., p. XXXI.

de las citadas aquí, la leían solo el 6% de los aprendices, pero al menos, el 17% de los escolares. Otro resultado señala en la misma dirección: solo el 12% de los jóvenes obreros indicaron leer la parte cultural de un periódico, mientras que éste era el caso, al menos un 34% de los escolares.

Las confrontaciones, por ejemplo, de los hábitos de lectura, que toman en cuenta las incidencias de *la evolución entre los quince y los diecisiete años de edad*, nos muestran mucho más que estas comparaciones estadísticas. Entre los escolares se puede comprobar una maduración desde los quince hasta los diecisiete años, que se manifiesta tanto en una elección más frecuente de libros para adultos (y ya no para jóvenes) como en un aumento de la preferencia por libros de alta calidad literaria. Lo mismo corresponde al gusto para el cine. En el joven obrero no parece producirse esta evolución en el sentido de una maduración del gusto. El estancamiento que podemos observar entre los aprendices nos hace recordar una tesis expuesta hace ya aproximadamente treinta años por Siegfried BERNFELD, por un lado, y Paul F. LAZARFELD, por otro: que, entre los adolescentes de clases bajas, nos encontramos con una "*pubertad abreviada*" y, entre los de las clases media y alta, con una llamada "*pubertad dilatada*" (9). Estos últimos tienen, bajo la influencia cultural de la familia de origen y de la escuela, oportunidades muy diferentes de evolución y educación—y con ello, también oportunidades para el desarrollo de la personalidad—a las de los jóvenes obreros, que entran tan temprano en el medio profesional.

El acceso a este problema lo hemos encontrado, por ejemplo, desde el fenómeno, tan característico de la pubertad, del aburrimiento: los escolares parecen tener más bien la posibilidad, mediante la ocupación con tareas concretas o con material de chapuzas u otros, de salir por sí mismos del aburrimiento, mientras que los aprendices encuentran más frecuentemente en compañía con otras personas protección eficaz contra el aburrimiento.

La actividad individual durante el tiempo libre se perfila mucho más claramente entre los escolares que entre los jóvenes obreros. El correlato de este resultado es una determinación menor de las actividades de tiempo libre por los amigos entre los escolares; pues la ocupación deportiva, que predomina con tanta fuerza entre los aprendices, se practica también, sobre todo, en compañía de personas de la misma edad.

(9) Vid. L. ROSENMAYR: *Geschichte der Jugendforschung in Österreich 1914-1931*, Wien 1962, p. 39 ss. y p. 77 ss.

CUADRO 7

¿QUE HACE USTED PARA NO ABURRIRSE?

	<i>Aprendices</i>	<i>Escolares</i>
	%	%
Leer	43	44
Practicar deportes	20	10
Chapuzas y ocupaciones activas en casa	10	21
Oír la radio, ver la TV y otras ocupaciones re- ceptivas en casa	4	2
Ir al cine	5	5
Ir a ver a los amigos, o a la amiga, o al club ...	7	5
Ocupaciones con miembros de la familia (jugar, charlar, etc.)	5	1
Otras	2	4
Sin respuesta	4	8
	100%	100%
	(200)	(200)

5. Comportamiento específico de medio y de fase

Estas diferencias del medio nos llevan a consideraciones sobre hasta qué punto se puede hablar de *modos de comportamiento específicos de fase en la juventud* y cómo se ofrecen éstos a la vista del sociólogo. Así, Helmut SCHELSKY ha abierto una discusión con la comprobación de que tanto el mundo laboral y social como las intenciones de la misma juventud, impulsan a suprimir un espacio independiente para la vida juvenil y a integrar a los jóvenes lo más rápida y completamente posible como miembros iguales de la sociedad (10). El opina que esto corresponde a la sociedad de clase media, ya “casi completamente” nivelada—tampoco puedo aceptar esta tesis, como he expuesto anteriormente mediante los ejemplos del escalonamiento social también en la juventud—, en la que ya no hay diferencias originarias de comportamiento, de modo que, el joven adulto reemplaza cada vez más al adolescente que vive en una cultura juvenil. Andreas FLITNER, profesor de Pedagogía de Tubinga, ha destacado contra ello, en un escrito notable (11) que, desde luego, el deseo del adolescente de llegar a adulto existe en absoluto—y esto no es en modo alguno nada nuevo en la sicología y sociología de la juventud—,

(10) H. SCHELSKY: *Die skeptische Generation*, op. cit.

(11) A. FLITNER: *Soziologische Jugendforschung — Darstellung und Kritik aus soziologischer Sicht*, Heidelberg 1963.

pero que por este deseo de igualarse a los adultos no debemos pasar por alto otro hecho igualmente indiscutible: el adolescente no solo se desprende de las seguridades de la edad infantil; sino que ni se ajusta a las formas habituales de comportamiento de los adultos ni se introduce en ellas. Precisamente a ello, opina FLITNER (12), se deben la disonancia, el carácter de transición y también la productividad y abertura de esta edad. De las tensiones que aquí existen obtiene Flitner la consecuencia de que una *integración rápida y completa de los adolescentes en el mundo de los adultos* no es comprobable por hechos (con las limitaciones que se ha de establecer para ciertos modos de comportamiento—pero solo especialmente para esos—) *ni puede ser calificada como pedagógicamente deseable*.

No podemos informar aquí detalladamente sobre las particularidades del comportamiento típico de fase, pero quisiera mencionar tres elementos que justifican la suposición de que entre los adolescentes existen también modos típicos de comportamiento de fase, como nos los ha mostrado la psicología evolutiva en el caso del niño, y no deberían ser pasados por alto en las incidencias del crecimiento hacia el mundo de los adultos. Así, las *colecciones* (de muchos objetos, p. ej., de sellos y, menos, de fotos de actores de cine) desempeñan un papel importante, en el que vemos un modo de comportamiento proveniente del juego infantil, pero referido más intensamente a la sociedad, y caracterizado esencialmente por la competición y respecto del número y calidad de las piezas reunidas. Otro modo de comportamiento específicamente juvenil, la *práctica y ejercicio de diversos tipos de deporte*, desempeña un papel que no habíamos esperado, dominando en Viena y en la Baja Austria la natación y, todavía, a pesar de más de una afirmación en contrario, el fútbol. Los grados de ejercicio varían, desde luego, considerablemente; pero, al menos, salta aquí a la vista, frente a la mera “práctica de deportes”, cierto “*compararse con los demás*” o el medir la marca conseguida con propias marcas anteriores, lo que, al fin y al cabo, también tiene referencias sociales. En relación con esto encontramos también la posesión de los llamados “*gadgets*”, de objetos que en cierto modo pueden ser automáticos (como magnetófono, transistor, máquina fotográfica y aparato de flash) y que, como hemos visto, desempeñan un papel importante (13) entre los objetos poseídos y deseados por los adolescentes. Estos objetos tienen, por un lado, carácter de distintivo; por otro, valor de colección; y algu-

(12) A. FLITNER: *Soziologische Jugendforschung*, op. cit., p. 81 s.

(13) *Jugend in Wirtschaft und Gesellschaft*, Bd. III: *Konsumgewohnheiten*, op. cit., p. B1 ss.

nos de ellos, como la máquina fotográfica, al fin y al cabo, sirven también para la producción, es por otra parte, como nos ha mostrado Siegfried BERNFELD (14), uno de los deseos específicos de los adolescentes. De diversas investigaciones sobre el tiempo libre de los comprendidos entre los veinte y los cuarenta años de edad hemos obtenido la certeza de que *ni el coleccionar ni el practicar deportes desempeñan posteriormente un papel tan importante* como entre los diez y veinte años. Algo semejante ocurre con un ámbito de intereses muy pronunciado entre los adolescentes: el del cine. En contraposición a los pronósticos pesimistas de los críticos de la cultura, que hablan de un influjo creciente del mundo de la imagen, sobre todo, por medio del cine, se comprueba que *la asistencia regular y frecuente al cine es un fenómeno juvenil específico* de los comprendidos entre los diez y los veinte años. Las investigaciones de Martin KEILHACKER (15) en la República Federal Alemana, de Mark ABRAMS (16) en Inglaterra, y muchos otros datos (17), muestran la disminución del interés y de la asistencia al cine a partir de los veinte años. Hemos llegado a la conclusión de que el cine no es solo para los adolescentes un entretenimiento visual—que, en gran parte, podrían también ofrecer el televisor en casa—, sino también, al mismo tiempo, *una de las ocupaciones de tiempo libre fuera del círculo familiar* más fácilmente asequibles, por medio de la cual los adolescentes pueden manifestar su independencia y suelta de los padres, un lugar de contactos sociales específicamente juveniles. Así, pues, de la elevada frecuencia de asistencia al cine de los consultados por nosotros—el 76% de los aprendices y el 47% de los escolares van al cine por lo menos una vez a la semana—no se puede sacar consecuencias sobre el interés por el cine de la población adulta. Por otra parte, en virtud de la importancia social para los adolescentes, expuesta anteriormente, no es de suponer que la extensión de la televisión lleve a un descenso de la frecuencia de asistencia de los adolescentes tan dramáticos como el que ha producido efectivamente entre la población adulta (18).

Así, pues, con el ejemplo de algunos modos de comportamiento espe-

(14) S. BERNFELD: *Über eine typische Form der männlichen Pubertät*, en Imago IX (1923), Heft 2; vid. también L. ROSENMAYR: *Geschichte der Jugendforschung in Österreich*, Wien 1962, p. 26 ss.

(15) M. KEILHACKER: *Die Filmeinflüsse bei Kinder und Jugendlichen und die Problematik ihrer Feststellung*, en: *Der Film als Beeinflussungsmittel*, Vorträge u. Berichte der 2. Jahrestagung der Deutschen Gesellschaft für Filmwissenschaft, 1955.

(16) M. ABRAMS: *The Teenage Consumer*, London 1959.

(17) *Jugend in Wirtschaft und Gesellschaft*, Bd. I: *Soziale Gegebenheiten, Ausbildungswege und kulturellen Verhalten*, op. cit., p. K148 ss.

(18) L. ROSENMAYR, E. KÖCKEIS und H. KREUTZ: *Kulturelle Interessen von Jugendlichen*, op. cit., p. 171 ss.

cíficamente juveniles—los hábitos de coleccionar, la competición, que también se manifiesta en el ejercicio de los deportes, y la elevada frecuencia de asistencia al cine—quisiera también prevenir contra la suposición de una identidad entre el mundo de los adolescentes y el de los adultos. Ciertamente existe la tendencia a esa evolución; sin embargo, en virtud de nuestros resultados, me parece tan inexacto como peligroso el generalizar esta tendencia evolutiva y el negar la posibilidad pedagógica de *mantener una moratoria para la juventud*. Ni partiendo de los datos empíricos ni de los objetivos pedagógicos se puede hablar de tal nivelación.

Después de haber expuesto algunas diversidades socio-culturales del curso de la pubertad y haber señalado por otra parte la especificidad de la fase juvenil, quisiera añadir finalmente algunas sugerencias para medidas prácticas. La emancipación de los padres durante el tiempo libre nos indican la necesidad de una *educación social* que habría de llevar a cabo tareas no menos importantes que la educación sexual, impuesta cada vez más desde el primer tercio de nuestro siglo. Pienso en la conformación y dirección del encuentro con compañeros de la misma edad y del mismo o del otro sexo y en la *creación y perfeccionamiento de instituciones en este campo*, que tengan en cuenta también educacionalmente la emancipación de los adolescentes de los padres durante el tiempo libre. Por lo que respecta a los lazos profundos con los padres, creo que también es importante para éstos permanecer o hacerse conscientes de la existencia y *continuidad de estos lazos* de los hijos con los padres (entre los jóvenes obreros, sobre todo, con la madre), a pesar de la manifiesta emancipación (19). Así podrán tener en cuenta pedagógicamente y obtener fruto de estos sentimientos de unión y lazos emocionales dentro también de la familia. Por último, no debemos pasar por alto que, a pesar de varios objetos niveladores de la civilización (desde artículos de vestido y moda hasta revistas y “comics”, que se compran igualmente en Italia, Francia, Inglaterra, Alemania y Austria), existen *grandes diferencias entre grupos de adolescentes*, tanto según el medio económico y cultural de la familia de origen como según el curso de instrucción. Estas diversidades existen sobre todo en el ámbito de los valores. Así, por ejemplo, hemos podido encontrar desde luego, entre la ciudad y el campo una nivelación en una serie completa de formas de comportamiento, mientras que los resultados obtenidos sobre las prácticas religiosas (no solo por la frecuencia de asistencia a Misa, sino también por una serie completa de otras prácticas y actitudes religiosas) arrojaron muy fuertes conexiones entre tipo y tamaño de las

(19) L. ROSENMAYR, *Familienbeziehungen und Freizeitgewohnheiten jugendlicher Arbeiter*, op. cit., p. 174.

localidades y actitudes de los padres. Por lo tanto, tampoco debemos sobreestimar el campo de nivelación y compenetración con los objetos de la civilización. Es precisamente la *influencia personal* la que se presenta a la sociología moderna, independientemente de la sociología juvenil, con el concepto de "personal influence" y del grupo de referencia, como un factor considerable que nos llama la atención también respecto de la propaganda—de la política a la del consumo—sobre la mediación a través de fuerzas personales, sobre la difusión y apoyo de ideas y opiniones a través del amigo y de diversos tipos de personas de referencia (20).

Por lo tanto, no tenemos ningún motivo, en modo alguno, para recoger velas pesimistamente ante las tesis generalizadoras que se nos ofrece a veces en la publicística, sino que podemos dar una oportunidad a las medidas educativas a través de los grupos menores, de instituciones y organizaciones y al aprovechamiento de estas iniciativas también para el adolescente.

(20) E. KATZ und P. F. LAZARFELD, *Personal Influence*, Glencoe 1955.

Las elecciones presidenciales francesas de diciembre de 1965

Juan Trías Vejarano

1. Antecedentes y fuerzas en presencia

Objeto y límites de este trabajo.

Basta recordar las sendas monografías que, desde 1956, viene consagrando la "Fondation Nationale de Sciences Politiques", en sus prestigiosos "Cahiers", a las grandes consultas electorales francesas (1), fruto de un cuidadoso trabajo de un selecto equipo de especialistas y que ocupan unos centenares de páginas cada una, para darse cuenta de la vana pretensión que sería intentar abarcar el rico contenido de las elecciones presidenciales francesas de diciembre de 1965 en los límites de un artículo de Revista y por una sola persona, aun en la hipótesis de que ésta hubiese tenido acceso a todo el material documental existente y dispusiese, lo que no es el caso, de la competencia necesaria para realizar un trabajo de tal envergadura. Por ello, con vistas en especial al lector español, nos proponemos simplemente presentar una panorámica general de tal hecho y sus antecedentes, iluminando sus principales aspectos.

La Dinámica de la Reforma del 62, De Gaulle y la Oposición.

Como punto de partida, que nos ayudará a situar y valorar debidamente la importancia de la coyuntura electoral de diciembre de 1965, podemos empezar afirmando que la dinámica de la reforma constitucional de octubre de 1962 por la que se estableció la elección del Presidente de la República por sufragio universal directo, sustituyendo el primitivo sistema de la Constitución de 1958 de elección por un Colegio de nota-

(1) Elecciones de enero de 1956 (Cahier 82); Referendum de septiembre y elecciones de noviembre de 1958 (Cahier 109); Referendum de enero de 1961 (Cahier 119); Referendum de abril de 1962 (Cahier 124); Referendum de octubre y elecciones de noviembre de 1962 (Cahier 142).

bles, iba a colocar al General De Gaulle y a la oposición en una situación no querida por ninguno de los dos. Esto que parecerá paradójico por lo que concierne al primero, autor precisamente de la reforma, se comprenderá en seguida.

Como es sabido, el General De Gaulle, desde que asumió su mandato presidencial en 1959, se fue apartando de forma acelerada de la posición del Presidente de la República como árbitro—que parecía ser su concepción hasta 1958 y que, en *todo caso*, es la que define la Constitución de esa fecha—en favor de la del Presidente como guía de la nación y jefe supremo del poder gubernamental. No es cosa de entrar aquí en el detalle de la serie de factores y razones que respectivamente cooperaron y le impulsaron a ello. Nosotros mismos lo hemos hecho en otro lugar (2). Recientemente, François Goguel, precisando la cuestión, ha dicho que: “Fue la experiencia de cerca de cuatro años de aplicación de la Constitución (téngase en cuenta que se está refiriendo a 1962), la que le convenció que tal reforma (del sistema de elección presidencial) era necesaria. El nuevo equilibrio de los poderes gubernamental y legislativo, su separación más acentuada que antes, los medios procedimentales puestos a la disposición del primero, no habrían, en efecto, bastado para asegurar la continuidad del Estado, si el Presidente no hubiese intervenido cada vez más directa y frecuentemente en la determinación y conducción de la política de la nación” (3). O sea, dicho en otras palabras, la estabilidad y fortaleza del poder público requerían, dadas las condiciones políticas francesas, que el Presidente asumiese el poder gubernamental; no bastaban para ello el “parlamentarismo racionalizado” de la Constitución de 1958, los poderes arbitrales del Presidente, en síntesis: el régimen parlamentario renovado que había previsto principalmente M. Michel Debré (4). Había que orientarse decididamente hacia un *Presidencialismo* (5). Con lo cual se daba la

(2) Hemos estudiado todos los anteriores puntos en dos artículos publicados en la “Revista de Estudios Políticos”: “Las Concepciones del General De Gaulle sobre la Presidencia de la República” (núms. 141-42, mayo-agosto 1965) y “El Presidente de la República en la Constitución francesa de 1958” (núm. 143, septiembre-octubre 1965).

(3) En “Les Circonstances du Référendum d’octobre 1962” formando parte de “Le Référendum d’octobre et les élections de Novembre 1962”, Cahiers de la Fondation Nationale des Sciences Politiques, núm. 142, ARMAND COLIN, Paris 1965, pág. 23-24.

(4) Aunque últimamente M. Debré se haya adherido a las tesis “presidencialistas” del General De Gaulle y a la nueva interpretación de la Constitución, su pensamiento inicial iba en el sentido de un verdadero régimen parlamentario.

(5) Este razonamiento está presente en las cuatro alocuciones que pronuncia el 20 de septiembre y el 4, 18 y 26 de octubre, defendiendo la reforma, al hablar de que el Presidente es la “Chef de voût des institutions” y de la necesidad de que el Estado tenga una cabeza que “sea una”.

razón a aquellos publicistas—en especial M. Duverger y G. Vedel—que venían propugnando desde hacía tiempo la instauración de un régimen presidencial en Francia, bien que éstos, si reconocían la necesidad de introducir una serie de mecanismos de flexibilización en el modelo americano, rechazaban el presidencialismo “sui generis” de la V República por su desequilibrio de poderes (6).

En esta perspectiva, para que el Presidente de la República pueda asumir esa función directora con toda autoridad, le es necesaria la confianza explícita de la nación, su investidura directa: he aquí explicada la razón de la reforma del sistema de elección presidencial. Más aún: no sólo su *investidura directa por la nación le proporcionará tal autoridad, sino que*—como dirá explícitamente en sus alocuciones del otoño de 1962—le “obligará” a ejercer aquella función. Siendo el objeto del referendun, ligado con la reforma del sistema de elección, que el pueblo francés confirmase en el presente y diese su refrendo para el futuro a esa configuración del papel del Presidente de la República: “Creo en conciencia que el pueblo francés debe marcar ahora, por un voto solemne, que quiere que sea así, hoy, mañana y más tarde” (alocución de 18-X-1962).

Ahora bien—y a esto íbamos—nada más lejos del pensamiento del General De Gaulle que la idea del Presidente de la República como un hombre de partido, como el líder de una formación política y, por tanto, de la elección presidencial como una confrontación partidista. Si hay alguna directriz permanente en él es la de sustraer el Estado a los partidos o, por lo menos, limitar en un grado máximo su influencia, dada la incapacidad de éstos, a su juicio, para asegurar la unidad de la nación y la fortaleza del Estado. ¡Y cómo no iba a ser así con el Presidente de la República, si precisamente el ascenso de éste al primer plano arranca de la base de que no sea un hombre de partido, sino, en sus propias palabras, el hombre de toda la nación! Si cabalmente, otro de los objetivos de la reforma del 62, fue sustraerle, gracias al mecanismo de la elección por sufragio universal directo, al imperio de aquéllos, como no dejar lugar a dudas el siguiente pasaje de su conferencia de Prensa de 31 de enero de 1964: “Es por lo que el espíritu de nuestra Constitución procede de la idea de que el poder no es del patrimonio de los partidos

(6) En cambio, ha defendido el sistema de la Constitución de 1958, precisamente por su flexibilidad, F. GOGUEL. Ver al respecto, los interesantes artículos de F. GOGUEL (“Quelques remarques sur le problème des institutions politiques de la France”) y G. VEDEL (“Vers la Régime Présidentiel?”), en el núm. de la *Revue Française de Science Politique*, correspondiente a febrero de 1964, en que ambos autores debaten implícitamente sobre ese tema. El presidencialismo “sui generis” de la V República, tal como lo ha definido y aplicado el General De Gaulle, lo hemos estudiado nosotros en el segundo de los artículos citados en la nota 2.

(“n'est pas la chose des partisans”: obsérvese el término peyorativo), sino que debe proceder del pueblo, lo que implica que el Jefe del Estado elegido por la nación sea su fuente y su detentador.” Por ello, insistiendo en la misma idea, afirma en otro pasaje del mismo texto—respondiendo a los propugnadores de un régimen presidencial a la americana—que es preciso evitar que “el Presidente sea elegido al mismo tiempo que los diputados, lo que mezclaría su designación a la lucha de partidos, alteraría el carácter y reduciría la duración de la función” (a cinco años, plazo de renovación de la Asamblea Nacional, en vez de siete del mandato presidencial).

Es cierto que estas reflexiones se refieren a Francia, “donde los partidos que son múltiples, se encuentran divididos e impotentes” (Conferencia de Prensa de 31-I-64), en contraste con la situación de Estados Unidos, con dos únicos partidos a los que no separa nada esencial en ningún dominio, según recuerda en el mismo lugar. Empero, sin ignorar que las condiciones de funcionamiento del régimen de partidos en Francia no han sido demasiado satisfactorias y han prestado el flanco a las críticas del General (7), la verdad es que se puede afirmar, como ya lo hemos hecho en otra ocasión y reproducimos ahora, que: “las inclinaciones del General no van hacia la democracia representativa y partidista. Igualmente alejado de la técnica del partido único y también de todo totalitarismo, sus preferencias van a una suerte de combinación de Monarquía, cesarismo y democracia plebiscitaria” (8). Quizás como una proyección de lo que ha querido ser su figura histórica, ve al Presidente de la República como una encarnación de la nación en cuanto totalidad, como un ser colocado por encima de los partidos, fracciones e intereses, únicamente atento al interés general; y tendremos ocasión de comprobar

(7) Tampoco hay que olvidar la responsabilidad que cupo a los gaullistas en el mal funcionamiento de la IV República. La dilucidación de las causas de este, nos llevaría muy lejos y a conclusiones parcialmente distintas a las del General.

(8) En nuestro artículo ya citado *Las Concepciones del General De Gaulle sobre la Presidencia de la República*. La asimilación que ciertos medios gaullistas hacen de esta concepción con el ideal democrático rousseauiano nos parece exenta de fundamento, pues si tienen algunos puntos de contacto—repugnancia por los partidos y demás cuerpos intermedios, denuncia de la usurpación parlamentaria de la soberanía popular según decía Rousseau ocurría en el régimen inglés—, la democracia directa del pensador ginebrino poco tiene que ver con la plebiscitaria gaullista (pues en verdad de esto se trata: los referendums gaullistas, en propias palabras del General, son ante todo plebiscitos de su persona) y por otro lado la delegación de la soberanía en el Parlamento ha sido sustituida por la delegación en una sola persona: el Presidente de la República (cf. Conferencia de Prensa del General de 31 de enero de 1964: “Pero debe ser entendido, y es verdad, que la autoridad indivisible del Estado es delegada toda ella al Presidente por el pueblo que le ha elegido...”). El auténtico precedente del gaullismo es el Bonapartismo de los dos Napoleones.

cómo es esa imagen de sí mismo y, con él, del Presidente de la República, la que proyectará sobre los electores con ocasión del escrutinio de diciembre. En estas condiciones concebiría la elección presidencial como una especie de plebiscito, de consagración popular a una figura nacional. Pero la idea de un Presidente de la República teniendo que descender a la arena electoral, elegido por una fracción de la opinión, identificado con una política partidista objeto de contestación, le tenía que repugnar profundamente. Y, sin embargo, es en esta situación en la que le iba a colocar la dinámica de la elección, por más que él se esforzara, como apuntamos más arriba, en presentar una imagen suya muy diferente, en el sentido de sus propias concepciones.

Por lo que se refiere a la oposición, basta recordar la repulsa que encontró el fondo—y no solo el procedimiento—de la reforma del 62 entre los partidos tradicionales, desde los Independientes al Comunista, pasando por el M. R. P., los Radicales, la S. F. I. O. y el P. S. U., si excluimos algunas fracciones y personalidades de los Independientes y del M. R. P. (este último, en conjunto, fue el que se mostró más vacilante). Las diversas intervenciones de sus líderes y las mociones votadas por los partidos en sus reuniones lo atestiguan. Todos se dan cuenta de la trascendencia de la reforma, que por el mecanismo de la elección por sufragio universal directo, abre el camino a una institucionalización de hecho del Presidente-líder, agravada por los caracteres con que configura a éste el General De Gaulle en sus alocuciones de esas fechas (9), y que pide al pueblo que refrende. Se denuncia el desequilibrio de poderes que introduce y la amenaza que puede representar en un futuro para las libertades (10) la concentración de los poderes gubernamentales y pre-

(9) Especialmente en la de 20-IX-62.

(10) Los partidos del llamado "cartel des non" (Independientes, M. R. P., Radicales y S. F. I. O.) centraron la denuncia del peligro en el futuro, en los eventuales sucesores del General De Gaulle, tal vez por temor a producir un efecto negativo entre sus electores atacando directamente a De Gaulle (esto es especialmente aplicable al M. R. P.). El texto elaborado por ellos, que recogerán con mayores modificaciones y simplificaciones, en sus respectivos carteles de propaganda electoral, dice así: "No a lo desconocido, antes de votar hay que comprender de qué se trata. El General De Gaulle afirma que no os pide un nuevo régimen para sí mismo, sino para su sucesor, que tendrá así, él solo, todos los poderes durante siete años y no será responsable ante nadie. ¿Quién será el sucesor? El General De Gaulle no lo sabe. Vosotros tampoco. Sois vosotros los que os debéis defender ante la aventura respondiendo No. No a la violación de la Constitución No al poder absoluto. No a lo desconocido". Este texto, del que se ha señalado "la relativa complejidad del razonamiento" (JEAN CHARLOT), contrasta con la simplicidad del cartel gaullista: "Sí, sois vosotros los que elegiréis al Presidente de la República". Ver el artículo de JEAN CHARLOT, *La Tactique et la Campagne des Partis*, así como los carteles de propaganda de los diversos partidos recogidos en el Apéndice, en el Cahier de la F. N. des S. P. consagrado al referendum y a las elecciones de 1962.

sidenciales de la Constitución de 1958 en las manos de una sola persona, elegida por siete años, irresponsable, disponiendo de los segundos (artículo 16, referendum, disolución) casi sin contrapartida para apelar al pueblo plebiscitariamente y en contra de las Asambleas. Las acusaciones de poder personal, monocracia, dictadura, especialmente la primera, surgen constantemente. Críticas no exentas de razón, que subrayan frecuentemente que tal régimen no tiene nada que ver con un auténtico régimen presidencial con su equilibrio de poderes.

Pero lo que nos interesa a nosotros es poner de manifiesto cómo detrás de esa oposición había algo más. Pasemos de largo por las acusaciones gaullistas, amplificadas en esa coyuntura, de que realmente la razón de la oposición a la reforma y a De Gaulle, era un deseo de volver al régimen de la IV República, una nostalgia de la "República de los Diputados", el reflejo defensivo del "espíritu de cuerpo" (11) que teme verse desplazado del lugar central del circuito político; reproches que debían encontrar el suficiente eco en la opinión pública como para merecer por parte de los componentes del "Cartel des non" una reiterada explicación de que tal no era el sentido de su oposición y que, efectivamente, parecían justificar el carácter heterogéneo y predominantemente negativo, por lo menos aparentemente, de tal coalición, como no dejaron de denunciar, al lado de los gaullistas, numerosos comentaristas y los partidos de extrema izquierda (P. S. U. y comunistas).

Lo cierto es que, como se ha recordado recientemente (12), en el referendum se enfrentaban dos concepciones de la democracia, que nos atreveríamos a calificar de igualmente anacrónicas. Ya hemos definido la gaullista. En cuanto a la de la oposición, intentado explicar la actitud de los partidos entonces, ha dicho F. Goguel: "Intimamente persuadidos (los Partidos tradicionales) de que la soberanía plena y entera de la Asamblea Nacional constituía el régimen normal, en cierto modo estatutario de la Francia moderna, pensaban que, habiendo acabado las circunstancias excepcionales (el problema argelino) que habían provocado el eclipse de aquel régimen, la naturaleza de las cosas iba a jugar ahora

(11) ¿Será cierto lo que decía Montesquieu en sus *Lettres Persanes* (carta LIV): "On remarque en France que dès qu'un homme entre dans una compagnie, il prend d'abord ce qu'on appelle *l'esprit du corps*?"

(12) Por JEAN TOUCHARD y JEAN LUC PARODI en *L'Enjeu du référendum du 28 octobre 1962*, en el Cahier de la F. N. des S. P. a él consagrado. Estos autores señalan—y los resultados de las encuestas lo confirman—que como ya había sucedido en anteriores referendums, los electores en realidad en una sola respuesta se veían obligados a contestar a cuatro preguntas: 1) ¿El Presidente de la República debe ser elegido por sufragio universal? 2) ¿El referendum es conforme a la Constitución? 3) ¿El General De Gaulle debe continuar en el poder? 4) Finalmente decidirse entre dos concepciones de la democracia.

en el sentido de su restablecimiento" (13). Concepción de honda rai-gambre en Francia. En el "rapport" que, bajo el título: "La dépersonnalisation du pouvoir sous la III République", presentó el rector Prelot en el coloquio celebrado en Dijon en la primavera de 1962 sobre el tema de la personalización del poder, puso de manifiesto la potencia de la corriente despersonalizadora del poder bajo ese régimen, que él calificó de "Sistema del poder difuso" (14). A pesar de los intentos que se hacen al crear la IV República para consolidar la figura del Presidente del Consejo de Ministros, es decir de un líder, compatibles, por otra parte, con los hábitos de gobierno colegiado y con una vigorosa afirmación de la primacía parlamentaria, ésta es la que acabará por prevalecer exclusivamente; se volverá al sistema de los "asociados rivales", a ese parlamentarismo "a la francesa" que consiste en asimilar el control parlamentario a la posibilidad permanente de poner fin a la vida del gobierno (15). La identificación de la República, lo que vale decir de la democracia, con la soberanía parlamentaria, es algo común, por encima de una serie de matices, a todos los partidos, desde los Independientes hasta los socialistas y comunistas, pasando por los radicales (16). No es ocioso recordar que cuando la oposición trate de oponer un contraproyecto al gaullista, el acuerdo se haga en favor del "gobierno de legislatura" y no del régimen presidencial.

No cabe ignorar los diversos argumentos, ya específicos franceses—desde los precedentes históricos poco alentadores—, ya de tipo general—por ejemplo, la conveniencia de no impulsar el fenómeno de perso-

(13) En *Les Circonstances du référendum d'octobre 1962*, obra citada página 28.

(14) En *La Personalisation du Pouvoir*, P. U. F., Paris 1964, pág. 265 y sig. En el mismo sentido el rapport de JEAN DUPUY, *Le thème de la personnalisation du pouvoir dans la pensée politique de Tocqueville a nos jours*, especialmente páginas 117 y 118.

(15) Por eso, ante la situación insólita en la vida francesa que supone hoy que el gobierno cuente en la Asamblea Nacional con una mayoría coherente y sólida, lo que impide de hecho su puesta en cuestión, la oposición cree que se ha acabado su papel. Pero esto es lo que sucede cabalmente en el régimen parlamentario inglés, considerado como modelo, como efecto del bipartidismo rígido británico, lo que no impide que la oposición desempeñe un importantísimo papel. Cuestión distinta, y en eso tiene razón la oposición, es que el Parlamento haya sido marginado en gran medida del centro de la vida política. "La mutuación de la noción de responsabilidad política que no designa ya la sanción del diálogo entre un legislativo y un ejecutivo, sino el juicio de la nación sobre el grupo político que ha gobernado y legislado durante algunos años, con la posibilidad de encontrar en la oposición una solución de recambio" (VEDEL, en artículo citado en nota 6) no parece haber acabado de penetrar en Francia.

(16) Esta asimilación que en algunos momentos adquiere acentos líricos muy decimonónicos se puede advertir en muchas intervenciones de los líderes de la oposición (así, por ej., en el Congreso Radical de los últimos días de septiembre).

nalización del poder (17)—que se han alegado por sus impugnadores en contra de la instauración de un régimen presidencial en Francia. Un hombre no sospechoso y que padeció los enormes fallos del sistema de la IV República los ha resumido, entre otros, en un libro de larga difusión (18). Ahora bien, el problema estriba en si un régimen parlamentario, por muchas correcciones que se le introduzcan, puede asegurar, dadas las condiciones de la vida política francesa, la unidad, fortaleza y estabilidad del ejecutivo, la simplificación de la vida política, la definición del elector en función de unas opciones claras, la responsabilización de una política, el paso, en síntesis, desde la que ha llamado Duverger una democracia “mediatizada”, propia de un régimen liberal de notables rurales, a una directa, propia de una sociedad intervencionista, predominantemente urbana, industrializada, profundamente intercomunicada (19). Aspiraciones que no es atrevimiento decir que son mayoritariamente sentidas por la opinión francesa.

Pero no se trata aquí de entrar en el amplio debate institucional de que ha sido testigo Francia en los últimos años. Los hechos de que había que partir eran: la elección del Presidente de la República por sufragio universal directo, que tal mecanismo potenciaba, velis nolis, la figura constitucional del Presidente (20) y daba sumo relieve político a la elección, puesto

(17) Con los dos fenómenos que comporta: uno subjetivo de personificación del poder, y otro objetivo, de concentración en una instancia personal. Véase obra citada *La Personnalisation du Pouvoir*, en especial *Rapport introductif: la personnalisation du pouvoir et ses problèmes*, por A. MABILEAU, y *Rapport d'ensemble* de L. HAMON. Pero obsérvese—según se demuestra en el “rapport”, de L. HAMON y M. COTTA, *L'Opinion française et la pratique du pouvoir*—que el fenómeno de personificación jugó fuertemente bajo el mismo régimen de la IV República. El principal beneficiario de todos los líderes políticos fue, excluido De Gaulle, Mendès France.

(18) Nos referimos a P. Mendès France en *La République Moderne*, Gallimard, Idées, 1962. Sería interesante contrastar los argumentos de Mendès France con la exposición que en defensa del régimen presidencial hace DUVERGER en *La VI République et le Régime Présidentiel*, Fayard, Paris, 1961.

(19) Democracia directa no significa aquí, claro está, gobierno directo por el pueblo, imposible en las modernas sociedades: todas las democracias actuales son representativas. Entonces: “la democracia es “directa”, si el jefe del gobierno es designado por el pueblo mismo por sufragio universal (lo que se produce de hecho tanto en los regímenes presidencialistas como en los parlamentarios de bipartidismo); es “mediatizada”, si los ciudadanos eligen a unos representantes, que designan ellos mismos libremente, sin mandato imperativo, al jefe de gobierno (DUVERGER, obra citada en la nota anterior). Así en Francia, caso máximo de democracia “mediatizada”, el elector de 1946, 1951 y 1956 pudo asistir, en el seno de una misma Asamblea, a la sucesión de toda una gama de gobiernos de los más diversos colores: ¿En cuál de ellos había pensado al votar...? ¿En Pinay o en Mendès-France?

(20) Con razón ha dicho DUVERGER que es un error considerar que “la reforma de 1962 concierne solamente a la designación del Presidente de la República y no a sus poderes” (*Les Pouvoirs du Président*, en *Le Monde* de 30-XI-65). Por eso, este autor, al preguntarle por el régimen dibujado en la Constitución de 1958

que, además, la opinión se había acostumbrado, bajo el mandato gaullista, a que fuese el Presidente el que definiese las grandes opciones y dirigiese la política de la nación. Y por último, pero no lo menos importante, que la gran mayoría del electorado parecía considerar positivamente la elección del Presidente por sufragio directo de la nación, según revelaba una encuesta realizada en mayo de 1964 por el "Instituto Francés de la Opinión Pública" (21). ¿Iba a poder, entonces, la oposición aferrarse a su tesis de que el Presidente según la Constitución de 1958, es un simple árbitro del funcionamiento regular de los poderes públicos y negarse, por lo tanto, a que la elección presidencial se convirtiese en la más importante confrontación política, en la que se definiesen las grandes opciones entre las que debería decidirse el país? ¿Iba a poder, pues, negarse a seguir el juego o, simplemente, presentar un candidato que reclamándose de la condición de árbitro del Presidente de la República, se limitase a enarbolar como único programa si llegaba al Elíseo la restauración del Presidente en esa función para abrir a continuación el paso a unas elecciones legislativas que expresasen la voluntad política del país como venía sucediendo tradicionalmente? (22). Vamos a ver que no, que la dinámica de la elección, como en el caso de De Gaulle y por otras razones, la obligaría a entrar en el juego presidencialista, fuesen cuales fuesen sus preferencias teóricas.

En definitiva, los deseos expresados, entre otros, por el profesor Vedel en 1963—"Precisamente lo que la próxima elección presidencial tendrá de vital para el porvenir francés, es la superación de dos concepciones igualmente anacrónicas. Es preciso que el futuro Presidente no se presente ni como el soberano "por encima de los partidos" (concepción gaullista), ni como el efímero conciliador de los aspirantes a las carteras ministeriales (concepción arbitral de la oposición), sino como el hombre de un programa y el jefe de un equipo" (23)—se iban a cumplir de hecho, pues así iban a

(no al aplicado), califica ahora de "Weimariano", al que antes de la reforma calificó de "Orleanista".

(21) En efecto, el 74 por 100 de los interrogados consideraban que es una "buena cosa", frente a un 10 por 100 que la estimaban mala y un 16 por 100 que no se pronunciaban. Esta actitud favorable era común a la mayoría de los electores de todos los partidos. En "Sondages", 1964, núm. 3. La representatividad de las "muestras" de las encuestas del I. F. O. P. ha quedado patente con ocasión de las elecciones presidenciales.

(22) Todavía en noviembre de 1965, M. PAUL REYNAUD se aferrará a esta interpretación estrictamente arbitral del papel del Presidente de la República y reprochará a Mendès-France—invitando a Mitterrand a que ofrezca al país unos proyectos claros—el haber caído, como antes Defferre, en la "trampa" del "presidencialismo" gaullista. (En carta dirigida a *Le Monde* y publicada en el núm. 4-XI-65. Es lo que motivará el artículo de DUVERGER citado en la nota 20).

(23) En *L'Express* de 28-XI-1963, *Le problème de la Sucesión*.

aparecer los candidatos ante la opinión y en esta perspectiva iba a decidirse ésta.

La Primera Respuesta: la Candidatura Defferre.

Estudiando las condiciones en que se produjo la candidatura de Gaston Defferre, René Rémond (24) enumeraba la serie de interrogantes que planteaba la elección presidencial. El número de candidatos que se presentarían. Su condición, es decir, si se trataría de hombres de partido, "políticos", o de personalidades independientes. Qué instancias los designarían. En qué momento se lanzaría la candidatura. Cuál sería la actitud de éstos: ¿recogerían la interpretación presidencialista de De Gaulle?

Hay que reconocer que la candidatura de Gaston Defferre, fuese cual fuese el juicio que nos mereciesen sus opciones, constituyó, a la par que el primero, el intento más preparado y estructurado de respuesta al gaulismo. Más que los de Mitterrand y Lecanuet, realizados tardíamente, cuando hubo que llenar el vacío dejado por el primero en junio de 1965, después de año y medio de laboriosa tarea. Hoy no es posible epilogar sobre algo que pertenece a la historia, aunque algunos, basándose en los mismos resultados del escrutinio de diciembre de 1965, hayan pensado que hubiese tenido reales posibilidades de batir a De Gaulle si las fuerzas solicitadas se hubiesen aglutinado detrás de su candidatura. Es el interés de todos los fenómenos que acompañaron a ésta lo que hace que nos detengamos en ella aunque no estuviese presente en la coyuntura electoral.

A nuestro juicio, uno de los extremos más interesantes de la candidatura Defferre fue las condiciones en que se produjo, su modo de lanzamiento, al margen de los partidos y, podríamos decir sin atrevimiento, desbordándoles, ganándoles la mano. Estos, que, en especial los de centro y derecha (M. R. P. e Independientes), habían salido de las elecciones de noviembre de 1962, profundamente quebrantados, habían emprendido un examen de conciencia dirigido a encontrar los medios de recuperar una larga audiencia en el país. El esfuerzo renovador se apuntaba, con muchas vacilaciones y timideces de que dan fe sus congresos del año 63, en el sentido de una puesta al día, de una adaptación a las transformaciones de la sociedad francesa, y, sobre todo, de una superación de ciertas viejas divisiones y querellas partidistas mediante las oportunas fusiones o absor-

(24) *L'Élection Présidentielle et la Candidature Defferre*, (Revue Française de Science Politique, junio de 1964, volumen XIV, núm. 3.), que detalla las vicisitudes de esa candidatura desde septiembre de 1963 a la fecha del artículo.

ciones en nuevas entidades (25), respondiendo con ello al deseo de simplificación y clarificación de la vida política sentido por la opinión. Pero si exceptuamos los votos expresados en la resolución final aprobada por el congreso del "Rassemblement Démocratique" (Radicales y afines) de los últimos días de septiembre de 1963, de que por una convención de los partidos democráticos se designase un candidato común a la elección presidencial, nada se había decidido en esta dirección. Los partidos andaban divididos en el seno mismo de cada uno de ellos tanto sobre el problema institucional (régimen parlamentario o régimen presidencial), que envolvía obviamente el de la manera de hacer frente al de la elección, cuanto sobre el de los eventuales "partenaires" de esos proyectados agrupamientos, que lo condicionaban igualmente.

En estas condiciones, el semanario "L'Express"—que va a acreditar una vez más un gran sentido de la oportunidad a la par que una sensibilidad periodística poco común—lanza a la calle, en su número de 16 de septiembre de 1963, la candidatura de Monsieur X. Como señalaron en el momento del lanzamiento y en las diversas ocasiones en que se explicaron sobre la cuestión, el objetivo de Monsieur X era obrar de "catalizador". Pues, ¿qué hacer dado que en Francia no existía ninguno de los mecanismos del tipo de las elecciones primarias, y de las convenciones americanas? ¿Esperar a que los partidos de oposición se pusiesen de acuerdo sobre un programa y sobre un nombre, lo que daría ocasión a largas discusiones y a las peores rivalidades de personas? ¿Dejar mientras tanto a De Gaulle toda la iniciativa política, con la posibilidad de adelantar las elecciones ante una oposición desarmada? Por otro lado, y ello constituía una respuesta a lo votado en el congreso del "Rassemblement Démocratique", presentar un candidato común de la oposición indiscriminadamente (de todos los partidos democráticos, que se decía allí) era resucitar el "Cartel des non" e ir al fracaso. La única oposición posible era una oposición de izquierda y había que jugar la carta "presidencialista".

Sin embargo, algunos no dejaron de preguntarse si detrás de Monsieur X no estaba ya, desde el origen, Defferre. No faltan las razones para creerlo. ¿No estimaba Monsieur X que "Francia no volverá a un régimen parlamentario. El sistema presidencial... corresponde mejor a las exigencias del mundo moderno", opinión que, se decía, "le es reprochada por

(25) El primer intento lo constituyó el llamado, "Comité d'étude et de liaison des démocrates", formado en abril de 1963 por personalidades del Centro Nacional de los Independientes (C. N. I.), del M. R. P. y de la derecha del partido Radical. Es el germen de lo que querrá ser el "Centro demócrata" de M. Jean Lecanuet y se halla en los orígenes de su candidatura.

algunos de los que participan de sus mismas opiniones políticas"? (26). ¿Y, acaso, no era esto lo que venía sosteniendo Gaston Defferre frente a la mayoría de su partido conducida por Guy Mollet? (27). Las opciones, los temas de oposición de Monsieur X a la política gaullista, tal como los exponía en su primera interviú, coincidían casi exactamente con los que serían los de Defferre (28).

En todo caso, Monsieur X encontró un enorme eco, y en la tarea de despejar la incógnita, la Prensa iba a desempeñar el papel decisivo. Como ha dicho René Rémond: "Si "L'Express" hubiese distribuido con anticipación los papeles, las cosas no hubiesen sucedido diferentemente: Jean Ferniot y G. Suffert (redactores de "L'Express") lanzan una pregunta, sus compañeros les dan la réplica... A la derecha y a la izquierda el acuerdo se alcanza pronto: Monsieur X no es otro que el alcalde de Marsella... "L'Express" se guarda de confirmar o denegar. En cuanto al interesado no dice ni sí ni no..." (29). Defferre parecía responder y conciliar las diversas opiniones emitidas sobre la personalidad del candidato: hombre político, pero que no aparecía demasiado ligado a la IV República, a sus peores juegos e intrigas; con fama de buen administrador como alcalde de Marsella (30).

Como era de esperar, las llamadas "Fuerzas Vivas" (Sindicatos, asociaciones profesionales) y los clubs (31) acogieron mucho más favorablemente que los partidos la iniciativa lanzada por "L'Express" (32). Este primer

(26) En *L'Express* de 3-X-63, en el artículo de JEAN FERNIOT, *Monsieur X, cette semaine*.

(27) El debate institucional debía ser uno de los temas del 54 Congreso Nacional de la S. F. I. O. celebrado en la primavera de 1963. Sin embargo, para evitar una división del partido sobre este tema se renunció a debatirlo y fue dejado para estudio de una comisión especial que sometería ulteriormente sus conclusiones a las instancias directoras del partido. Ver *Le Monde* de 31 de mayo y 1 de junio. Los argumentos de Defferre a favor del régimen presidencial eran los comúnmente alegados por los defensores de este: "Una preferencia marcada del ciudadano por una designación directa de sus gobernantes, un deseo general de simplificación del abanico político, un gusto creciente por la personalización de las preferencias electorales".

(28) En *L'Express* de 17-X-63, *Première interview de Monsieur X*. Por otra parte, la coincidencia entre Defferre y *L'Express* en la manera de concebir la estrategia y la táctica de la campaña electoral va a ser prácticamente total, y si bien *L'Express* negará ser el órgano del alcalde de Marsella, la verdad es que será una de sus principales tribunas.

(29) Lugar citado pág. 518.

(30) *L'Express* en su número 3-X-63 señalaba las condiciones que debería reunir el candidato.

(31) La floración de los clubs, como centros de reflexión política para llenar el vacío dejado por los partidos, es uno de los fenómenos más interesantes de la vida francesa bajo la V República.

(32) A mediados de diciembre de 1963 un cierto número de Sindicatos y asociaciones profesionales (Confederación Francesa de Trabajadores Cristianos, Confederación Nacional de Jóvenes Agricultores, Asociación de Jóvenes Cuadros) y

ciclo se cerró a mediados de diciembre, cuando Gaston Defferre presentó oficialmente su candidatura ante el comité directivo de su partido, la S. F. I. O., pues no quería seguir adelante sin su aprobación, aunque exigía que ésta no entrabese su libertad como candidato y su voluntad de serlo no de un partido, sino de una amplia agrupación de fuerzas. Así, en palabras de René Remond: "En el espacio de tres meses un globo sonda había conducido a una candidatura declarada. La iniciativa de algunos animadores de clubs y de un puñado de periodistas había creado una situación nueva y desbordado a los partidos y a sus estados mayores" (33), que no habían intervenido en el proceso.

Obtenido el visto bueno de la S. F. I. O. en el congreso extraordinario de ésta convocado con ese fin en los primeros días de febrero de 1964, no sin dificultades, pues algunos, con Guy Mollet a la cabeza, desaprobaban el "ralliement" implícito a la orientación presidencialista del régimen y otros la excesiva independencia respecto al partido, la tarea que tenía delante Defferre era muy amplia y no exenta de dificultades. Tenía que darse a conocer al país, con el "handicap" de estarle cerradas las potentes tribunas de proyección nacional de la radiodifusión y de la televisión. Elaborar una plataforma electoral. Lograr el apoyo y aglutinar en torno suyo las diversas fuerzas de la oposición, con el cuidado de no caer en un frente heterogéneo y puramente negativo del estilo del malhadado "cartel des non" de 1962.

Con el fin de lograr lo primero al mismo tiempo que presentar sus opciones y conocer las aspiraciones de la opinión y de sus fuerzas organizadas en un mutuo diálogo, emprendió Defferre desde el primer momento un amplio periplo por el territorio metropolitano francés, pronunciando

de Clubs (Citoyens 60, Démocratie Nouvelle, Jean Moulin y Tocqueville) publicaron un manifiesto en que refiriéndose a la campaña presidencial se leían cosas como estas: "Primer gran debate contradictorio sobre los objetivos y métodos de gobierno de la colectividad nacional que este país conocerá desde hace tiempo, suscita una atención que los profesionales de la política no sospechan". "Ahora bien, esta compañía corre peligro de degenerar, si se deja al juego político desarrollarse naturalmente, en una refriega confusa e irrisoria donde se enfrentarían dos tradiciones igualmente anacrónicas: la de la razón de Estado y la de las crisis ministeriales". Y después de definir el estilo y los temas de aquella, y de ver en ella una ocasión favorable para impulsar el necesario proceso de reagrupamiento, por encima de las viejas divisiones de laicos y cristianos, terminaban diciendo: "A través de la designación de un candidato, la definición de un programa y la conducta de una campaña electoral, es preciso que se organice una fuerza política común capaz de encarnar permanentemente la voluntad de transformación del país". La sinceridad y eficacia de los esfuerzos emprendidos en ese sentido constituiría el test de su confianza y apoyo. Pues bien, esto es lo que trataría de hacer Gaston Defferre en los meses sucesivos. Recogido parcialmente en *L'Express* de 19-XII-63, de donde proceden las citas.

(33) Lugar citado pág. 519.

discursos, convocando conferencias de Prensa, participando en reuniones abiertas. En esta tarea colaboró ampliamente la Prensa diaria y las otras publicaciones periódicas, haciéndose eco de sus viajes y propósitos, y en pequeñísima medida la radio y televisión oficiales. Los frutos fueron positivos si nos basamos en los resultados de las encuestas del I. F. O. P.: En efecto, si en octubre de 1963 solo el 36% de los interrogados podían decir quién era Defferre, esta proporción ascendía al 58% ya en enero de 1964, cuando apenas acababa de presentar formalmente su candidatura. La proyección nacional que le dio ésta se advierte cuando a la pregunta —formulada igualmente en enero de 1964— de “cuáles son los hombres políticos de la oposición a los cuales usted acuerda mayor importancia a la hora actual”, el 34% de los interrogados respondía Defferre, a gran distancia del siguiente, Guy Mollet (el 13%) (34).

Por lo que respecta a la elaboración de la plataforma electoral, rechazó como estériles tanto la discusión de un programa común entre las fuerzas que le prestaban su apoyo, lo que hubiese dado lugar, a su juicio, a conversaciones interminables para desembocar a la postre en un programa lleno de declaraciones de intenciones y de generalidades, pero sin contenido real, como la noción misma de éste en cuanto catálogo electoral detallado, en favor de la definición de unas grandes opciones que oponer a las gaullistas y en función de las cuales pudiese decidir claramente el elector. Lo que no significaba, en el primer caso, la negativa a un diálogo, siguiendo el ejemplo del monólogo gaullista, de una política concebida solitariamente. En sus propias palabras: “No puedo, lo he afirmado desde mis primeros discursos, negociar, discutir, para desembocar en una especie de catálogo electoral común sin contenido real. Embarcarme en esta vía, hacerme el procurador, el corredor encargado de conciliar, de acercar, de negociar sería encerrarme en un callejón sin salida... Pero tengo el deber de sostener conversaciones regulares y detalladas con aquellos que me prestan su apoyo... Me he declarado partidario del método del diálogo: lo soy más que nunca. Este diálogo es la sustancia de la campaña” (35). Además, con el triple objetivo de colaborar con él en la tarea de definir las opciones a corto y largo plazo que ofrecer a los franceses, de servir de aglutinante de los apoyos encontrados y de intermediarios entre él y la opinión, constituyó los llamados comités “Horizon 80” a nivel local y nacional.

(34) *Sondages*, 1964, núm. 3, pág. 19 y 20.

(35) Discurso en Clermont-Ferrand el 11 de octubre de 1964, en *Le Monde* de 13-X-64.

Fruto del trabajo de este equipo fue, entre otros, el libro "Un Nouvel Horizon" (36). *Sobremana interesante y que merece nos detengamos en él*, ya que no se limitaba a recoger y presentar de forma sistemática las opciones de la candidatura Defferre, la alternativa que ofrecía frente al gaullismo, tal como las había ido exponiendo aquél en sus diversas intervenciones; sino que, además, nos revelaba la que podríamos calificar de filosofía de su empresa electoral, los objetivos a largo plazo que perseguía con ella. Pues ésta se inscribía, casi diríamos era sólo ocasión, de una vasta operación ideológica y orgánica en el seno de la izquierda francesa, destinada a tener honda trascendencia en la vida francesa; y que si interrumpida y herida a causa del fracaso de su candidatura, no ha abandonado, sin embargo, el alcalde de Marsella, como puede apreciar quien siga las vicisitudes de la política francesa.

En política interior, la "prioridad de las prioridades" se daba a la educación nacional—en un sentido amplio que alcanzaba a la que se ha llamado cultura popular a través de los "mass media", para desembocar en la calificada de "educación permanente", al servicio del progreso económico, la promoción individual, la libertad y la democracia—. Así como prioridad a las inversiones sociales (habitat urbano especialmente, propugnando una de las escasas medidas socializadoras: la municipalización del suelo urbano) y a las productivas, y a la corrección de las injusticias sociales, frente a las prioridades gaullistas de prestigio, concretamente la "Force de Frappe" nacional francesa.

Para lograr la expansión económica y la justicia social en la estabilidad monetaria, se proponía un "Contrato Nacional de Progreso", proposición que nos introduce directamente en esa que hemos llamado filosofía de su empresa. Esta partía de una doble afirmación: tanto el *laissez faire*, la pura economía de mercado, como el dirigismo, la socialización integral, son incapaces, por motivos diferentes, de asegurar un armónico desarrollo económico-social en una sociedad altamente desarrollada. De la primera se dice que "...la sociedad de consumo hacia la cual nos orientamos actualmente no suscita por ella misma un progreso del cual podamos satisfacer. Desigualdades escandalosas subsisten y a veces aumentan en los países llamados ricos... (además) es el conjunto de los hábitos de consumo, la jerarquía de las necesidades, la naturaleza y la cualidad de las relaciones sociales, en resumen los valores mismos admitidos y propagados que constituyen igualmente una pobreza..." Por otro lado, el equilibrio

(36) Ha sido editado por Gallimard en su estupenda colección *Idées*, núm. 79, 1965. Lleva una Introducción de Defferre en la que sintetiza los principales puntos del libro.

monetario lo busca mantener la derecha a base de una reserva de paro obrero que modere la presión salarial y con sacrificio de las inversiones sociales. El Estado no puede abstenerse; pero tampoco debe caer en el dirigismo y la socialización integrales, pues "en una economía moderna, de engranajes delicados y con centros de impulsión diferenciados, toda política que rompa el mercado e imponga el orden por la sola fuerza de la ley y la autoridad es fatal al crecimiento y a la libertad de los grupos sociales", tesis en cuyo apoyo alegan las recientes medidas de descentralización económica y de admisión de ciertos indicadores de la economía de mercado adoptados en la U. R. S. S.

Frente a estas dos alternativas: "La democracia económica, asegurando a la vez la expansión y la justicia social, exige un reforzamiento paralelo del Estado, de los grupos sociales y del sistema de concierto gracias al cual se operan entre los unos y los otros los intercambios, las negociaciones y los acuerdos." A partir de un plan elaborado democráticamente, con real discusión e intervención de los interesados, el acuerdo, la acción concertada, puede revestir múltiples formas según las exigencias del momento o de los sectores. A través de lo anterior ha sido ya cuestión continuamente de diálogo, de participación; era ésta otra de las ideas claves del proyecto: llenar de democracia toda la vida nacional: democracia en la empresa; en las organizaciones municipales y en las regionales, acompañada de una amplia descentralización; cambio en los métodos y hábitos de la Administración, de autoritarios en dialogantes; democracia en la información, abierta a todos, evitando a todo precio su fusión con el poder político o con el económico, etc.

Con ello, se dice, los fines del socialismo están a nuestro alcance, pues hay que recalcar—y de ahí la importancia del libro—que hay una continua apelación a los ideales de aquél a lo largo de la obra. Lo que sucede es que—en palabras del propio Defferre en el prólogo—"...Hay un fetichismo de izquierdas que consiste en elevar simples técnicas al rango de una ideología y reemplazar los actos por el verbalismo revolucionario." Entre esas técnicas (?) incluye las nacionalizaciones, que pueden ser, según los casos y sectores, "un remedio eficaz o una operación inútil". La izquierda, prosigue diciendo Defferre, debe pasar, sin olvidar ninguno de sus ideales, de ser una izquierda de oposición a serlo de gestión, "lo que quiere decir que en lugar de considerarse como la mandataria de una sola clase social, tomará a cargo los intereses de toda la colectividad. Ciertamente existen privilegios que hay que liquidar, feudalidades que hay que dominar, como subsisten muchos desheredados. Pero ya no existe una clase redentora y una clase pecadora. En la sociedad moderna, los fermentos del progreso

están dispersados, así mismo las resistencias al cambio. Confundir la victoria del progreso con el aplastamiento de una clase social, es cerrarse el camino del poder si no es por la violencia” (37).

Como se deduce claramente de lo recogido, la operación—con su abandono de la idea de la lucha de clases y de la socialización de los medios de producción, con la minimización de las consecuencias negativas del proceso de concentración capitalista, con sus esperanzas en el estado planificador en el seno de una economía capitalista, etc.—se inscribía en la línea del revisionismo socialista de la postguerra, en similar vía a la de la Socialdemocracia alemana y a la que han seguido de hecho la mayoría de los partidos socialistas europeos. De ahí las resistencias y recelos que encontrará en el seno de un importante sector de la propia S. F. I. O., en el P. S. U. y en el Partido Comunista, es decir, entre los partidos que se reclaman del socialismo.

Para completar el perfil de sus opciones vamos a estudiar cuáles eran éstas en política exterior. Una verdadera “Idea fuerza” las cifraba: “la nación europea”. Quizás sea en este capítulo donde las divergencias con la política gaullista sean más manifiestas. Para el equipo agrupado en torno a Defferre en la asociación “Horizonte 80”, si en la política interior el resultado de siete años de gobierno gaullista han sido la regresión social y una política económica carente de dinamismo, oscilando entre la expansión con inflación y la regresión brutal para frenar esa con sacrificio de las clases más desfavorecidas, en política exterior sus frutos son: “el renacimiento de los nacionalismos en Europa, el aislamiento de Francia, la dependencia creciente en el plano económico de los Estados Unidos”. Aquí está la paradoja de la política gaullista que teniendo como hilo conductor “el antiamericanismo y la vana pretensión de una hegemonía francesa sobre Europa”, conduce al último resultado reseñado líneas más arriba: *en el momento en que se habla de independencia nacional basada en la Force de Frappe*, los americanos se apoderan del control de la Bull, la empresa de electrónica más importante de Francia y una de las claves de la industria militar.

Sólo a escala europea gozarán sus empresas de la fortaleza suficiente para competir con las americanas; solo unida podrá volver Europa a desempeñar un papel activo en el concierto de las naciones. Para lo cual no basta, ni la unión económica—sujeta en las actuales condiciones a cualquier crisis entre los gobiernos interesados (38)—ni el mero concierto po-

(37) Todas las citas pertenecen al citado libro.

(38) Obsérvese que está escrito antes de la famosa crisis del Mercado Común de junio de 1965.

lítico de éstos según el esquema gaullista; es necesaria la constitución de un verdadero gobierno europeo de carácter supranacional, elaborador de una estrategia común, lo que no significa que ello sea obra de un día, pero es el objetivo al que hay que encaminarse.

A esta Europa se la llama a desarrollar y ofrecer un modelo propio de civilización y desarrollo, alejado, a la vez, de la sociedad de consumidores del capitalismo liberal americano y del socialismo autoritario comunista, en una opción paralela a la ofrecida en política interior. Por otro lado, la unidad e independencia de Europa no deberán ponerse al servicio de un nacionalismo trasladado ahora desde el plano nacional al supranacional, sino de una política de paz, de coexistencia pacífica, de ayuda a los países del "Tercer Mundo". Una Europa abierta—y en primer lugar a la Gran Bretaña, cuya aportación se considera indispensable—constituiría un potente polo de atracción de los países del Este. Una Europa unida será la condición de una equilibrada asociación atlántica con los Estados Unidos de América, imposible de realizar—sino a costa de una colonización americana sobre los países europeos—sobre la base de estos individualmente; señalemos de paso que este "atlantismo", con su fidelidad a la O. T. A. N., y la no condenación explícita de ciertos aspectos de la política americana (principalmente en el Vietnam) sería uno de los motivos del ataque a Defferre por ciertas fuerzas de izquierda. También el problema de la fuerza atómica y de la participación de los Estados europeos en su empleo podría encontrar su solución en ese cuadro, pues si opuesto Defferre a la "Force de Frappe" francesa, dejaba la puerta abierta a una europea.

Finalmente queremos recordar cómo concebía Gaston Defferre el papel constitucional del Presidente de la República. Es evidente que después de haber definido y protagonizado unas opciones políticas no podía éste, una vez elegido, desentenderse de ellas. Pero tampoco podía predicar Defferre—fuesen cuales fuesen sus preferencias personales—que el Presidente de la República asumiese directamente su ejecución, sin contradecir formalmente los términos de la Constitución—que estatuye que el Gobierno, bajo la dirección del Primer Ministro, "determina y conduce la política de la nación" (artículo 20)—e incurrir por ello en el reproche de hacer gaullismo constitucional sin De Gaulle. Entonces, aparece una formulación original del papel del Presidente en la nueva perspectiva de la dinámica de la elección por sufragio universal directo, que estima Defferre es un hecho irreversible: "El Presidente de la República deberá ser el garante de la aplicación de la política definida por él y escogida por la mayoría que le ha elegido." Será el Gobierno designado por él después de su ins-

talación, el encargado de ponerla en práctica. Pero como para ello le hace falta la colaboración y la confianza del Parlamento—respondiendo al carácter parlamentario del régimen establecido en el texto constitucional—, una de las primeras medidas del Presidente debería ser, usando de su prerrogativa constitucional, disolver la Asamblea Nacional, provocando unas elecciones, “para que la misma mayoría elija a los Diputados, de manera que la mayoría parlamentaria sea la misma que la presidencial”. Por eso, a pesar de la negativa de Defferre de “lanzarse a una nueva aventura constitucional”, proponía, conservando la estructura esencial de la Constitución de 1958, acortar el tiempo del mandato presidencial vigente (siete años) con el objeto de hacerlo coincidir con el del mandato parlamentario (cinco años), debiendo celebrarse las elecciones a la Asamblea Nacional al mismo tiempo o seguir inmediatamente a las presidenciales (39). Así el elector se definiría en función de las mismas opciones y coincidirían ambas mayorías, garantizándose la estabilidad gubernamental y la ejecución de esa política: “De esta forma se establece un verdadero contrato de legislatura, resultado de la decisión de los electores y no de las combinaciones de los estados mayores políticos o de las intrigas parlamentarias...” El Presidente es su garante: “El Primer Ministro debe gobernar bajo el control del Presidente en el sentido escogido por los electores”. “En caso de desacuerdo en el seno del Gobierno o en el de la mayoría parlamentaria, o de desacuerdo entre el Gobierno y el Parlamento, es por la disolución que ejerce su arbitraje...” (40). Pero la verdad es que si profundizamos en la cuestión, por debajo de la referencia formal, en la etapa de ejecución del programa, al Presidente-garante, al Presidente-árbitro, su dimensión real es y sería—por dinámica externa e interna—la de líder del gobierno y de la mayoría parlamentaria, lógica prolongación del papel asumido en las elecciones presidenciales y de que la segunda ha sido elegida sobre la base de las opciones definidas en la campaña presidencial. Por lo demás, en otras intervenciones, potenciará en un sentido francamente “presidencialista” el papel del Presidente de la República.

El remate del edificio, mejor diríamos su piedra angular, era la constitución de una “mayoría de acción”, de esa mayoría ya apuntada en el párrafo anterior como soporte parlamentario. Defferre lo expresa sin am-

(39) Otras reformas constitucionales que propugnaba eran: La supresión del artículo 16, una reglamentación más estricta del uso del referendun, hacer del Consejo Constitucional un órgano verdaderamente independiente del poder ejecutivo, es decir, aquellos puntos en que más manifiestos habían sido los abusos del poder gaullista.

(40) Discurso en Marsella el 12 de enero de 1964, recogido fragmentariamente en *L'Express* de 16 de enero de 1964, de donde proceden las citas.

bages en la presentación de "Un Nouvel Horizon": "Ser elegido Presidente de la República gracias a hábiles maniobras de estilo "politicastro", conciliándose el suficiente número de formaciones para vencer, no tiene, a mis ojos, ningún sentido e interés." "Ser elegido, sin la constitución de un núcleo mayoritario coherente, después de una confusa lucha entre un gran número de candidatos, es correr el riesgo, prácticamente seguro, de encontrarse en presencia de una Asamblea Nacional dividida, sin mayoría coherente; es volver a la inestabilidad, es decir, a una situación inaceptable y peligrosa..." Excluido, pues, de entrada, todo tipo de coalición puramente negativo y heterogéneo, del estilo del "Cartel des Non": ¿Cómo constituir ese "núcleo mayoritario coherente"? ¿Sobre qué bases programáticas, con qué formaciones, qué estructuras?

Esa mayoría de acción debía vertebrarse sobre la base de los grupos y hombres favorables a las opciones que había ido definiendo, es decir, los partidarios de una política de progreso, que oponer al gaullismo, catalizador circunstancial de las fuerzas conservadoras. Es más, la tarea más urgente del momento era reanimar y organizar al "partido del movimiento", de tal modo que si la elección presidencial ofrecía una ocasión óptima para ello, tal tarea, nos dirá, es la principal razón de su empresa: sin ella, nada vale ésta; con ella, aún perdida la elección, queda abierta la puerta del futuro. Ahora bien, la posibilidad política de las fuerzas del progreso, del movimiento, pasa por una profunda renovación. A este respecto, hacen observar los autores de "Un Nouvel Horizon" que "desde hace un siglo y medio, el "partido del movimiento", si ha obligado a los conservadores a moverse, no ha logrado gobernar más que algunos pocos años... no ha sido capaz de organizarse duraderamente para ofrecer a los ciudadanos una verdadera alternativa de gobierno." Esa renovación requiere conjuntamente, a su juicio, una adaptación a las realidades francesas y a los datos de la experiencia de los diversos sistemas, la superación de antiguas divisiones, nuevas estructuras. A lo primero respondían el análisis y las opciones subsiguientes estudiadas anteriormente. Sobre esa base sería posible unir a una serie de hombres a los que no separa nada esencial si son capaces de abandonar ciertos clichés y vencer viejas suspicacias, bien entendido que este acuerdo es, además, indispensable para obetener una mayoría en las elecciones. Concretamente, el llamamiento de Defferre se dirigirá desde el M. R. P. hasta el P. S. U. pasando por los Radicales y afines y la S. F. I. O., sin olvidar los Clubs y las personas no adscritas a ninguna organización, pues existía la voluntad de no limitarse a los aparatos partidistas; o sea, a las fuerzas de centro e izquierda. De ahí el cuidado con que trataría el problema de la escuela—gran motivo de división entre el

M. R. P. y los partidos laicos de centro-izquierda—buscando soluciones conciliadoras.

Operación que culminaría en la propuesta de integrar estas fuerzas, superando la mera coalición electoral siempre sujeta a las voluntades cambiantes de los coaligados, en una verdadera organización permanente (dotada de una disciplina interna suprapartidista, y con auténticas delegaciones de “soberanía”), si lo suficiente laxa al principio, con el objetivo claro de una cada vez mayor integración, hasta poner las premisas, por lo que concernía a la izquierda, de una estructura bipartidista en Francia: sería la “Federación Demócrata-Socialista”, cuyo proyecto defendería Defferre en el Congreso de la S. F. I. O. de los primeros días de junio de 1965, ligando la continuación de su empresa a su éxito, y el fracaso del cual le conduciría a retirar su candidatura a finales del mismo mes, creando un gran vacío.

Como se ve, el Partido Comunista quedaba excluido. ¿Pero, acaso, el ostracismo de éste no ha sido la causa de que se haya frustrado toda auténtica política de izquierda en Francia? Defferre y su equipo lo reconocían, mas para afirmar a continuación que, por otro lado, una alianza con él en las circunstancias actuales, les haría perder en el centro y aún en la misma izquierda los votos necesarios para obtener una mayoría de gobierno, aparte de que sería una alianza sin contenido por ser muy graves las divergencias subsistentes. Lo que había que hacer era forzar al Partido Comunista a una profunda transformación, renunciando a sus tesis extremistas, democratizándose; un acuerdo en la hora presente, consagrando su reintroducción en el circuito político, en vez de acelerar su evolución, la frenaría. En cambio, la constitución a su lado de una potente fuerza de centro-izquierda de vocación mayoritaria, contribuiría poderosamente a esa evolución. Pero con los ojos puestos en la elección presidencial inmediata, rechazando como acabamos de decir toda negociación y aún el sostén formal del Partido Comunista para no enajenarse los apoyos del centro, sin embargo, pensando en los necesarios votos comunistas y ante la afirmación del P. C. de que en vista de que se rechazaba toda conversación con él presentaría un candidato propio, se le ponía entre la espada y la pared: si así lo hiciese, se le decía, eso haría solamente el juego a De Gaulle, sin obtener ningún beneficio propio...

¿Qué acogida tuvo la empresa de Defferre? ¿Por qué fracasó el proyecto de “Federación Demócrata-Socialista”? Era de esperar la reacción desfavorable del Partido Comunista—que reclamaba la negociación de un programa común entre todas las fuerzas de izquierda y denunciaría vigorosamente el proyecto de alianza centrista de Defferre—después de lo

dicho en el párrafo anterior. Igualmente negativa, y por similares razones, fue la reacción del Partido Socialista Unificado. Pero dado que con el primero ya no se contaba y respecto al P. S. U., si de gran calidad representaba una fuerza electoralmente muy minoritaria, lo que, en definitiva, motivó la retirada de Defferre fue la imposibilidad de lograr un acuerdo entre el M. R. P. y la S. F. I. O. La conjunción de estas dos fuerzas en el seno de la "Federación Demócrata-Socialista" sí que era pieza esencial si quería ver luz el vasto agrupamiento de Centro-Izquierda proyectado por Defferre, del que esos dos partidos constituían precisamente sus alas derecha e izquierda respectivamente. Globalmente, fue el que estaba destinado a ser su centro, el Partido Radical y afines, el que más apoyó el intento federativo y, en general, la empresa de Defferre.

El M. R. P.—sus congresos y reuniones de 1963, 1964 y 1965 son testigos de ello—estaba lleno de perplejidades sobre la política a seguir, respondiendo seguramente a la contradicción interna que aqueja de antiguo a este partido, debatiéndose entre un electorado en mayoría de derecha, unos militares inclinados por lo general a la izquierda y unos directivos buscando una síntesis pero, a la vez, atraídos en diversos sentidos. Después de haber sido uno de los que con más insistencia habían predicado la necesidad de un reagrupamiento que superase viejas divisiones, sus preferencias iban mayoritariamente a una fuerza centrista, bien que sin precisar nunca de modo claro sus límites. Su actitud ante la candidatura y los proyectos federativos de Defferre era ambigua, no exenta de suspicacias, aunque, a decir verdad, más que a causa del propio Defferre, de su partido—la S. F. I. O.—y de las posiciones que venía adoptando bajo la inspiración de su secretario general Guy Mollet, a menudo en contradicción con las del candidato a la Presidencia de la República.

Esta divergencia entre ambos dirigentes de la S. F. I. O. será, en efecto, capital a lo largo de la campaña del alcalde de Marsella y a la hora de poner en marcha la Federación. Reduzcámonos a este último episodio que la resume y veamos los argumentos desarrollados por Guy Mollet y otros dirigentes del partido en contra de la Federación tal como la pensaba Defferre, en el congreso de la S. F. I. O. de junio de 1965, en el que se discutió su proyecto. El principal será la fidelidad al socialismo—Guy Mollet se declarará "no conservador del partido, sino del socialismo"—y la denuncia de un abandono de éste bajo la capa de "no sé qué socialismo moderno" que ha querido definir Defferre (41); de ahí el equívoco,

(41) Uno se podría preguntar fundadamente si la fidelidad al socialismo ortodoxo de la mayoría de los dirigentes de la S. F. I. O. que atacaban a Defferre y, en especial, de Guy Mollet, no es puramente verbal. En efecto, por lo que con-

proseguirá Guy Mollet, de llamar “Federación Demócrata-Socialista” a esa Federación que, en rigor, dada su denominación, solo debería reunir a los auténticos socialistas demócratas (por oposición a los comunistas), pero que, gracias a ese pseudo-socialismo, se abre a los liberales, o sea, al centro. El se declarará en contra de ella y partidario por el momento de una “Federación de la Izquierda Demócrata y Socialista”, es decir, de los radicales y los grupos socialistas puros, con exclusión del M. R. P. (42). Con ello incidimos en otro de los motivos de la oposición: aparte una vieja animosidad de Guy Mollet hacia el M. R. P. (43), la posición conciliante de Defferre en el problema de la escuela, cuando el laicismo es uno de los principios de la S. F. I. O. Finalmente, algunos miembros de la S. F. I. O. querían dejar una puerta más abierta—tampoco demasiado—a un eventual acuerdo con el Partido Comunista. Todo esto sin olvidar otros motivos no confesados pero igualmente decisivos: el temor del Secretario General de la S. F. I. O. de perder el control de su partido y esa posición de árbitro de la izquierda francesa que, gracias a su gran habilidad maniobrera, ha sabido conservar durante tantos años. Llegado el instante de las votaciones, aunque en un primer voto indicativo Defferre obtuvo la mayoría, como ésta fue muy corta, hubo de buscar, para preservar la unidad del partido socialista, un texto conciliador, que aprobaría después el Congreso casi por unanimidad. En verdad la moción daba el visto bueno al proyecto de Defferre, conservando sus líneas esenciales, bien que con algunas matizaciones en el sentido de las tesis de la oposición, que se revelarían a continuación importantes, en el momento de la discusión con los eventuales “partenaires” de la Federación, así como influirían sobre éstos la atmósfera revelada en el Congreso con la fuerte oposición a Defferre, a pesar de que se reflejase poco en el texto final.

Estas negociaciones, celebradas en el mismo mes, fracasarían, sobre

cierne al último, el contraste es chocante entre su verbalismo revolucionario y la política que ha seguido como dirigente del partido y hombre de Estado, decididamente centrista y, en ocasiones, ultraderechista, sobre todo, en política exterior (recuérdese: Suez, Argelia).

(42) Esta “pequeña” federación, por oposición a la “grande” de Defferre, es la que acabará por triunfar después del fracaso de aquella con el título de *Federación de la Izquierda Demócrata y Socialista* (la conjunción “Y” facilitaba la entrada de los liberales de izquierda: fue introducida por sugerencia de los Radicales). El acto de constitución suscrito por la S. F. I. O., los radicales, la U. D. S. R. (el partido de Mitterrand) y algunos clubs, fue firmado, a reserva de ulterior ratificación por las instancias soberanas de las organizaciones firmantes, el 10 de septiembre de 1965, justamente al día siguiente de presentar su candidatura F. Mitterrand, quien, como consecuencia de su liderazgo en las presidenciales, sería elevado a la presidencia de la Federación.

(43) De M. R. P. dirá Guy Mollet que “no está en Francia, sino en el Vaticano”, similar a la sentencia aplicada al Partido Comunista que, según él, “no está en la izquierda sino en el Este”.

todo, a causa de las discrepancias entre el M. R. P. y la S. F. I. O. El primero o, mejor, la mayoría de él, mostraría sus recelos ante el larvado colectivismo que decía dominaba amplios sectores de la S. F. I. O., ante la apelación al socialismo. El problema de la Escuela sería otro de los obstáculos, así como el de las relaciones con el Partido Comunista; a más de que, en definitiva, la mayoría del M. R. P. se inclinaba hacia una opción centro-derechista (44). Por su parte, algunos de los negociadores de la S. F. I. O. no se mostrarían dispuestos a ceder, respondiendo, por otro lado, a la hostilidad que sentían hacia la federación defferista. La Federación quedaba enterrada y pocos días después Defferre retiraba su candidatura (finales de junio) (45).

Las Candidaturas de Mitterrand y Lecanuet: La coalición de las Izquierdas y el Frente Centrista. La Decisión del General De Gaulle (46).

A) Después del paréntesis veraniego, en los primeros días de septiembre, a sólo tres meses de la elección presidencial, el panorama se presentaba por lo que concernía a esta última francamente oscuro, pues ni el General De Gaulle dejaba traslucir sus intenciones de sí sería o no candidato, ni la oposición, tanto la de centro-derecha, como la de izquierda, parecía mostrar grandes prisas en llenar el vacío dejado por la retirada de Defferre (47), lo cual motivaba pesimistas reflexiones entre algunos de los más autorizados comentaristas sobre el desarrollo de una campaña y una elección preparadas en condiciones tan confusas e improvisadas.

La declaración por la que François Mitterrand anunciaba su candidatura el 9 de septiembre—pocas horas después de que el General De Gaulle

(44) Por otra parte se le había hecho observar a Defferre que, cualesquiera fueran las decisiones del estado mayor del M. R. P., la gran mayoría de su electorado no le seguiría en una opción izquierdista. Esto tuvo que influir indudablemente en la decisión negativa del M. R. P.

(45) Sobre estas negociaciones se puede consultar en español el apartado dedicado al intento Defferre en el artículo de RAFAEL ECHEVARRÍA, *La Elección Presidencial Francesa* (Revista de Estudios Políticos, núm. 144, noviembre-diciembre de 1965).

(46) Debido a las limitaciones de espacio no estudiamos en este trabajo las candidaturas y campañas electorales de Tixier-Vignancour, Marcihacy y el pintoresco Barbu, que como demostró el voto electoral tuvieron escasa proyección. Sin embargo, por lo que respecta al análisis de los resultados, no dejaremos de aludir por su significación peculiar al voto obtenido por el primero, su procedencia, y su destino en la segunda vuelta.

(47) Hasta ese momento sólo habían hecho acto de candidatura Tixier-Vignancour y Marcihacy. Candidaturas no oficiales, claro está, éstas y las posteriores, hasta el momento en que el Consejo Constitucional, después del cierre del plazo de presentación, las constatare oficialmente por reunir los requisitos de presentación exigidos en la ley orgánica correspondiente.

en su conferencia de Prensa reenviase el anuncio público de su decisión a dos meses vista—partía de la constatación de aquel vacío. “A menos de tres meses de la elección presidencial—declaraba—los republicanos resueltos a combatir el poder personal—y yo pienso ante todo en aquellos que, por tradición y por ideal, se reconocen en la izquierda francesa—se encuentran en la incertidumbre. Yo aprobé y sostuve la candidatura de Gaston Defferre. No es posible, después de su retirada, dejar prolongarse por más tiempo una situación que hace el juego del sistema actual. Es por lo que he decidido solicitar los sufragios de los franceses el 5 de diciembre próximo. Será de la incumbencia de las organizaciones políticas como de cada ciudadano en particular determinarse en función de las opciones fundamentales que presiden mi candidatura. En efecto, una tal decisión no sabría fundarse solamente sobre la repulsa de un modo o de un método de gobierno. Se justifica también y sobre todo por las perspectivas que abre a la nación. Se trata, para mí, esencialmente de oponer a la arbitrariedad del poder, al nacionalismo chauvinista (sic) y al conservadurismo social, el respeto escrupuloso de la ley y de las libertades, la voluntad de no dejar escapar ninguna de las posibilidades de Europa y el dinamismo de la expansión ordenado por la puesta en marcha de un plan democrático. Apelo, en consecuencia, a aquellos que no se resignan al abandono de su responsabilidad cívica a unirse al combate por una nueva esperanza” (48).

Lo primero que resalta en este acto de candidatura—como se trasluce claramente de la declaración que acabamos de transcribir—es su carácter estrictamente personal. Queremos decir que no aparece como el resultado de la decisión formal de un partido o de un grupo de partidos presentándolo como portavoz de un programa elaborado por ellos, sino, inversamente, como la consecuencia de una decisión personal de François Mitterrand—bien que previamente éste consultase una serie de dirigentes políticos del Centro-Izquierda y de la Izquierda—, quien llama a los hombres y a las fuerzas de la oposición, y en especial, a los de izquierda, a agruparse en torno a él sobre la base de unas opciones fundamentales que oponer a las del gaullismo. De nuevo, similarmente al caso Defferre, la indecisión de los partidos, respondiendo a unas divergencias que no lo graban ponerlos de acuerdo sobre un hombre y una plataforma, imponían que externamente a ellos en cuanto organizaciones (49), surgiese un catalizador, un aglutinador.

(48) En *Le Monde* de 11 de septiembre de 1963. Aprovechamos la ocasión para rendir un homenaje a este periódico gracias a cuya magnífica y completa información ha sido posible elaborar este trabajo sin moverse de España.

(49) Decimos esto pues F. Mitterrand pertenece a un partido, la pequeña U. D. S. R. y está englobado en otras organizaciones: el parlamentario “Rassemble-

Si, en un principio, el llamamiento de Mitterrand no excluía a ninguna fuerza de la oposición desde el centro a la extrema izquierda, por un lado, el que las fuerzas centro-derechistas agrupadas en el "Comité de los Demócratas" (Independientes no gaullistas, M. R. P. y derecha del partido Radical) confirmasen su intención de hallar un candidato que representase al centro en la elección, debido a la condición demasiado marcada de Mitterrand a la izquierda (50) y a que no excluyese el eventual y cada vez más probable concurso comunista, y, por otro, este último hecho, inclinaron decididamente la candidatura de Mitterrand a la izquierda. Muy pronto éste aparecerá y se presentará a sí mismo como el candidato de la izquierda—de solo y de toda ella sin exclusión.

Este hecho, del que no hay que resaltar la importancia, pues desde la ruptura del 47 la colaboración entre las organizaciones de la izquierda (fundamentalmente la S. F. I. O. y el Partido Comunista) solo había sido esporádica, circunstancial y limitada, se produjo por la voluntad concurrente de F. Mitterrand y del Partido Comunista (en adelante P. C.), no sin obstáculos y vicisitudes, pero decisivamente impulsado por el gran entusiasmo unitario que suscitó en la base, y que la elección no desautorizaría, a pesar del pesimismo sincero de algunos y en contra de las secretas esperanzas de otros.

Ya desde los días que siguieron al anuncio de la candidatura de Mitterrand, se pudo advertir la actitud neutral, expectante, del P. C. y de sus órganos periodísticos, que rápidamente se convirtió en prejuicio favorable para desembocar en apoyo franco. Algún comentarista observó en aquellos días (51) que el P. C. daba la impresión de no querer figurar personal y aisladamente en la elección presidencial, quizás por temor de que al día siguiente de ella se pudiesen contabilizar sus votos y advertir, como en 1958, que un grupo importante de electores habían desertado sus filas; que parecía dispuesto, abandonando su constante reivindicación de la discusión previa de un programa común, a apoyar a un candidato ajeno si éste ofrecía unas opciones mínimamente aceptables y, sobre todo, no

ment Démocratique" y la "Federación de la Izquierda Demócrata y Socialista". Ahora bien, repetimos, que no se presentaba como el mandatario de un partido.

(50) Digamos a una izquierda más política que social. Opuesto desde un principio—desde el mismo 13 de mayo de 1958—e ininterrumpidamente al gaullismo, el principal motivo de oposición es en nombre de la democracia y del respeto a la ley y a las libertades públicas contra el "poder personal". Oposición de la que es buena muestra su libro *Le Coup d'Etat Permanent* (Plon 1964) en que despliega su gran talento polemista en una durísima crítica del gaullismo. Para un sugestivo retrato de Mitterrand ver *Le Monde* de 11-IX-63: *Un Personnage de Roman*; con estas palabras termina su autor, P. Viansson-Ponté, ese retrato: "... Saint-Just para los unos, Julien Sorel para los otros...".

(51) Raymon Barrillon en *Le Monde* de 19-20-IX-63.

pronunciaba una exclusiva, como lo había hecho Defferre, contra él. Es lo que daba a entender su Secretario General Waldeck-Rochet el 17 de septiembre pocos días antes de la Conferencia de Prensa con que F. Mitterrand inauguraría su campaña. Partiendo de una serie de consideraciones: en primer lugar, de que “Los millones y millones de votos que una candidatura única de la izquierda obtendría en la elección presidencial pesarían decisivamente sobre la evolución posterior de la situación política en Francia”; es decir, lo que podríamos llamar la dinámica de la unidad. Después de que “no hay en Francia mayoría de izquierda y de progreso social sin los comunistas” y que “cada vez que una parte de la izquierda ha buscado la alianza con las fuerza de derecha se ha condenado a la impotencia o se ha visto obligada a caucionar una política reaccionaria contraria al interés del pueblo”. Finalmente, de que la retirada de Defferre con el fracaso de su alianza centrista había levantado una hipoteca. Afirmaba la existencia en el momento de unas condiciones favorables a la unión de toda la izquierda en torno a una candidatura si se demostraba buena voluntad por parte de unos y otros. Por lo que al P. C. concernía, la primera condición era acabar con toda exclusiva a su respecto; la exigencia de un programa discutido en común era abandonada en favor de una “plataforma aceptable por todos los demócratas”. Condiciones reproducidas en la carta que Waldeck-Rochet dirigió a Mitterrand pocos días después y a las que éste respondió públicamente en su Conferencia de Prensa de 21 de septiembre, con la que inauguraba su campaña, presentando las opciones fundamentales que presidían su candidatura y pronunciándose sobre la cuestión de lo que se llamó su “superficie electoral”.

Orientándose decididamente hacia la izquierda, no solo no excluye el apoyo comunista, sino que llama a todos los hombres y fuerzas de izquierda a agruparse detrás de su candidatura. Pero el problema estribaba sobre qué bases unir a las organizaciones de izquierda, pues aun prescindiendo de las hondas diferencias que afectaban a la acción a largo plazo (todo el debate entre el P. C. y la S. F. I. O. sobre las vías de instauración del socialismo y la organización política de la sociedad socialista), éstas eran sensibles, por lo que concernía a la inmediata, en política exterior. Abordando este delicado punto, Mitterrand las invita, olvidando lo que las separa, a unirse en el combate contra el “poder personal” (52), para recrear

(52) Quizás sea ya ocasión de definir lo que entendía Mitterrand y toda la izquierda francesa por “poder personal”. Este—en palabras del propio Mitterrand en su alocución televisada de 20 de noviembre (cf. *Le Monde* de 21-22-XI)—consiste en el “abandono de su destino por cerca de treinta millones de ciudadanos franceses en las manos de un solo hombre, en la abdicación de la soberanía popular en provecho de un guía o de un dueño”. Definición que coincide casi exacta-

la "República de los Ciudadanos", a presentar un frente unido evitando candidaturas de dispersión que lo único que harían sería hacer el juego al gaullismo. El cree que sus opciones ofrecen una base mínima aceptable de acuerdo (notemos, aunque dejemos para más tarde la exposición de éstas, que si bien Mitterrand sustentaba en política exterior las posiciones del ala derecha de su coalición—Radicales y S. F. I. O.—, buscó disipar las inquietudes de su ala izquierda—P. S. U. y P. C.—sobre los puntos más sensibles de aquélla). Y si se niega a entrar en la negociación de un programa común—cosa que, subraya, tampoco exigen ahora los comunistas, aunque sí otras organizaciones de izquierda (concretamente el P. S. U.)—, esto no excluye un diálogo sobre sus opciones y todas las aclaraciones necesarias. Entrar en la negociación de un programa común a esta distancia de la elección y dadas aquellas divergencias, sería encerrarse en una "impasse" e ir al fracaso en la elección. Por otra parte, dirá con la vista puesta en las susceptibilidades que había despertado en cuanto al mismo método el intento federativo de Defferre, tampoco es misión suya sustituirse a las organizaciones interesadas en la elaboración de un programa común de gobierno.

¿Ambigüedad? ¿Coalición puramente negativa? ¿Coalición sin porvenir? Ciertamente así parecía ser en gran medida, según denunciaban algunos y se alegraban secretamente otros. Pero la verdad es que Mitterrand, como otrora Defferre, aunque por otros caminos y con distintos métodos, perseguía también designios unitarios y tenía igualmente puesta la vista más allá de la elección presidencial. Mitterrand jugaba principalmente con la baza de la dinámica de la unidad, con la esperanza de que la unión realizada con ocasión de la elección presidencial, si se acompañaba de un éxito electoral, aunque no fuese el triunfo, crearía una potente corriente unitaria que sería difícil romper, forzando a las fuerzas coaligadas en esa coyuntura a entenderse en el futuro para no frustrar los anhelos populares. De esta forma, gracias al hecho mismo de su candidatura unitaria, se avanzaba un paso importantísimo en el camino del entendimiento de las fuerzas de izquierda, imposible de lograr en esas circunstancias a base de una negociación en regla entre ellas, en el caso poco probable de que

mente con la que daba Lamartine en 1840 del poder de Napoleón I: "... cuya voluntad se sustituyó durante diez años a las leyes, a las voluntades, al destino de su país". Es lo que se ha llamado "Personalización-sustitución" (cf. el rapport de Dupuy en *La Personnalisation du Pouvoir*, ya citada). El profundo entronque del P. C. en la tradición republicana francesa se advierte en la coincidencia, con los otros partidos de izquierda, en esta forma de tratamiento del poder personal; ahora bien, al lado de ésta, el poder personal es denunciado—según el tratamiento marxista de la personalización—como camuflaje, instrumento del dominio de los grupos capitalistas (cf. el rapport de Dupuy en Id.).

la derecha de la coalición (Radicales, S. F. I. O.) se hubiese prestado a una negociación con los comunistas.

Es más, aprovechando la autoridad que le daba su posición, que hacía de él en ese momento el líder de la izquierda (53), afirmó repetidamente su intención, respetando la competencia de los partidos, de laborar con todos los medios a su alcance—elegido o no Presidente—por la conclusión de un pacto electoral—concretamente para las elecciones legislativas—entre las fuerzas que le sostenían. Pacto que, en caso de éxito, debía desembocar en un contrato de gobierno. Y de los que no excluía a los comunistas pese a la prudencia con que se manifestó sobre esta cuestión, quizás para no chocar de frente con el ala derecha de su coalición. A ese fin, como marco de discusión, como “línea de partida de la izquierda moderna”, como base de un programa mínimo de gobierno, avanzó en su Conferencia de Prensa de 17 de noviembre—pronunciada delante de una concurrencia en la que figuraban los secretarios generales de la S. F. I. O. y del P. C.—una serie de proposiciones sobre la base de las opciones que presidían su candidatura—opciones que, señaló aquí y en otros lugares, por el hecho mismo de apoyarle suscriben los partidos que le sostienen—, pero explicitándolas y, además, como fue observado, con un desplazamiento a la izquierda de sus posiciones (54). Esfuerzo éste que ha proseguido Mitterrand—desde su posición de presidente de la “Federación de la Izquierda Demócrata y Socialista”—en los meses transcurridos desde la elección presidencial a fin de que la izquierda se pueda presentar como una solución eficaz de recambio en las no lejanas elecciones legislativas. No sin tropezar con muchos obstáculos y sin que se hayan dejado de criticar sus métodos (55), así como su ambigüedad actual, tal vez a pesar suyo, en la cuestión de las alianzas, necesarias a la “Federación” para obtener una mayoría parlamentaria: ¿prolongación de la coalición presidencial con el P. C. o apertura al “centro” de Lecanuet?

(53) Y no solo momentáneamente, pues uno de los fenómenos más interesantes de la elección presidencial es la proyección, más allá de la campaña electoral, del liderazgo asumido en ésta tanto por Mitterrand como por Lecanuet. Ambos consecuencia de la dinámica de la elección presidencial.

(54) En *Le Monde* de 19-XI-65. Digamos que, de todos modos, tanto en política exterior como en la económico-social, Mitterrand permanecía en una línea de izquierda moderada. Así, a propósito de las nacionalizaciones, aunque en principio se declaraba favorable a ellas, parecía sólo propugnarlas cuando “una o varias personas ligadas por intereses comunes, puedan controlar todo un sector de la economía y pesar sobre las decisiones políticas del Estado”. Sin embargo, hay que reconocer que, con respecto a Defferre, se inclinaba más a la izquierda. ¡Sobre Mitterrand también operaba—y ello daba la razón al P. C.—la dinámica de la unidad! Así como obraría sobre las posiciones de los comunistas.

(55) Así, el que haya concentrado sus esfuerzos sobre todo en el plano organizativo, estructural, más que en el programático, lo que se ha considerado por algunos como estéril a la larga.

Fue la consideración de las perspectivas que abría a la unidad de la izquierda, que, además, por lo que a él concernía, rompía con el aislamiento de casi veinte años, operando su reintroducción en la vida política, lo que decidió al P. C. a aportarle su pleno sostén. Como declaraba la resolución de su Comité Central del 23 de septiembre: "La unión realizada en la etapa de las elecciones presidenciales creará unas condiciones favorables al desarrollo ulterior de la unidad obrera y a la unión de las fuerzas democráticas para la conclusión de un programa común, base de un amplio agrupamiento necesario para vencer al poder personal." Y por eso, también, más tarde, acogerá favorablemente las proposiciones de F. Mitterrand como base de discusión de ese programa común de todas las fuerzas de izquierda (56).

Muy otra fue la actitud del Partido Socialista Unificado, que denunciaría por boca de su secretario general Edouard Depreux la "indigencia y banalidad" de las opciones de Mitterrand desde una perspectiva socialista, así como la fragilidad de una coalición realizada sin discusión sobre el fondo y sin compromiso firme para el porvenir, extrañándose de que el Partido Comunista, a cambio de su "reconocimiento", de la no exclusiva, estuviese dispuesto a renunciar a su exigencia inicial de la discusión de un programa común y a apoyar a alguien "que no representa en nada al movimiento obrero y que no acepta siquiera negociar con sus representantes" (E. Depreux) (57). Solo la intervención de algunos hombres como Daniel Mayer y P. Mendes-France impidieron que el Comité Político del P. S. U. rechazase pura y simplemente la candidatura de Mitterrand en su reunión del 21 de septiembre, reservando su decisión hasta la reunión de su Consejo Nacional el 16 y 17 de octubre. Este decidió finalmente apoyar a Mitterrand casi a su pesar, pero la decisión del P. C. no le dejaba abierta otra alternativa so pena de figurar solitariamente y sin real trascendencia dada su escasa fuerza electoral. Así la resolución de su Consejo Nacional, después de deplorar que "no nos haya sido posible impedir que el viejo aparato de la S. F. I. O. impusiese una combinación táctica que le permite evitar la discusión sobre el programa y le deja las manos libres para prever futuras coaliciones centristas" (alusión explícita a las declaraciones de Guy Mollet que en seguida comentaremos) y que "El P. C. haya dado su

(56) Decía el editorialista de *L'Humanité* en el núm. de 18-XI-65, al día siguiente de la Conferencia de Prensa en que Mitterrand había avanzado sus proposiciones: "... (ningún partido) recusa lo esencial y pone en causa la orientación general", y Waldeck-Rochet declaraba en el mitin comunista de unidad y apoyo a Mitterrand celebrado el 23 de Noviembre: "Saludamos esta iniciativa (las proposiciones de Mitterrand) con vistas a favorecer la unión de las fuerzas de izquierda más allá del 5 o 19 de diciembre".

(57) Editorial de "Tribune Socialiste", cf., *Le Monde* de 23-IX-65.

caución a tal operación”, afirmaba que la candidatura de Mitterrand, tal como se presentaba, “no responde a nuestros objetivos”, pero que, sin embargo, “el mecanismo plebiscitario impuesto por el General De Gaulle nos impondrá el 5 de diciembre una elección muy simple: o el régimen o Mitterrand” (58). Sin embargo, según avanzaba la campaña y, sobre todo, después del éxito de la primera vuelta, desmintiendo sus pesimistas previsiones iniciales, las perspectivas que abría a la unidad parecieron modificar en un sentido más favorable la actitud del P. S. U. Parejas consideraciones—y la citamos por su autoridad intelectual—determinaron la actitud primitivamente condenatoria de la revista “Les Temps Modernes”, dirigida por Jean Paul Sartre, el cual, no obstante, apartándose de su postura primitiva, inclinada a la abstención, decidió finalmente votar por Mitterrand, bien que, más que por él, “contra el poder personal y contra la huida a la derecha de los socialistas” (59). En definitiva, dos estrategias, a través de los puntos de vista del P. C. y del P. S. U. con un reflejo en las publicaciones de izquierda (60), se enfrentaban: la de los que creían en la “dinámica de la unidad” y la de los que pensaban que una unión efectuada en tales condiciones se rompería al día siguiente de la elección, que verdaderamente nada positivo era posible sin un previo acuerdo programático—que aportase además, lo que no era el caso con Mitterrand, perspectivas reales a una política socialista—y un compromiso firme de aplicarlo.

Hay que reconocer que la conducta de la S. F. I. O.—concretamente los propósitos de su secretario general y de los hombres más próximos a él—justificaban estos últimos temores, a pesar del apoyo oficial de ese partido a Mitterrand. Los mismos que habían condenado y arruinado la empresa de Defferre, parecían no contemplar la candidatura de Mitterrand, sino como un expediente para “pasar el escollo de las presidenciales” (Duverger) y la unión realizada en torno a él como una coalición puramente negativa, simplemente antigauillista, y, por lo tanto, esporádica, destinada a desaparecer después de la elección; en síntesis, después de boicotear la apertura al centro, parecían boicotear la unión de las izquierdas. En efecto: ¿Acaso no escribía Claude Fuzier editorialista de “Le

(58) Cf., *Le Monde* de 19-X-65. No obstante, una minoría hubiese deseado un apoyo más firme a Mitterrand.

(59) Razonamiento inverso—y a él aludía concretamente J. P. Sartre—al del director de *L'Express*, quien deseaba que la distancia entre los votos obtenidos por Mitterrand y Lecanuet no fuese demasiado grande para evitar que los socialistas se sintiesen atraídos por el “Frente popular” (cf., *L'Express* de 29 de noviembre 5 de diciembre). La declaración de Sartre en *Le Monde* de 4-XII.

(60) El punto de vista de la dinámica de la unidad lo sustentaba JEAN DANIEL en *Le Nouvel Observateur*.

Populaire" (órgano de la S. F. I. O.), después de constatar los desacuerdos existentes entre su partido y el P. C.: "En que la elección presidencial representaría otra cosa que lo que ha sido hecho *para batir al gaullismo* en las últimas elecciones legislativas, cantonales y municipales"? (61). Pero lo más grave aconteció cuando Guy Mollet, en unas declaraciones a un redactor de la Emisora radiofónica Europe-I, difundidas el 1 de octubre, parecía mostrarse dispuesto, en una eventual segunda vuelta, a abandonar a Mitterrand en pro de Antoine Pinay, como candidato más apto para derrotar a De Gaulle, "puesto que el objetivo es vencer a De Gaulle o al candidato gaullista, lo que aparejaría inmediatamente nuevas elecciones legislativas que podemos ganar". Pese a las explicaciones que dio Guy Mollet de sus propósitos, la impresión causada fue penosísima y la repulsa casi unánime en la izquierda, desde algunos hombres de su partido—así Defferre—hasta el P. C. El cual, a través de "l'Humanité", se negaba a escoger entre "la peste y el cólera", entre De Gaulle y Pinay, "ese redomado reaccionario, defensor de los intereses capitalistas", autor del antisocial primer plan de estabilización gaullista, y por boca de F. Billoux preguntaba: "¿De qué serviría acabar con el poder gaullista si fuese reemplazado por un sistema igualmente reaccionario?" (62). Pero, aquí también, la dinámica de la unidad pareció obrar sobre la S. F. I. O.: ¿No se declaraba dispuesto el mismo Guy Mollet, hacia el final de la campaña, a aceptar un "Frente Popular", aunque no una "Democracia popular" (tipo Este)?

En cuanto al Partido Radical, fiel a sus tradiciones, dividió su apoyo entre Mitterrand y Lecanuet. Si la mayoría (al parecer alrededor del 75%), con su recién elegido Presidente René Billères, se inclinó por Mitterrand, una minoría conducida por el Presidente saliente Maurice Faure lo hizo por Lecanuet (¡Maurice Faure participó públicamente en la campaña de Lecanuet!). La moción votada en su Congreso de Lyon de fines de octubre reflejaba estas paradojas de la política Radical, destinadas a salvaguardar la unidad (?) del Partido a toda costa: "El Congreso del Partido Radical-Socialista... aprecia el alcance y el valor de la candidatura de Jean Lecanuet pero, fiel a sus tradiciones de partido de izquierda, reco-

(61) Cf., *Le Monde* de 26-27-IX-65.

(62) Las declaraciones de Guy Mollet en *Le Monde* de 3-4-X. Para las reacciones suscitadas, los números de los primeros días de octubre. Hagamos notar que, de todos modos, las explicaciones que dio Guy Mollet en *Le Populaire* confirmaban que para él el objetivo principal de la elección era batir a De Gaulle, de acuerdo, por otro lado, con su minimización de la significación y valor de la elección presidencial.

mienda a sus militantes sostener la candidatura de François Mitterrand" (63).

Por lo que se refiere a las fuerzas extrapartidistas, si la mayoría de los Clubs apoyaban la candidatura de Mitterrand, de los Sindicatos obreros, sólo la C. G. T. le aportó su sostén formal; los otros—C. F. D. T., F. O.—si condenaron firmemente la política gaullista y pidieron a sus afiliados votar de conformidad con los objetivos de sus organizaciones, sin embargo, fieles a la regla de oro del sindicalismo francés, rehusaron recomendar una candidatura expresa. La misma actitud adoptó la C. G. C. ("Confederación General de Cuadros"). En cambio, la "Federación de la Educación Nacional" (F. E. N.), sin mencionar expresamente a Mitterrand, señalaba, no obstante, que solo un candidato inscribía entre sus opciones fundamentales la prioridad de las prioridades a la educación nacional y "la vuelta a los principios republicanos que reservan los fondos públicos únicamente a las escuelas públicas", candidato que no era otro que Mitterrand.

B) La candidatura del Presidente del M. R. P., Jean Lecanuet, al Elíseo, fue el resultado de dos hechos correlativos: En primer lugar, la voluntad de los hombres y fuerzas agrupados en el "Comité de los Demócratas" (M. R. P., Independientes no gaullistas y derecha del Partido Radical) de presentar una candidatura que, entre el gaullismo y la coalición de las izquierdas, representase al "centro" en la batalla presidencial; y, en segundo lugar, la negativa de una serie de personalidades a asumir ese papel. Ahora bien, la primera decisión era, a su vez, la resultante de una serie de consideraciones de signo no convergente.

Como factor negativo, el M. R. P. y los Independientes no gaullistas del C. N. I. (Centro Nacional de los Independientes) no podían ignorar el fuerte impacto del gaullismo sobre su electorado tradicional y que su actitud de oposición en 1962 se había saldado con un fuerte quebranto (64). Es lo que alegarían en su momento una serie de representan-

(63) Cf., *Le Monde* de 26-X-1963.

(64) En efecto, si es cierto que el gaullismo ha mordido sobre los electorados de todos los partidos tradicionales, no es menos cierto que su clientela principal la constituye la tradicional de los partidos de centro y derecha. Por lo que concierne a los resultados de las elecciones legislativas de 1962—celebradas a los veinte días del referendium—comparados con los de las de 1958 en que figuraban asociados al gaullismo, el M. R. P. y los Independientes bajaron respectivamente desde el 11,7 por 100 al 8,92 por 100 y del 20,1 por 100 al 9,06 por 100 de los sufragios (porcentajes ambos de las primeras vueltas). Es verdad que en los votos "Independientes" de 1962 no hemos contabilizado los obtenidos por los "Independientes" gaullistas, pero cabalmente éstos los obtenían asociados al gaullismo. Y si como punto de referencia cogiésemos—sobre la base aquí de los resultados de la encuesta efectuada por el I. F. O. P. y el C. N. R. S. sobre una muestra representativa del electorado—los votos del referendium de 1962, en que, al igual que en la elección presidencial, la

tes del M. R. P. y del centro comentando negativamente la decisión de presentar una candidatura propia frente a la gaullista. Sin embargo, la política exterior de la V República—tanto respecto al Mercado Común y a la construcción europea como respecto a la Alianza Atlántica y la O. T. A. N.—, sobre todo después de la crisis de Bruselas del 30 de junio de 1965 y de los propósitos del General De Gaulle en su Conferencia de Prensa de 9 de septiembre del mismo año, tenían de qué inquietar a esas fuerzas, especialmente al M. R. P., que, como sus otros hermanos de la Democracia Cristiana continental, había hecho de la construcción europea uno de los pilares de su política y había tratado, sin conseguirlo, de modificar desde dentro (como miembro de los gabinetes gaullistas hasta su retirada por este motivo) la política exterior gaullista (65). ¿Cómo caucionar en estas condiciones, explícita o implícitamente, la candidatura gaullista? Además, podían tener la esperanza de que las consecuencias de esa política—de forma inmediata la amenaza que se cernía sobre el Mercado Común—, asustando a amplios sectores del electorado moderado afectados directamente en sus intereses, hiciese acoger favorablemente por parte de estos núcleos una candidatura de signo europeísta si no les chocaba en política interior. Esta era la razón—por motivos inversos aquí—que les llevaba a rechazar la candidatura de Mitterrand, que si satisfacía en principio sus opciones en política exterior, aparecía en la interior demasiado marcada a la izquierda (radicalmente antigauillista, “laica” en la cuestión de la subvención a las escuelas “libres”) y con el agravante del apoyo comunista.

Una última consideración, ésta a largo plazo, inspiraba a los hombres más activos del “Comité de los Demócratas”: preparar el “relevo” del gaullismo, sentar las bases de una estructura que pudiese acoger en su día al electorado de centro y derecha, momentáneamente canalizado en su mayoría por la U. N. R.-U. D. T., a la sombra de la figura prestigiosa del General De Gaulle. Existe, en efecto, la creencia en amplios sectores políticos franceses de que el único aglutinante del relativamente amplio conglomerado de hombres y fuerzas que se reclaman del gaullismo es el General De Gaulle, que la fortaleza actual de la U. N. R.-U. D. T. descan-

permanencia en el poder del General De Gaulle era objeto directo de la batalla, vemos que la inmensa mayoría (el 90 por 100 aproximadamente) del electorado de los Independientes y del M. R. P. no siguió la consigna de sus partidos y votó “sí” (cf., GEORGES DUPEUX, *Le comportement des électeurs français de 1958 a 1962*, en *Le referendum d'octobre et...*, Cahier 142 de la F. N. de S. P., ya citado, pág. 186).

(65) En 1963 hablando del M. R. P. en vísperas de su Congreso de La Baule, decía ANDRÉ LAURENS en *Le Monde* de 24 de mayo: “la vocation européenne du M. R. P. est sans doute ce qui sépare le plus ce parti du gaullisme”.

sa únicamente en la caución del General, en aparecer como instrumento de su acción (66), que el día en que él desaparezca los gaullistas se dispersarán y se repartirán (o volverán) entre las diversas familias políticas; de acuerdo con el hecho fácilmente discernible de que el gaullismo no constituye un cuerpo omnicomprendivo de doctrina, sino que consiste en la fidelidad a un hombre y, en cuanto pensamiento de este hombre, en una cierta idea sobre la grandeza de Francia, cifrada en el nacionalismo, y proyectada eminentemente en el ámbito de la política exterior, lo que condiciona la exigencia de una fuerte unidad interna y de una gran fortaleza del Estado, a cuyo fin hacen falta unas instituciones que aseguren ambas (67); la política económico-social es tomada de prestado a otras ideologías, sobre todo a la liberal-conservadora, por dinámica social e interna; por eso ha podido definírsele: "una despolitización interna mas una política exterior" (68). Pues bien, la tarea de preparar la sucesión del gaullismo la proyectan algunos—tal el líder de los Independientes gaullistas, Giscard d'Estaing—moviéndose en el círculo de la actual mayoría gaullista, aunque conservando su autonomía; otros, desde fuera, con mayor o menor ruptura con el régimen a causa de la política exterior: es, era, el caso de los líderes más activos del M. R. P.—así de su Presidente Lecanuet y de su Secretario General Fontanet, ambos elegidos para estos cargos en el Congreso de La Baule de 1963, el que seguía a la grave derrota del 62—y de las otras personalidades agrupadas con ellos en el "Comité de los Demócratas".

La idea de crear una estructura nueva, dinámica, que superase las viejas divisiones del pasado, es un leitmotiv constante de los Congresos y reuniones del M. R. P. y de las intervenciones orales y escritas de sus dirigentes, desde 1963. Está en el origen del "Comité de los Demócratas". la mayoría de los dirigentes del M. R. P. la conciben como una fuerza centrista, de carácter "democrático, social, europeo", pero sin precisar nunca, como ya dijimos, sus límites, debido a las contradicciones internas de este

(66) Este hecho se ve claro, según ha demostrado MATTEI DOGAN, analizando las profesiones de fe, las proclamas electorales de los candidatos gaullistas, en las elecciones legislativas de 1962: la fidelidad al General es la baza suprema que se juega para atraerse el voto de los electores (cf., *El Poder Carismático en Francia*, Revista de Estudios Políticos, núm. 141-42).

(67) Véase nuestro artículo ya citado *Las Concepciones del General De Gaulle sobre la Presidencia de la República*.

(68) Esto no significa que el gaullismo sea un mero epifenómeno destinado a desaparecer sin dejar ninguna traza, como muy bien han visto algunos analistas, frente a la ceguera de ciertos políticos. Si el partido y la doctrina gaullista en cuanto tales pueden ser transitorios, el gaullismo como fenómeno (con las tendencias que le han acompañado) es la expresión objetiva de una serie de transformaciones y necesidades de la sociedad francesa.

partido de que hablamos también en su momento (69). En todo caso, el fracaso de la "Federación Demócrata-Socialista" de Defferre—que lamentaban a posteriori, ignorando su parte de responsabilidad—y la repulsa de la candidatura de Mitterrand inclinaban decididamente al M. R. P. a la derecha de la balanza política, no sin protestas de su fracción izquierdista. La decisión de presentar una candidatura frente a De Gaulle—no sin protestas de su ala derecha (70)—venía motivada por los factores acabados de estudiar. Como escribía su secretario general Fontanet en el órgano del Partido "Forces Nouvelles", justificando la necesidad de esa fuerza nueva y de una candidatura que la representase en la batalla presidencial: "entre el gaullismo a la hora de su crepúsculo y los carteles negativos de la coalición de las izquierdas" (alusión a las contradicciones internas de la coalición por la presencia de los comunistas) es necesario "abrir una tercera vía"; "los demócratas deben poner en práctica todos los medios para que sea asegurada (en la elección presidencial) la expresión de la corriente demócrata, social, europea..." (71). El Bureau National del M. R. P. en su reunión del 13 de octubre confirmaba esa voluntad apoyándola en igual orden de razones.

Pero, entretanto, y arrancando desde muy atrás, el "Comité de los Demócratas" proseguía la búsqueda de la persona idónea que representase al centro en la batalla presidencial. Era evidente que ni Tixier-Vignancour vinculado a la extrema derecha, ni tan siquiera Marcilhacy, hombre poco conocido, de entre los candidatos declarados, satisfacían las condiciones requeridas. Los primeros esfuerzos se habían concentrado en Antoine Pinay que, por su prestigio en el electorado moderado, era susceptible de quitar muchos votos a De Gaulle (recuérdese las apreciaciones de Guy Mollet). Pero Pinay, a pesar de la insistencia, de los argumentos desplegados para arrancarle una respuesta favorable, persistió en su negativa (primera decena de octubre): seguramente, aparte otros motivos—había declarado muchas veces que solo circunstancias realmente dramáticas le harían salir de su retiro, circunstancias que a su juicio, a pesar de la crisis europea y de la amenaza a la Alianza Atlántica, no existían en ese momento (72)—el razonamiento que hemos recogido al principio sobre

(69) Al final del epígrafe sobre la candidatura Defferre.

(70) Algunos comentaristas franceses han observado recientemente con razón que lo que hace tan difícil los reagrupamientos y aun las mismas coaliciones de los partidos en Francia es que las fronteras cruzan el mismo interior de ellos: la primera condición de una clarificación del panorama político sería una clarificación interna de cada partido.

(71) Cf., *Le Monde*, 9-X-65.

(72) Posteriormente, en unas declaraciones a *Paris-Match*, en vísperas de la alocución del General De Gaulle del 4 de noviembre, Pinay juzgaba bastante posi-

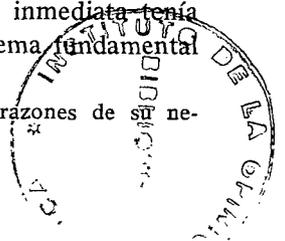
la fidelidad del electorado moderado a De Gaulle pesó en su decisión. La negativa de otras personalidades solicitadas más o menos formalmente—Armand, Roche, Sudreau—abrió la puerta a la candidatura de Lecanuet, quien, a la salida de la reunión del Bureau National del M. R. P. de que hemos hecho mención más arriba, declaraba ante la Prensa: “Si el centro no encuentra una persona que posea un potencial de votos más fuerte que el mío, aceptaría presentarme a la Presidencia de la República” (“Le Monde” 14-octubre). La decisión no podía demorarse más faltando tan solo mes y medio para la elección y con la nada fácil tarea por delante: darse a conocer a la opinión y conquistarla. El día 19 de octubre Jean Lecanuet anunciaba su candidatura.

Situando su empresa, decía en el corto comunicado que hacía pública su decisión: “Hice ya saber que el Centro tendría un candidato en las elecciones presidenciales. Ese candidato soy yo. Presento mi dimisión de Presidente del M. R. P. no para renegar de unas convicciones que son conocidas, sino para mostrar mi voluntad de superar las formaciones políticas existentes. En su reciente alocución, el Primer Ministro no veía el combate sino entre el presente y el pasado. Yo querría abrir así las vías del porvenir.” Y en su Conferencia de Prensa de 26 de octubre, en la que exponía con detalle el sentido de su candidatura y presentaba las opciones fundamentales que presidían ésta, insistiendo en el mismo orden de ideas declaraba: “El problema de la sucesión se plantea. El fracaso del gaullismo radica en no poder resolverlo... Puesto que el 5 de diciembre o un poco más tarde la sucesión se abrirá, ha llegado el momento de prepararla.” Para ello—continuaba—es necesario una fuerza política nueva—que supere las meras yuxtaposiciones de los aparatos existentes y las coaliciones transitorias como la actual de las izquierdas, que responda al deseo de simplificación y garantice la estabilidad—, abierta al porvenir—al contrario del gaullismo—, situada en el centro y capaz, por ello, de asegurar un largo consensus de los franceses, evitando su división en dos bloques antagonistas, “uno dominado por una derecha autoritaria y conservadora, el otro por el partido comunista”, en síntesis: un gran movimiento “demócrata, social, europeo”. “Mi candidatura—concluía—es la única que abre esta vía... los votos que irán a ella tendrán el valor de una incitación al nacimiento del movimiento demócrata” (73).

Como se ve, la candidatura de Lecanuet, si de forma inmediata tenía su razón de ser—como declarará varias veces y hará el tema fundamental

tivamente la política exterior del régimen, iluminando así las razones de su negativa y proporcionando una buena baza a De Gaulle.

(73) En *Le Monde* de 28-X-65.



de su campaña—en la oposición a la política europea de De Gaulle, miraba más allá de la elección presidencial. El número de votos obtenidos en ésta—no pareció abrigar nunca la esperanza de ganar (74)—, a la par que una seria advertencia al régimen para que modificase su política exterior, eran, según confesión explícita, un “test” para su proyecto. Digamos que consideró los resultados suficientemente halagüeños como para anunciar a los pocos días de la primera vuelta, que le había eliminado de la competición, el lanzamiento del “Centro Demócrata” destinado a ser esa fuerza nueva (75).

Hemos visto, igualmente, que se esforzaba y se esforzará, como lo hacía el M. R. P., en situar su empresa presente y futura en el centro. Por eso tenderá puentes, prodigará avances y llamamientos, tanto al gaullismo y a su electorado como a la izquierda no comunista. A los primeros no les descartará de su mayoría parlamentaria en el caso de ser elegido, de incorporarse a su fuerza centrista en el futuro, pues, además, está seguro que muchos U. N. R. en su fuero interno están en desacuerdo con la política del General, miran al centro y, de todos modos, la U. N. R. desaparecerá con De Gaulle. Al electorado gaullista dirá: “Si el General De Gaulle hubiese preparado una democracia real, si hubiese avanzado en el camino de Europa, yo y después otros le habríamos seguido”; insistiendo en que él y sus amigos trataron de modificar desde dentro la política gaullista, encontrando solo desprecio; que no todo es negativo en la labor del régimen, que muchas aportaciones deberán ser conservadas. Con la izquierda no comunista espera llegar a un acuerdo una vez rota la actual coalición contra natura con los comunistas. En los mismos lugares en que apela a la U. N. R., dice: “El apoyo fundamental que yo busco se extiende desde el centro al centro-izquierda. Hay que recoger la iniciativa que no triunfó en tiempos de Defferre. Es necesario que se vuelvan a encontrar todos los hombres que quieren defender el Humanismo social” (París, declaración ante los cronistas parlamentarios); “Este movimiento (al que él aspira) debe ir desde los liberales de progreso hasta los socialistas reformistas” (Lille, 15-XI-65). En Marsella declarará que sus opciones son las de Defferre, que espera el concurso gubernamental de la S. F. I. O. si es elegido (17-XI-65). Otro punto en el que insistirá será el de la superación de la querrela entre laicos y cristianos, invitando a eliminar las últi-

(74) En Lille el 15-XI-65 dirá: “Yo aguardo a lo que suceda el 5 de diciembre, pero, de todas maneras, tengo tiempo. Miro más allá si es necesario...”.

(75) Como en el caso de Mitterrand, la empresa renovadora y unitaria de Lecanuet ha parecido ir perdiendo vigor a medida que la elección presidencial quedaba más lejana. Críticas y obstáculos numerosos se han interpuesto en su camino.

mas suspicacias para converger en un "humanismo social"; la presencia del líder Radical Maurice Faure, que se declara "racionalista", a su lado, es una prueba de ello.

Esto no quiere decir que la campaña del candidato "centrista" se caracterizase por su tibieza, que se abstudiese de criticar fuertemente ciertos aspectos de la política del Régimen, de condenar la coalición de las izquierdas y de tomar posición vigorosamente. Si hemos traído a colación esas manifestaciones es para situar el intento de Lecanuet en su propio pensamiento. Ahora bien, el hecho es que, a pesar de esas aperturas a la izquierda y de sus declaraciones, la candidatura de Lecanuet se situaba claramente a la derecha—o por lo menos en el centro derecha—por muchos factores. En primer lugar, el llamamiento a la izquierda era a costa de que ésta sacrificase lo más esencial de su programa, que se orientase decididamente por el camino del revisionismo propuesto por Defferre pero llevándolo hasta sus últimas consecuencias, en suma, que abandonase el socialismo si éste significa algo más que una "política social". Al margen de los grandes temas de su campaña, que analizaremos en su momento, digamos que Lecanuet rechazará cualquier nacionalización, hasta aquellas que había propugnado Defferre (nacionalización de los Bancos de negocios, municipalización del suelo urbano, Burdeos 7-XI-65). Si es cierto que defenderá la necesidad de la planificación, que rechazará "el *laissez-faire* anárquico", que dará la prioridad a las inversiones sociales, el canto sin contrapunto a la iniciativa privada motor del progreso, a la empresa privada, a la economía de Mercado, a las libertades económicas fundamento de las demás es constante, a la par que la condenación sin matices de la colectivización. Situándose a la derecha del gaullismo en política exterior, defenderá firmemente la intervención americana en el Vietnam (Annecy 29-X, Lille 15-XI). Frente a la izquierda unida en este punto, la subvención a las escuelas "libres". En segundo lugar, la crítica del gaullismo, si prescindimos de la política exterior donde estaban en juego dos filosofías de las relaciones internacionales, era lo que podríamos llamar una mera crítica de gestión, no de estructura. Por último, las fuerzas que sostenían su candidatura la marcaban indudablemente con un signo centro-derechista, como no dejaron de señalar los militantes del ala izquierda del M. R. P. (así los de los movimientos de Acción Católica obrera). Aquéllas eran, en principio, las agrupadas en el "Comité de los Demócratas", que debía constituir además el embrión de esa formación centrista a cuyo nacimiento ligaba su candidatura.

El primer apoyo vino de su propio partido, el M. R. P., que en una

resolución de su Comité Nacional votada por unanimidad (76) invitaba a sus miembros “a aportar su más activo sostén a la campaña de Jean Lecanuet, dando su adhesión personal a la asociación para la candidatura demócrata”; para acabar deseando que “el conjunto de concursos que recoja la campaña de Jean Lecanuet permita el nacimiento de una fuerza política nueva asegurando el porvenir del país y la estabilidad de la República” (de nuevo la ausencia de cualquier alusión a los linderos de esa fuerza, lo que permitía acallar momentáneamente las susceptibilidades de las diversas fracciones sobre su orientación). Bien es verdad que dicha decisión había sido tomada en ausencia de aquellos dirigentes del M. R. P., ya francamente gaullistas como Maurice Schumann, ya partidarios de no romper las amarras con el Régimen y, por tanto, de no oponer una candidatura a la gaullista, como Pierre Pflimlin. ¿Qué harían las federaciones departamentales del partido, cuya más fuerte implantación electoral coincide precisamente con las regiones más gaullistas del Este y Oeste de Francia? Lo cierto es que si algunos diputados del M. R. P. con M. Schumann a la cabeza, apartándose de las directrices del partido, decidieron apoyar al General De Gaulle (77), en general las federaciones del M. R. P. no les siguieron en ese camino: así la del “Norte” (Departamento del), a la que pertenecía M. Schumann. El caso más relevante fue el de la federación de Bas-Rhin (Alsacia), una de las más importantes del M. R. P. pero, también, una de las regiones que más masivamente habían votado por De Gaulle, con los porcentajes más altos de Francia en los sucesivos referendums, y de la que formaba parte P. Pflimlin, alcalde de Estrasburgo, su capital la cual se pronunció por una inmensa mayoría en favor de un apoyo sin reservas a Lecanuet, disipando las dudas que existían sobre su actitud. A ella se sumó—colocando en la base de su decisión la unidad europea y la fidelidad a la Alianza atlántica “fundamento de nuestra seguridad”, defendidas con todo vigor por Lecanuet y comprometidas por la política gaullista—P. Pflimlin, quien según avanzaba la campaña se mostró cada vez más severo con el régimen, subrayando que los alsacianos, situados en una región neurálgica, eran muy sensibles

(76) Cf., *Le Monde* de 2-XI-65.

(77) M. SCHMANN hacía de su decisión una cuestión de fidelidad histórica a De Gaulle y veía en la elección presidencial una “ocasión suprema” para que los franceses “den un juicio de conjunto sobre la misión asumida con gloria y fatiga por el General De Gaulle ante nuestra historia nacional desde el 18 de junio de 1940” (cf., *Le Monde* 11-XI-65). A lo que respondería LECANUET que no se trataba de juzgar un pasado prestigioso sino de preparar un porvenir. Pero estos casos de fidelidad son muy frecuentes en el gaullismo, respondiendo a la extraordinaria dimensión de la figura del General, que nadie puede negar sea cual sea la opinión que nos merezcan los diversos aspectos de su política.

a esas preocupaciones. Estos apoyos aumentaron sensiblemente el optimismo de Lecanuet.

Después del M. R. P., el “Centro Nacional de los Independientes”, agrupando el grueso de las fuerzas moderadas (en el sentido específico del término designando una familia política) no gaullistas, recomendó a sus electores el voto a favor de Lecanuet. La moción votada en la reunión de su Consejo Nacional del 6 de noviembre, luego de recordar sus opciones fundamentales—“espeto de la Constitución de 1958 que “exige que el Jefe del Estado sea un árbitro y no un Jefe de partido” (78), vinculación a la Alianza atlántica y al Mercado Común—invitaba a los electores a “dar su confianza a un candidato que responda a estas diversas exigencias, a la vez demócrata, social y europeo”. Y después de declararse “resueltamente dispuesto a cooperar por todos los medios apropiados” al reagrupamiento previsto por Lecanuet, terminaba: “En esta perspectiva el “Centro Nacional de los Independientes y Campesinos” no presenta candidato a la elección presidencial y saluda con satisfacción la candidatura de M. Jean Lecanuet como candidato demócrata. El Centro Nacional recomienda a sus amigos unirse individualmente a la Asociación Nacional pro la candidatura de Jean Lecanuet” (79).

Ya vimos cómo el Congreso del Partido Radical, para dar satisfacción a los miembros de su ala derecha, algunos de los cuales formaban parte activa del “Comité de los Demócratas” y eran partidarios de Lecanuet, rindió un homenaje en su moción final a la candidatura de Lecanuet. La libertad tradicional de que gozan los miembros de ese partido permitió a esa fracción, con M. Faure a la cabeza, aportar un sostén público a Lecanuet. Notemos, además, que eran muchos en el partido Radical los que si, puestos en el dilema, daban su apoyo a Mitterrand, deseaban, no obstante, que los puentes no fuesen rotos con el candidato centrista y, paralelamente, no contemplaban la marcha con los comunistas sino como circunstancial, complaciéndose en subrayar que Mitterrand no había adquirido ningún compromiso con el Partido Comunista, recordando en la ocasión con evidente nostalgia el proyecto de Defferre que siempre encontró amplio eco en el Partido Radical (80). Aquella era, también, la actitud del propio Defferre y de sus amigos en la S. F. I. O.

(78) Sin embargo, LECANUET defenderá la concepción del Presidente-líder, impuesta, dirá, por la mecánica de la elección presidencial.

(79) Cf., *Le Monde* de 7-8-XI-65.

(80) Así, el autor de la ponencia sobre la elección presidencial—partidario de Mitterrand—declaraba: “Es entre ellas (entre las candidaturas de Lecanuet y Mitterrand) que hay que escoger, pero no debemos en ningún momento olvidar que tendrán que suscribir en el futuro un amplio acuerdo de asociación para res-

Una caución importante para Lecanuet fue la de Jean Monnet, uno de los "padres" de Europa, en razón del decidido europeísmo de aquél. En cambio, recibió otras más comprometedoras para su proyección centrista, tales como la de algunas personalidades de la extrema derecha; la del Movimiento Poujado; la de la mayoría del "Centre Républicain" (resultado de una antigua disidencia derechista del Partido Radical, a causa de la guerra de Argelia), el cual dio como consigna a sus adherentes—y en eso encontró la unanimidad—el poner todo en práctica para "separar al gaulismo del poder" (81). Esta era la suprema consigna de la extrema derecha, que después repartía sus preferencias entre Tixier-Vignancour y Lecanuet, pero que estaba dispuesta a votar por Mitterrand en la segunda vuelta con tal de derrotar a De Gaulle.

C) Después de mantener durante largo tiempo la incertidumbre sobre su candidatura, aunque según avanzaba el tiempo la opinión se generalizaba de que sería finalmente candidato, el General De Gaulle anunció su decisión positiva en su magistral alocución radiotelevisada del 4 de noviembre, una de las mejores en la forma, a nuestro juicio, con independencia de su contenido. Después de evocar su misión salvadora y los largos servicios prestados al país en 1940 y a partir de 1958—"Il y a vingt-cinq ans, lorsque la France roulait à l'abîme, j'ai cru devoir assumer la charge de la conduire jusqu'à ce qu'elle fût libérée, victorieuse et maî traisse d'elle même..."—decía: "Aujourd'hui je crois devoir me tenir prêt à poursuivre ma tâche... convaincu qu'actuellement c'est le mieux pour servir la France." Esta alocución suscitó muchos comentarios críti-

taurar la República y reparar los daños internos y sobre todo exteriores del gaulismo". En igual sentido, la moción por la que el partido Radical daba su adhesión a la "Federación de la Izquierda Demócrata y Socialista", deseaba que dentro del espíritu que había presidido la tentativa de Defferre, "la federación se mantenga abierta a todas las formaciones y a todos los hombres de progreso"; éstos, dado que los Radicales y la S. F. I. O. ya formaban parte de ella, no podían ser otros que los del M. R. P. Esto, junto con las palabras con que aquel ponente acababa su informe—"entonces, una sola solución se me impone a mí, después de haber declarado que, *fuera del gaulismo, no se puede pronunciar contra nadie una excomunión mayor*: el sostén del partido a F. Mitterrand"—parecían confirmar a los que veían en la coalición de Mitterrand una coalición puramente antigaulista, pasajera, fuese cual fuese la voluntad del candidato y la del Partido Comunista, y dada que esta perspectiva era también la de muchos radicales al igual que ocurría en la S. F. I. O. (cf., para estos textos *Le Monde* de 26-X-65).

(81) "El antigaulismo no se divide, se suma", proclamaba uno de los dirigentes del "Centre Républicain". El odio visceral (no cabe otra palabra) que ha levantado De Gaulle entre algunos es paralelo en intensidad a ese fervor suscitado entre otros, de que hablábamos más arriba. Resultado seguramente aquel de sus métodos en la solución del problema argelino y de la impotencia para derribarle del poder.

cos, pues el General De Gaulle parecía no ofrecer otra alternativa que él o el caos, no solo diciendo que tal supondría el triunfo de la oposición, sino pareciendo desconfiar de los mismos gaullistas para asegurar la continuidad del régimen y de la política de la V República (82). La impresión fue tan fuerte y tan explotada por la oposición como prueba de su fragilidad, que la plana mayor gaullista se apresuró a intervenir para recalcar que tal no era el significado de las palabras del General por lo que se refería a la supervivencia del régimen instaurado por él (83). Sin embargo, creemos, que, con independencia de la apreciación sobre el alcance exacto de ciertas palabras, el General De Gaulle estaba convencido de que para llevar a buen puerto sus designios en política exterior era necesaria todavía su presencia en el timón del Estado, que solo él disponía de la autoridad necesaria para ello, dados los obstáculos que habría que afrontar.

Poco diremos de las fuerzas que aportaban su sostén al General. Eran éstas, a nivel político, la U. N. R.-U. D. T. y los Republicanos Independientes (Independientes gaullistas), es decir, las que constituyen la actual mayoría en la Asamblea Nacional. A ellas hay que sumar una serie de personalidades de otros partidos (como el M. R. P. M. Schumann, el radical Edgar Faure, etc.) o extrapartidistas, que abrazaban todo el abanico de las opiniones políticas y de los grupos sociales. Este es un hecho que hay que subrayar: si es cierto que la gran masa del electorado y de los apoyos del General De Gaulle entre las organizaciones se sitúan hacia la derecha del tablero político, no hay que ocultar que, a causa de la orientación de su política exterior, ha ejercido y ejerce un fuerte atractivo sobre ciertas personalidades muy marcadas a la izquierda y sobre una fracción de este electorado, que creen que la política exterior condiciona la interior y que encuentran, desde esta perspectiva, mucho más audaz y positiva la gaullista—cualesquiera que sean sus motivaciones—que la ofrecida por la oposición (incluido Mitterrand). Fue el caso, con ocasión

(82) En efecto, a continuación de las palabras citadas en el texto, añadía: "Puesto que así (con su candidatura) nuestro país se ve ofrecer el mejor medio de confirmar, por sus sufragios, el régimen estable y eficaz que instituímos juntos. Que la adhesión franca y masiva de los ciudadanos me invite a permanecer en mis funciones, el porvenir de la República Nueva estará decididamente asegurado. Si no, nadie puede dudar que se hundirá en seguida y que Francia deberá sufrir—*pero esta vez sin recurso posible*—una confusión del Estado aún más desastrosa que la que conoció antaño" y terminaba su alocución diciendo: "Así, ante todos los pueblos, el escrutinio histórico del 5 de diciembre de 1965 marcará el triunfo o la renuncia de Francia respecto de sí misma. Franceses, yo creo, espero, sé, que ella triunfará gracias a vosotros".

(83) Cf., las declaraciones del Ministro de Información en la televisión el 11-XI-65 (*Le Monde* de 13-XI-65).

de la elección presidencial, de hombres tan significativos como Emmanuel d'Astier (ex-diputado progresista, ex-director de "Liberation"), Pierre Le Brun (dirigente de la C. G. T.), Jean Cau (antiguo miembro de la redacción de "Les Temps Modernes"), Germaine Tillion, etc. (84). Recuérdese a este propósito, para terminar, la desilusión y los temores suscitados en los países del "Tercer Mundo" y aún en los comunistas al conocer los resultados de la primera vuelta (85).

(La segunda parte de este artículo, consagrada al estudio de la campaña electoral y al análisis de los resultados, se publicará en el número siguiente de esta Revista.)

(84) Este policentrismo gaullista, arrancando de estos últimos apoyos y de otros suscitados después por iguales motivos, se ha visto reforzado por lo que concierne a su izquierda con posterioridad a la elección presidencial. Al mismo tiempo, con vistas a las próximas elecciones legislativas se pretende dar una estructuración al vasto frente gaullista que abraza desde los Independientes gaullistas de Giscard d'Estaing a la "izquierda gaullista" pasando por la U. N. R.-U. D. T. ("gaullistas de izquierda", a no confundir con la "izquierda gaullista". Las infinitas matizaciones de la vida política francesa parecen haber penetrado en la familia gaullista).

(85) Limitaciones de espacio, tiempo y de no acceso al material, nos impiden analizar la actitud de los diversos órganos de la prensa diaria y no diaria respecto a los diversos candidatos.

La «responsabilidad social» de los medios de comunicación de masas

Francisco Sanabria Martín

En 1804, Thomas Jefferson, al hacerse cargo por segunda vez de la Presidencia de los EE. UU., dijo en su discurso inaugural: "Nuestro primer objetivo será el abrir amplias avenidas a la verdad. El sistema más efectivo de hacerlo es la libertad de Prensa" (1). La firmeza y discernimiento del pueblo—añadió—ponen de manifiesto que puede oírlo todo, lo verdadero y lo falso, y juzgar con corrección entre lo uno y lo otro.

En 1947, William E. Hocking, acaso el miembro más destacado en los trabajos de la Comisión sobre Libertad de Prensa, escribía: "Si se convierte en principio echar todos los principios en el crisol del debate, ¿qué ocurrirá con los principios que deciden el debate?, ¿qué medio hay de salir de un revoltijo continuamente renovado de hipótesis?" "Lo que el procedimiento actual consigue es eliminar en los participantes la tolerancia y la fuerza mental, si es que todavía no han sido deslumbrados o confundidos" (2). Si bien no toda la Comisión pensase como Hocking, lo cierto es que colectivamente declaró que la Prensa solo es libre para conseguir las metas definidas por su sentido ético y por las necesidades de la sociedad (3).

¿Cuáles son las causas que han determinado este cambio de orientación, desde la posición liberal, individualista e ilustrada de Jefferson, tan entrañable para la filosofía política americana, hasta el nuevo concepto de la función social de los medios de masa?

Ante todo, debe advertirse que no se trata de una mutación brusca, de un giro súbito, pero tampoco de una evolución lentamente acompañada al correr de los últimos ciento cincuenta años. El enfoque de la comunicación *desde la sociedad* y no *desde el individuo* es un producto de postguerra que hunde sus raíces, a lo más, en la actitud revisionista y crí-

(1) *The Writings of Thomas Jefferson*, Memorial edition, Washington, D. C., 1904, v. 11, p. 32.

(2) WILLIAM E. HOCKING, *Freedom of the Press: A Framework of Principle*, U. of Chicago Press, Chicago, 1947, p. 15.

(3) Commission on Freedom of the Press, *A Free and Responsible Press*, U. of Chicago Press, Chicago, 1958, 3.ª edición, pp. 18 y 129.

tica de los años treinta, pero no llega a formularse hasta desvanecido el optimismo de la victoria aliada, y una vez que se ha cobrado conciencia de la nueva situación creada a las democracias.

Tras todo el proceso subyacen causas de carácter ideológico y de carácter práctico; una distinta concepción de la libertad, como pretensión a satisfacer, como necesidad a llenar y no como mera esfera teórica de exención; en consecuencia, una exigencia al Estado de actitudes positivas de prestación y no simplemente negativas de abstención; por otra parte, unos fenómenos que, en materia de comunicación como en materia de economía, contradicen, enturbian y hacen peligrar el orden armónico soñado por el liberalismo.

El proceso, desde el punto de vista ideológico, político, económico y cultural ha sido descrito con minuciosidad y hondura suficientes como para no insistir en ello. La enumeración detenida de los fallos del esquema liberal, de sus abusos abocados a injusticias y desigualdades, ha corrido a cargo de debeladores en ocasiones profundos, en ocasiones parciales o simplemente regocijados, pero, en cualquier caso, numerosos como para no insistir tampoco sobre este extremo trillado.

Lo que rara vez se ha hecho es contemplar la evolución desde la perspectiva científica de la comunicación; o, por mejor decir, desde el ángulo de un pensamiento científico que parte, al elaborar sus conclusiones, de análisis técnicos basados en una visión realista que sus propios métodos de trabajo imponen. El enfoque sociológico ha contribuido a esta visión y —en el terreno concreto que aquí considero—una rama especial, la Investigación de las Comunicaciones de Masa, ha puesto el mínimo de orden y la claridad necesaria para un juicio sereno y desapasionado.

Si la ciencia política puede haber heredado en parte el enfoque polémico propio de las obras de ideología, la Investigación de las Comunicaciones de Masa (4), a la que se han acercado estudiosos de casi todos los campos de las ciencias sociales, se ha visto libre en gran medida—acaso por razones de espacio y tiempo en su nacimiento—de aquel posible lastre, y sus cultivadores arrancan, ya en principio, de una profesión de fe democrática. Si ante ello podría argüirse una eventual falta de objetividad en sus consideraciones, también puede esperarse, por lo mismo, que los defectos que delate no aparezcan como sospechosos de sectarismo.

A partir del paradigma de la concurrencia política y social perfectas

(4) Una breve panorámica del origen y evolución de la Investigación de las Comunicaciones de masa se ofrece en mi trabajo, *¿Hacia una Sociología de las Comunicaciones de masa?*, en *Revista Española de Documentación*, núm. 4, Madrid, 1966.

que preside todo ideal democrático, la Investigación de las Comunicaciones se lanza—con un instrumental acusadamente empírico, de método experimental y razonamiento inductivo basado en hechos, datos y fenómenos obtenidos o provocados a través de investigaciones de campo apoyadas en técnicas muy elaboradas (5)—a estudiar las realidades que se le ofrecen en contraste con aquel paradigma, y lo hace además con una clara intención terapéutica.

Al hacerlo tropieza con que: (a) la sociedad actual presenta unas características bien alejadas de los supuestos ideales previstos para la democracia y, en la medida en que se aleja de ellos, alberga además los factores de un *condicionamiento general* de la comunicación; (b) en consecuencia, ni ésta ni la opinión pública se producen en condiciones puras, sino que están sujetas a *condicionamientos concretos* de orden social y económico, por no hablar de los políticos; (c) por otra parte, la comunicación misma, en cuanto proceso, está sometida a *impurezas*, tanto *en origen* como *en destino*; (d) asimismo, si la comunicación cumple unas funciones positivas, produce también unos *efectos negativos* sobre el todo social; (e) al hacerse cargo de los efectos, la Investigación de las Comunicaciones viene obligada a preocuparse del *papel idóneo* de los medios y, consiguientemente, de su responsabilidad; (f) el problema de la *responsabilidad*, por último, lleva de la mano al problema de las intervenciones que la hagan efectiva.

Intento examinar en este trabajo, con desigual detenimiento condicionado por su propio título y por las consideraciones que dejo hechas, los seis aspectos que sirven de sustento a lo que se ha llamado "*teoría de la responsabilidad social*" de los medios de comunicación de masas (6). Advirtiendo previamente que la palabra teoría es solo en parte adecuada, pues se trata, más bien, de una concepción, de una postura, de una actitud generales respecto al juego adecuado de la comunicación de masas en la sociedad.

(5) Las "técnicas" han sido preocupación constante de la sociología americana; en su proyección concreta al campo de las comunicaciones, véase R. O. NAZIGER y D. M. WHITE, eds., *Introduction to Mass Communications Research*, Louisiana State U. P., 1963. De especial interés para el enfoque general del problema es el cap. I, "Challenge for Communications Research", a cargo de W. SCHRAMM.

(6) Sobre la raíz y fundamentos de esta "teoría", véase F. S. SIEBERT, TH. PETERSON y W. SCHRAMM, *Four Theories of the Press*, U. of Illinois Press, Urbana, 1963; en especial, cap. III, "The Social Responsibility Theory", a cargo de PETERSON, pp. 73-103.

1. La comunicación en una sociedad compleja

El viejo aserto griego de que la democracia solo es posible dentro del ámbito a que puede llegar la voz humana, anticipaba ya las interrelaciones entre comunicación, sociedad y política. Las características propias de la actual coyuntura histórica no son ciertamente las así predicadas. La "polis" griega, el "town meeting" anglosajón, nuestro castizo régimen de "concejo abierto" o el cantón rural suizo, permitían unas relaciones cara a cara y unas comunicaciones primarias, casi antípodas a las de esta época caracterizada por las grandes organizaciones impersonales y extensas, aún a nivel nacional interno.

Si bien es cierto que las relaciones y comunicaciones primarias siguen jugando un papel condicionante de las de masa (7), ¿pueden éstas sustituir a aquéllas en las hipótesis, cada día más frecuentes, de contactos entre grupos alejados y prácticamente desconocidos entre sí?, ¿hay una correlación entre simple contacto y acercamiento, entre relación y participación? La frecuencia, extensión, alcance y omnipresencia de las comunicaciones de masa vendrían en estos casos a jugar el papel de nexo para la producción del consenso a gran escala. Pero si no faltan posturas optimistas al respecto (8), es dudoso que esta función se cumpla, y no está probada—más bien descartada—la analogía funcional y operativa entre comunicación interpersonal y comunicación de masa.

En cualquier caso, ésta goza de una enorme importancia social que de algún modo ha de ser aprovechada en una situación de cambio profundo operado en la sociedad moderna y que ha puesto a la democracia en posición crítica (9). Las nuevas condiciones exigen un replanteamiento de

(7) Cfs., el trabajo clásico de E. KATZ y P. LAZARSFELD, *Personal Influence: The Part Played by People in the Flow of Mass Communication*, Free Press, N. Y., 1955, a partir del cual se han realizado numerosas investigaciones sobre el papel de los grupos primarios como condicionantes de la comunicación de masas.

(8) V. LEWIS A. DEXTER, Introducción a *People, Society and Mass Communications*, "reader" ed. por el autor junto con DAVID M. WHITE, Free Press, N. Y., 1964 "... el telégrafo, el teléfono, la radio, el aparato de televisión y los sondeos de opinión pública hacen posible a los dirigentes hablar directamente a sus audiencias y saber con toda rapidez cómo responde a sus afirmaciones la mayor parte del mundo. Un Presidente americano puede saber en pocos días la postura adoptada por las gentes de Nueva Delhi ante una propuesta suya, en tanto que hace 150 años se hubieran precisado semanas para que George Washington supiera lo que pensaban los pescadores de Maine sobre una sugerencia suya" (p. 3).

(9) "La sociedad democrática moderna está ante la mayor crisis de su historia, porque la civilización técnica ha creado con gran rapidez muy otras condiciones... Los hombres son constantemente requeridos para que aprendan una vez más a vivir unidos. Es un difícil empeño. Cuando se tropiezan con dificulta-

los supuestos de participación, que no pueden limitarse, como van camino de hacerlo, a la emisión de voto, por cuantitativamente amplio que éste sea. Las urnas no pueden expresar una voluntad cuando a la complejidad, y en consecuencia obscuridad, de la vida política, se contraponen el anonimato como rector de la vida social. Porque a todo acto volitivo precede un juicio racional que requiere conocimiento y comprensión de las situaciones; sin tales elementos, el proceso democrático deviene proceso formal, controlado por unos pocos. "Si se piensa la democracia—dice Ranney (10)—en términos prácticos de discusión y de actividad políticas, y no como una "voluntad inorgánica", la necesidad más perentoria es librarse de los obstáculos que pesan sobre la educación del pueblo, sobre la información, sobre el debate, sobre la formación del juicio y sobre el reforzamiento de la responsabilidad."

Se implican, pues, tanto la fuente como el destinatario de la comunicación. Pero este destinatario, esta audiencia, ¿en qué medida es público de la opinión *pública*, y en qué medida es masa? El pensamiento liberal que fue optimista en su confianza en la razón, pecó de ingenuo al no ponderar los factores irracionales de conducta. Blumer ha destacado cómo el efecto primero del advenimiento de una sociedad compleja y masificada es la tentencia a la disociación y al comportamiento irracional de sus miembros (11). Tal tendencia no es, con todo, ni fatal ni necesaria; no es lícito concluir apresuradamente la falta de aptitud de las gentes para comportarse social y políticamente con serenidad y discernimiento (12).

des y discrepancias que no tienen precedente, el hombre se vuelve al Gobierno en busca de ayuda porque le reconoce papel de árbitro. Todas las libertades tradicionales se hallan sujetas a nuevas restricciones y la libertad de prensa no puede escapar a ellas", Z. CHAFEE, *Government and Mass Communications*, Chicago, 1947, p. 78.

(10) JOHN C. RANNEY, *Do the Polls Serve Democracy?*, en *The Public Opinion Quarterly*, X, 1946.

(11) "Bajo las condiciones de vida urbana e industrial modernas, el comportamiento de la masa ha crecido en magnitud e importancia. Se debe, ante todo, a factores que han desarraigado a las gentes de sus culturas locales y de sus asentamientos de grupo. La migración, los cambios de residencia, los periódicos, el cine, la radio, la educación, todo ha conspirado para arrancar a los individuos de su contorno acostumbrado y lanzarlos a un mundo nuevo y más amplio. Frente a tal mundo, los individuos han tenido que hacer reajustes, desasistidos y sin apoyo en sus selecciones. La convergencia de estas selecciones ha hecho de la masa una influencia potente. A veces, su conducta se aproxima a la de la multitud, especialmente bajo condiciones de excitación. A veces, es susceptible de ser influida por estímulos excitantes que provienen de la prensa y la radio, estímulos que actúan sobre impulsos primitivos, sobre antipatías y sobre odios heredados". H. BLUMER, *The Mass, The Public and Public Opinion*, en BERELSON Y JANOWITZ, eds., *Reader in Public Opinion and Mass Communications*, N. Y., 1953, p. 45.

(12) El propio BLUMER, *l. c.*, p. 49, añade: "Debe reconocerse, sin embargo, que el proceso mismo de la discusión y de la controversia fuerzan a una cierta

El despegue que la "teoría de la responsabilidad social" muestra en este extremo respecto de la liberal radica en una consideración más realista, pero no necesariamente pesimista, del proceder humano; con ello no hace más que reflejar "las dudas que la ciencia social y el pensamiento contemporáneos han arrojado sobre la racionalidad del hombre", no en el sentido de su negación, sino en el de la desconfianza de que está dotado para la verdad de manera innata y de que se guíe solo por ella. Por otra parte, los individuos se muestran, más que irracionales, letárgicos, y esta apatía que les aparta del uso de sus dones naturales se extiende también a la vida pública. "El propósito del hombre no es encontrar la verdad, sino satisfacer sus necesidades y deseos inmediatos" (13).

Tales consideraciones no llevan en modo alguno al escepticismo, pero sí a una revisión de los supuestos sobre que venía asentándose la libertad de expresión y sus manifestaciones. Por una parte, aquélla no puede amparar un cultivo interesado de las actitudes emocionales (14); por otra, tanto éstas como la apatía deben ser combatidas como enemigos de la auténtica libertad. Pero, aún con todo, es dudoso que la comunicación así configurada cumpla sus objetivos sociales si se limita a un simple suministro de información. La avalancha de noticias, hechos y acontecimientos, que los medios de masa suministran de manera constante e ininterrumpida, enturbian más que aclaran el juicio individual. La ausencia de restricciones sobre la información no es en sí misma garantía plena de libertad; para ella se precisan, más bien que datos, criterios. Estos criterios que los medios deben proporcionar, se reciben especialmente de los grupos primarios y de la educación, de acción más profunda y duradera, que equipa a los individuos con un bagaje formativo que permite la recepción discriminada del cúmulo de mensajes cotidianos que el sistema de comunicación de masas suministra. Puesto que la sociedad de masas se caracteriza por una disminución del papel de los grupos primarios, "si no se habilita una educación apropiada en escala suficientemente amplia y en plazo suficientemente breve—advierde Kris y Leites en tono perentorio—, la desconfianza y privatización de las masas pueden convertirse en campo abonado para la dirección totalitaria" (15).

dosis de consideraciones racionales y, en consecuencia, la opinión colectiva resultante goza de un *cierto carácter racional*... Quizá lo más exacto sería decir que la *opinión pública es racional pero no precisa ser inteligente*".

(13) TH. PETERSON, en la o. c. de SIEBERT, PETERSON y SCHRAMM, eds., p. 100.

(14) En este sentido, HAROLD D. LASSWELL, *Democracy Through Public Opinion*, Yale, 1941, ya había señalado: "The problem, in general, is to minimize the distorting effects of undisciplined emotion, and to maximize the quest of truth and clarity".

(15) E. KRIS y N. LEITES, *Trends in Twentieth Century Propaganda*, en

Un corolario fundamental puede extraerse de todo cuanto llevo dicho: la cuestión básica planteada hoy día a cualquier sociedad es la producción de un consenso colectivo fundamental. Los medios de comunicación de masas representan en este cometido un papel de trascendencia, si bien no único, por lo que han de arbitrarse los procedimientos para la efectividad de tal misión. Ahora bien, si el consenso pretende obtenerse por vía no autoritaria se hace preciso armonizar vigilancia y libertad. La pregunta es, ¿cómo atribuir a aquellos medios una función integradora sin menegar gravemente su libertad de acción? La "teoría de la responsabilidad social" ha tratado de dar respuesta a este interrogante. "Como toda libertad, la libertad de Prensa (y, en general, la de los demás medios) significa libertad *de* y libertad *para*"; los medios de comunicación deben estar libres *de* compulsiones y presiones y ser libres *para* conseguir las metas definidas por su sentido ético y por las necesidades de la sociedad (16).

2. Los condicionamientos extrínsecos a la comunicación

Las trabas, intencionales o resultantes, impuestas al libre juego de fuerzas en actuación será siempre tema de especial dedicación para quienes profesen en el ideario liberal, muy evolucionado y retocado desde sus enunciaciones primeras. Si el repertorio de cuestiones implícitas en una "clarificación del mercado" es apasionante para el economista, la "clarificación de las informaciones" es asimismo apasionante para el teórico de la comunicación. Existe, pues, una abundantísima literatura en torno al tema de las presiones sociales y económicas sufridas por los medios de masa, del mismo modo que la hay sobre monopolios, trust y cartells. Por esta vía de "restablecimiento del equilibrio", el neoliberalismo siempre estará dispuesto a dejar penetrar al Estado en la Información y en la Economía.

Está fuera de lugar intentar aquí, no ya reproducir, sino resumir las conclusiones en torno al condicionamiento social de los medios; el tema está muy elaborado y bastará con tenerle presente. Parece menos ocioso, sin embargo, destacar la existencia de una corriente que comienza a dis-

la o. c. de BERELSON y JANOWITZ, eds., p. 228. Conviene no olvidar que W. KORNHAUSER caracteriza al hombre totalitario como auto-alineado y orientado hacia el grupo, y a la sociedad totalitaria por la "inclusividad" y debilidad de los grupos intermedios; cfs. *The Politics of Mass Society*, Free Press, Urbana, 1959.

(16) *A Free and Responsible Press*, cit., pp. 128-29.

tinguir entre manipulaciones de la información debidas a presiones al servicio de grupos parciales y las que son resultado del espíritu de integración social. Para que ésta sea posible, sin ocultar las diferencias ni soslayar las discrepancias, ni pueden ni deben ahondarse las unas y las otras. Hay aquí un cambio radical en el modo de concebir el servicio al público y el papel de los medios, un tránsito de la imparcialidad informativa entendida como presentación indiscriminada de todas las caras y posturas, a una imparcialidad informativa entendida como comprensión y conciliación de las caras y posturas que sean conciliables y en lo que tienen de conciliable.

Desde este ángulo de visión, Warren Breed (17) ha realizado un análisis de contenido de la Prensa americana y un estudio de las distorsiones de la información. ¿Obedecen éstas a intereses sociales y políticos concretos?, ciertamente; pero por encima o al margen de ellos se aprecia en la Prensa una defensa y una protección de los intereses y valores predominantes en la sociedad americana. Acaso esto baste; los comunicantes de masas—profesionales y organizaciones—están inmersos, como cualquier ciudadano, en una red social compleja que les otorga una determinada posición, en consecuencia, ún “status” y un “rol”, y por ello unas pautas de conducta orientadas por unos valores propios. A reserva de ulteriores comprobaciones, el estado actual de la investigación parece indicar que entre estos valores, y de forma destacada, figuran el sentido de conciliación y la postura moderadora.

Una consecuencia implícita que se saca de la lectura de estos estudios (18) es que la Prensa americana resulta, en general, abrumadoramente centrista conformista en materia de política interna, y que los semanarios, las revistas, la radio, el cine y la televisión en su función diversiva han creado para la “cultura de masas” un mundo de estereotipos que alientan los prejuicios del americano medio, y mantienen de paso—hay que añadir—muy concretos intereses sociales.

Surge así un nuevo frente en el que la responsabilidad social de los medios es por igual esgrimible frente a los excesos de la libertad y frente a los excesos del conformismo. Libertinaje y apatía dañan igualmente al juego político democrático y a la vitalidad de la sociedad. No en balde,

(17) W. BREED, *Mass Communications and Sociocultural Integration*, en *Social Forces*, v. 37, U. North Carolina Press, 1958, pp. 109-116.

(18) Aparte el de BREED citado, que es de gran interés, pueden verse los de RODNEY W. STARK, *Policy and the Press: An Organizational Analysis of a Metropolitan Newspaper*, *Berkeley Journal of Sociology*, v. 7, 1962, pp. 11-31. y ALEX S. EDELSTEIN y J. BLAINE SCHULZ, *The Leadership Role of the Weekly Newspaper as Seen by Community Leaders: A Sociological Perspective*, en *People*, cit., pp. 221-238.

Lazarsfeld y Merton señalaron, junto a una función de reforzamiento de las normas sociales, una *disfunción narcotizante* de los medios de comunicación de masas (19).

Supuesto que se da en el caso de la parcialidad, ¿existe relación entre el conformismo de los medios y las presiones económicas que sobre los mismos pesan? Hace casi treinta años, Cheney señaló que "El crecimiento de grandes intereses económicos y el desarrollo simultáneo de una actitud crítica hacia alguna de las características del sistema social, tan profundamente afectado por aquel crecimiento, conducen a maniobras para prevenir que tales críticas se extiendan" (20). Aunque no existe un estudio detallado y unitario de las condiciones actuales en este sentido—y, si existe, confieso que lo desconozco—, la situación parece haberse modificado en algún aspecto.

Ante todo, la tendencia a la concentración ha proseguido a ritmo creciente. En los últimos cuarenta años el número de localidades con periódicos en competencia ha decrecido casi en un 90%, lo que hace que un 95% de las ciudades carezcan de empresas rivales de Prensa, de modo que solo en veinticuatro de ellas hay periódicos que compiten a las mismas horas del día. El número de cadenas de Prensa en este tiempo es cuatro veces superior. Cuatro revistas de gran tirada (*Collier's*, *Woman's Home Companion*, *American* y *Coronet*) tenían hasta hace poco catorce millones de lectores; hoy no existen. Más de la cuarta parte de los cuarenta y siete revistas con circulación superior al millón de ejemplares se han desvanecido de la escena (21).

Estos datos sucintos pero abrumadores, entre los que no se han incluido los referentes al dominio internacional de la información por las grandes agencias, delatan una marcha continua hacia una forma poderosísima de control, cuyo único freno es la potencia misma de cada uno de los detentadores. M. Janowitz y R. Schulze (22) han señalado indirectamente cómo en esta situación de oligopolio el mantenimiento de un necesario

(19) P. F. LAZARSFELD y R. K. MERTON, *Mass Communication, Popular Taste and Organized Social Action*, en *The Communication of Ideas*, ed. por LYMAN BRYSON, Harper, N. Y., 1948, pp. 95-118.

(20) EDWARD P. CHENEY, *Freedom and Restraint; a Short History*, en *Annals of American Academy of Political and Social Science*, nov., 1938, epígrafe "Capitalist Interference".

(21) Cfs., W. SCHRAMM, *Mass Communications*, Free Press, Urbana, 1960, nota introductoria al Cap. III; B. H. BAGDIKIAN, *Why dailies Die* y TH. PETERSON, *From Mass Media to Class Media*, ambos en *People*, cit., pp. 205-220 y 250-260, así como las notas introductorias de D. M. WHITE a los artículos respectivos.

(22) M. JANOWITZ y R. SCHULZE, *Trends in Mass Communications Research*, aparecido en francés con el título *Tendances de la Recherche dans le domaine des Communications de masse*, en *Communications*, órgano del "Centre d'Etudes de Communications de Masse" núm. 1, Seuil, París, 1961, pp. 16-37.

contraste de opiniones ha de provenir del mantenimiento de una cierta rivalidad entre las organizaciones productoras que, al menos hasta hoy, se manifiesta. A la fuerza de los grupos de presión y a la fuerza del Gobierno solo puede oponerse la de otros grupos asimismo poderosos y capaces de no sucumbir en una pugna desigual.

Pero, acaso, más grave que la concentración en unas pocas manos sea la disminución pavorosa del espacio dedicado a la información, producto de la incidencia de los factores "tirada" y "publicidad" sobre precios y costes. Las grandes tiradas permiten una cierta tasa impuesta al espacio publicitario. Cuando la insuficiencia de la tirada respecto del coste, manteniéndose fijo el precio, lleva a un aumento de propaganda y anuncios, se corre el riesgo de que el lector abandone el periódico por otro con más información, y de aquí el auge creciente de los "rotativos nacionales". Por este camino se refuerza, una vez más, el proceso de concentración. En todo caso, durante el último cuarto de siglo la publicidad, en algunos diarios, ha pasado del 40 al 60 por 100, y en algunas revistas al 75 y al 80 por 100. Pueden encontrarse periódicos en los que la noticia ocupa una página de cada veinticuatro (23).

Nada más natural que para la "teoría de la responsabilidad social" (aceptando la necesidad de que la Prensa y los demás medios, en cuanto instituciones, sean financieramente autosuficientes, lo que evita presiones externas), exima a ciertos medios concretos de la carga de ganarse un lugar propio en el mercado informativo (24).

3. Impurezas en el proceso de la comunicación

Podrían agruparse aquí una serie de fenómenos que impurifican—al margen de toda manipulación externa—el proceso correcto de la comunicación. Aunque sus efectos no sean de menor importancia que el resto de los señalados, se insertan en el campo más científicamente neutro o menos ideológicamente polémico de la Investigación de las Comunicaciones. Sin embargo, son el punto de partida para un estudio en profundidad de la formación de la opinión pública, y de sus datos se valen—siendo ello muy significativo—el teórico y el práctico de la publicidad y de la propaganda política.

Aunque sin llegar a conclusiones definitivas, se ha enfocado con rigor

(23) Las fuentes son las citadas en la nota 21, anterior.

(24) Cfs., TH. PETERSON, *o. c.*, p. 74.

el estudio de los factores sociológicos y psicológicos que determinan la formación de las opiniones (25). Gran parte de esta temática enlaza con la relativa a los efectos: así, por ejemplo, es muy difícil deslindar el estereotipo, como símbolo cristalizado y resistente, de sus funciones y disfunciones para el individuo y los grupos, ni entender éstas sin contemplar a la audiencia dentro del todo social, que determina la permeabilidad a los mensajes y la intensidad de su impacto.

Pero ha sido la reflexión sobre estas cuestiones tan neutras la que ha reforzado singularmente la idea de que los medios tienen un papel social que jugar y una responsabilidad derivada, por lo que encarnan en sí algo más que un mero ejercicio de la libertad de expresión de quienes les dirigen o les detentan, libertad no ciertamente universal puesto que se limita a ellos.

La comunicación no es, en ningún caso, un proceso sencillo de transmisión de significaciones. Al telón que tiende entre comunicante y destinatario la semántica (26), a las barreras psicológicas entre ambos (27), a las barreras culturales igualmente (28) se une una inevitable distorsión que produce todo canal comunicativo muy amplio (29), caso en el que se halla la comunicación de masas.

A estos obstáculos comunes se unen los que afectan al proceso en origen y en destino. Por lo que hace a éste último—y operando una arbitraria abstracción que deje fuera el contexto social en que todo público se inserta—se precisa, por parte del mensaje, un significado inteligible; por parte del receptor, un interés que se desdobra en los tres requerimientos mertonianos de atención, motivación y necesidad. No se traerían a colación estas consideraciones si no fuera por sus efectos prácticos inmediatos, que se traducen en una estandarización de los contenidos comunicativos y en impactos eventualmente nocivos para culturas distintas o para épocas críticas.

La cultura, a diferencia de la civilización, es difícilmente exportable. La comunicación, en cuanto es más producto de la sociedad que del indi-

(25) Véase, por ejemplo, el libro clásico de W. ALBIG, *Modern Public Opinion*, MCGRAW-HILL, N. Y., 1956, y las Partes II y III, Caps. III a VII, de D. KATZ, D. CARTWRIGHT, S. ELDERSVELD y A. MCCLUNG LEE, eds., *Public Opinion and Propaganda*, Holt, N. Y., 1964 (1.^a ed., 1954).

(26) W. JOHNSON, *The Communications Process and General Semantics Principles*, en W. SCHRAMM, eds., *Mass Communications*, cit., p. 301.

(27) D. KATZ, *Psychological Barriers to Communications*, en *Annals of the American Academy of Political and Social Science*, marzo, 1947.

(28) F. FEARING, *Human Communication*, en *Audio-Visual Communications Review*, 10, 3, 1962.

(29) EDWARD SAPIR, *Communications*, en Berelson y Janowitz, eds., o. c., p. 160.

viduo, se inserta en el primer campo y facilita una acción colectiva dentro de pautas dadas; pero, por el contrario, incidiendo sobre contornos culturales diferentes, mina las instituciones sociales existentes y entorpece la capacidad de las gentes para actuar colectivamente (30). Del mismo modo, en tiempos críticos, las opiniones aparecen relativamente “invertibradas” y el público tiende a manifestarse más sugestionable; su motivación varía porque los anteriores modelos no proporcionan ya orientación para una actividad intencional en situaciones nuevas y de emergencia: el concepto de necesidad sufre, a su vez, un cambio (31); unos medios de comunicación conscientes deben tener esto en cuenta.

Tenerlo en cuenta sin olvidar el resto de sus funciones. Constituye no pequeña tentación conquistar nuevas áreas de audiencia a partir de las observaciones suministradas por la investigación. Señalan éstas que la sensibilidad y la permeabilidad a la comunicación son procesos altamente selectivos y que las gentes soslayan el mensaje dudoso respecto a sus actitudes previas y acogen el congruente con ellas. Los mensajes vagos, equívocos, genéricos o asépticos tienen, al evitar potenciales conflictos, grandes posibilidades de difusión; de aquí que los medios de masas se caractericen por la homogeneidad y accesibilidad ilimitadas de los contenidos que ofrecen; sobre la disfunción que de ello se deriva se vuelve en el apartado siguiente.

Los mecanismos del proceso en origen han sido enfocados en una de las formulaciones más interesantes de la Investigación de las Comunicaciones; se trata del fenómeno del *gatekeeper* (32). Al profundizar en su estudio se ha advertido—y esto es lo único que quiero señalar aquí—que la Prensa va camino de perder, abrumada por la complejidad del “aparato”, la visión de su objetivo más propio: servir al público. A menudo, lo instrumental—procesos de adquisición y suministro de la noticia, burocracia y organización internas—determina, en mayor medida que aquel obje-

(30) Cfs., ROBERT E. PARK, *Reflections On Communications and Culture*, en *The American Journal of Sociology*, XLIV, 1939.

(31) Cfs., H. CANTRIL, *Trends of Opinion during World War II: Some Guides to Interpretation*, en *The Public Opinion Quarterly*, XII, 1948.

(32) Es imposible dar la bibliografía sobre el tema, que es abundante; puede encontrarse una buena orientación en *People*, cit., pp. 160 ss. Se intenta un resumen de la formulación: La comunicación corre a través de canales; puesto que es un proceso prácticamente ininterrumpido (todo mensaje provoca una respuesta, que a su vez se torna mensaje) sucede de hecho que se produce una yuxtaposición de canales muy amplia. Al comienzo o al final de cada canal siempre habrá una persona o grupo de personas que, por las razones que sean, detengan y no den curso al mensaje, o alteren y modifiquen el mensaje en función de una actitud personal y social basada en sus creencias, intereses, papel y posición en sociedad. Que los motivos sean o no éticos no importa desde el punto de vista de la mecánica. De hecho, se dan motivaciones de ambas clases.

tivo, el contenido del periódico. La tecnología, una vez más, se impone con cierto despotismo a los auténticos fines de la Información.

4. Los efectos disfuncionales de la comunicación

Pocos temas han recibido tan abrumador torrente de literatura científica como éste de los efectos de la comunicación. Los representantes más conspicuos de las ciencias sociales americanas que de algún modo se han interesado por las comunicaciones o han dedicado especial atención a ellas cuentan entre sus trabajos con alguno dedicado a esta cuestión (33). Al partir de premisas democráticas e igualitarias, la Investigación de las Comunicaciones—como H. Mendelsohn ha subrayado—toma como idea eje la del consenso; en consecuencia, el tema de los efectos sobre una opinión pública "socialmente responsable" se convierte en el problema primero del estudio de las comunicaciones de masas, y de ahí, por modo natural, se pasa al resto de los efectos sociales (34).

Las conclusiones generales sobre efectos y disfunciones han sido recogidas por Schramm (35) en un intento de síntesis. Sistematizarlas—Schramm no lo hace—con algún cuidado es una tarea ingente. Intento aquí una bipartición sin más pretensión que la de introducir una cierta claridad y distinguo—ciñéndome en la exposición a lo que pueda interesar desde la perspectiva de este trabajo—entre efectos disfuncionales independientes de los contenidos y los que derivan de ellos.

Entre los independientes, se destacan dos por su importancia. El primero hace referencia a la desorientación producida en las audiencias por la complejidad misma de los estímulos provocados (36), que llegan a privar, por su exceso mismo, de la libertad de elección en el individuo (37). El segundo apunta a la ampliación brusca que los medios de masas han introducido en el campo de las percepciones (38) que engendran, más que la comprensión esperada por los sociólogos clásicos, como Cooley, una

(33) FESTINGER, HOVLAND, JANIS, KELLEY, DAVISON, E. KATZ, LAZARFELD, MERTON, ADORNO, RIESMAN, SHILS, JANOWITZ, WHITE, BERELSON, McDONALD, son sólo los nombres principales. Una obra clásica en este sentido es la de J. T. KLAPPER, *The Effects of Mass Communication*, Free Press N. Y., 1960.

(34) V. HAROLD MENDELSON, *Sociological Perspectives of Mass Communication*, en *People*, cit., p. 33.

(35) W. SCHRAMM, *Mass Communications*, cit., p. 465.

(36) CARL I. HOVLAND, *Social Communication*, en *Proceedings of the American Philosophical Society*, 92, 5, 1948.

(37) T. W. ADORNO, *A Social Critique of Radio Music*, en BERELSON y JANOWITZ, eds., o. c., p. 309.

(38) EDWARD SAPIR, o et l. c.

situación de desintegración y competencia, acusada y manifiesta en los supuestos de exposición súbita y brusca. Si la comunicación debe operar ante todo como principio cohesivo y socializador, al acercar repentinamente a gentes que se hallaban distanciadas puede provocar entre ellas —como ha puesto de relieve Robert E. Park (39)—una conciencia de rivalidad. Esta rivalidad, bajo la influencia de los medios mismos, puede convertirse en conflicto; el competidor se vuelve enemigo en estas circunstancias.

Las disfunciones derivadas de los contenidos son las más ostensibles y fáciles de percibir, aun cuando no todas sean de percepción inmediata. Quizá este aspecto de la comunicación sea, por tanto, el que ha despertado los primeros y más justificados recelos en torno a la libertad ilimitada de los medios. Las más elementales formas de vigilancia recaen siempre sobre los contenidos. Estos inciden sobre el campo de lo privado o de lo público y afectan al individuo o a la sociedad. Hasta en los más abiertos regímenes de comunicación, la difamación, la obscenidad, la indecencia, la sedición y la seguridad en tiempo de guerra son límites impuestos.

Más sutiles que los relativos al criticismo político o al orden público, resultan los efectos disfuncionales de carácter psicológico y los que afectan a lo cultural. Es una observación general que la mayoría de los medios de masas no se oponen a los modelos normativos existentes, salvo en períodos o situaciones críticas; por otra parte, como ya se dijo, la selección de contenidos por la audiencia está fuertemente influida por factores sociales que condicionan su aceptación. No ocurre otro tanto con los efectos específicamente personales, de ahí que la publicidad comercial logre impactos de relativa facilidad y más directos que los conseguidos por una propaganda ideológica (40). Los planificadores económicos saben muy bien o han de terminar aprendiendo, lo que la ausencia de una “educación del consumidor” puede significar, y a qué tensiones puede la publicidad conducir a la demanda. Porque también es propio—y esto quiero destacar—, de los medios de masa, despertar expectativas y crear deseos sin generar paralelamente una voluntad de acción que tienda a conseguir lo deseado.

El efecto psicológico personal deviene social y llega a afectar al todo cuando incide a la larga e indirectamente sobre valores y creencias básicos, y esto suele producirse por acumulación cuantitativa. Si la comuni-

(39) ROBERT E. PARK, *o. et l. c.*; en el mismo sentido M. MEAD, aportación a *The Communication of Ideas*, cit., p. 335.

(40) Véase sobre este extremo, M. JAHODA y E. COOPER, *The Evasion of Propaganda: How Prejudiced People Respond to Anti-Prejudice Propaganda*, en *Journal of Psychology*, 23 (enero), 1947. Cit. por JANOWITZ y SCHULZE, *l. c.*, nota 22.

cación tiene por función presentar datos para una estructuración cognoscitiva del contorno, el número increíble de mensajes recibidos de los medios engendra discrepancias; cuando éstas alcanzan un punto crítico, "las relaciones sociales—como advierte Fearing (41)—pueden quedar seriamente trastornadas y el resultado puede ser desastroso". Ninguna campaña aislada de propaganda o de publicidad—confirma Merton—puede afectar de modo significativo la estabilidad psicológica de los expuestos a ella. Pero una sociedad, sujeta sin cesar a una corriente de "efectivas" verdades a medias y a la explotación de las ansiedades de la masa, puede perder de repente la mutua confianza y el apoyo recíproco que son esenciales para una estructura social estable (42).

El efecto—rebajante o no, y en qué grado—de los medios de masa en el campo cultural es de sobra extenso como para que me limite a señalarle a título recordatorio. La polémica en torno a la cuestión ha sido una de las causas más determinantes de la "teoría de la responsabilidad social" de aquellos vehículos de comunicación de contenido predominantemente diversivo.

5. El papel idóneo de los medios

Al centrar los primeros sociólogos americanos al tema de la comunicación en las implicaciones de su "poder cohesivo", los estudiosos enfocaron su atención, como H. Mendelsohn ha puesto de manifiesto (43), sobre la "responsabilidad social" de los medios de masa. Ello ha engendrado una discusión en torno al papel adecuado de éstos que se ha prolongado a lo largo de los últimos cuarenta años.

Harold D. Laswell ha destacado las tres actividades básicas del especialista de la comunicación "(1) la vigilancia del entorno; (2) la correlación entre los sectores de la sociedad en su respuesta al entorno; (3) la transmisión del heredazgo social de una generación a otra" (44); posteriormente se ha convenido en una cuarta actividad de suma importancia: lo diversión o entretenimiento (45).

Estas actividades básicas se traducen en el campo de la práctica en siete tareas a cumplir por los medios de comunicación de masas: (a) ser-

(41) F. FEARING, *o. c.* en nota 28.

(42) ROBERT K. MERTON, *Mass Persuasion*, Harpers, N. Y., 1947.

(43) H. MENDELSON, *o. c.* en nota 34.

(44) H. D. LASSWELL, *The Structure and Function of Communication in Society*, en L. BRYSON, *o. c.* en nota 19.

(45) Cfs., CHARLES R. WRIGHT, *Functional Analysis and Mass Communication*, en *Public Opinion Quarterly*, 1960, pp. 605-620.

vir al sistema político, proporcionando información, discusión y contraste sobre los asuntos públicos; (b) ilustrar al público, capacitándole para la participación; (c) salvaguardar los derechos de los individuos frente al Estado; (d) servir al sistema económico, enlazando vendedores y compradores por medio de la publicidad; (e) entretener; (f) transmitir contenidos culturales; (g) mantener la autosuficiencia económica que los libere de presiones externas (46).

Cabe preguntarse cómo han sido cumplidos estos requerimientos. Margaret Mead, en 1948, parecía resumir la situación del siguiente modo: "Es característico de este sistema (el americano) que los símbolos utilizados para despertar emoción, provocar atención y producir acción, hayan venido a parar a manos de quienes no tienen conciencia alguna de responsabilidad por ello" (47). La crítica general delataba que en el cumplimiento de las tres primeras tareas anunciadas, los medios de masa o habían fracasado o eran deficientes; por lo que se refiere a la cuarta, todo hacía suponer que se había llevado a cabo tan cumplidamente que primaba y se imponía sobre las anteriores; en lo relativo a entretener y transmitir contenidos culturales, los medios no salían mejor parados; por último, R. B. Nixon semejaba contestar al punto final al decir: como resultado de la concentración, los periódicos han ganado decididamente mayor estabilidad económica que nunca, "asegurémonos—añadía—de que tal estabilidad no lleve aparejada una rigidez y una esterilidad editoriales" (48).

Por su parte, la Comisión sobre Libertad de Prensa encabezaba su informe diciendo que la proporción de gentes que pueden expresar sus ideas y opiniones por medio de la Prensa ha decrecido grandemente y los pocos que disponen de la maquinaria informativa no habían ofrecido un servicio adecuado a las necesidades de la sociedad (49). Pero éstas y las anteriores denuncias revelan, más que un negro panorama irremediable, una sana preocupación por el funcionamiento correcto de los medios y un reconocimiento de que éstos se enfrentaban ante nuevas y aún poco conocidas circunstancias sociales a las que hacer frente adecuadamente.

En efecto, la respuesta a las condiciones, si no creadas, desde luego incrementadas a partir de la postguerra (urbanismo, democracia masiva, colosalismo organizativo, atomización social, aceleración del ritmo histó-

(46) Cfs., TH. PETERSON, *o. c.*, p. 74.

(47) M. MEAD, *l. et o. c.* en nota 39, reproducido en W. SCHRAMM, ed., *Mass Communications*, cit., con el título *Some Cultural Approaches to Communication Problems*, pp. 329-345; el entrecomillado pertenece a la p. 339.

(48) RAYMOND B. NIXON, *Concentration and Absentism in Daily Newspapers Ownership*, en *Journalism Quarterly*, v. XXII, 1945.

(49) *A Free...*, cit., p. 1.

rico, homogeneidad de los modos de vida y estandarización cultural) se centraba en una palabra y en una preocupación: la cohesión del grupo social total.

Park (50) y Laswell, entre las voces más autorizadas, señalaron que la función deseable de los medios de comunicación es la integración social. Los efectos sociales de la opinión pública son, para el segundo autor citado, el "ajuste", la "catarsis" y la "violencia"; después de analizarlos concluye que "la opinión pública ha intensificado el nivel de descontento y ha contribuido a la severidad de las crisis sociales". "Es evidente—añade—que no se sirve al interés público cuando la controversia conduce a la frustración, nodriza de violencias eventuales. La opinión pública en beneficio público debe servir a los dos fines del ajuste y la catarsis" (51).

Va surgiendo así una posición—por igual valiente y por igual difícil en el contorno americano tan ligado afectivamente, incluso tópicamente, si se quiere, a la tradición liberal e iusnaturalista de los Fundadores—que lleva a reconsiderar la primacía mítica del valor "verdad" sobre todo otro. No es que la verdad deba sacrificarse, pero, ¿es la primera en jerarquía o deben primar sobre ella otros valores sociales de significativa importancia? La divisa adoptada por el gran diario americano *New York Times* parece una respuesta al interrogante planteado; sin comprometerse en declaraciones programáticas amplias y teóricas, el periódico añade en su cabecera: "*All the news that is fit to print.*"

David M. White se manifiesta así: "en un mundo en que los individuos comulgan en valores diferentes se hace necesario *elegir* entre ellos en más de una ocasión, porque no siempre son compatibles. He aquí el dilema planteado por la complejidad del mundo en que vivimos. Y, en ocasiones, una selección inmoral a primera vista puede luego aparecer como decisión altamente moral que un hombre consciente hizo en una circunstancia muy concreta". ¿Mereció la pena—se pregunta también White—exponer al ludibrio público a ciertos personajes a quienes McCarthy acusó de homosexuales, fuesen ciertas o erróneas las acusaciones? El autor cita a S. Pablo como respuesta: "pero la más grande de todas es

(50) ROBERT E. PARK, *l. et o. c.* en nota 30.

(51) HAROLD D. LASSWELL, *Democracy through Public Opinion*, Yale U. Press, Yale, 1941, p. 128. En el mismo sentido, W. BREED ha escrito estas frases expresivas: "*To review the argument so far, other writers have said the media maintain sociocultural consensus by precept through dramatizing proper behaviors. Our findings will indicate that they do this mainly by omission: they omit or bury items which might jeopardize the sociocultural structure and man's faith in it; o. c.* en nota 17, p. 116.

la caridad”, ¿vale menos—añade—la virtud de la caridad que la virtud de la verdad? (52).

6. La responsabilidad efectiva

“¿Quién es responsable de la calidad de las comunicaciones de masas? Cuando los miembros de una sociedad no están satisfechos de los servicios prestados por los medios de masa, ¿qué pueden hacer? ¿Qué puede la gente, en términos realistas, esperar de los medios de masa que son, por definición, servidores de masas amplísimas y heterogéneas? Preguntas como éstas se han hecho muchas veces y se harán más a menudo a medida que los medios crezcan hasta llenar todo nuestro tiempo libre” (53).

El tema es delicado y, en el contexto de la Investigación de las Comunicaciones, se halla naturalmente subordinado al esquema de la sociedad democrática, libre y responsable. En consecuencia, la elaboración ha sido cuidadosa. En la solución propuesta se produce como una especie de mimetismo que evoca el esquema constitucional de la división de poderes. Se estiman por igual responsables del funcionamiento de los medios, al público, a los medios mismos y al Estado. Esta es la postura más general y la adoptada por la Comisión sobre Libertad de Prensa.

Las recomendaciones que ésta hizo en relación al público merecen ser reproducidas brevemente: (1) puede contribuirse a mejorar la variedad, cantidad y calidad de los servicios a través de instituciones no lucrativas, en especial las relacionadas con la educación; (2) creación de centros académicos profesionales de estudios superiores, investigación y publicación en el terreno de las comunicaciones, así como mejora de las escuelas de periodismo existente; (3) establecimiento de una entidad independiente para calificar e informar anualmente sobre el funcionamiento de los medios (54).

Algunos sectores más apegados a la tradición del libre juego, aún compartiendo la tesis de la responsabilidad social, se inclinan más bien por la acción directa del público, de modo que consideran el espíritu crítico de éste como la mejor de las vigilancias, que revestiría incluso la forma de asociaciones voluntarias constituidas para la defensa de los intereses y necesidades de la sociedad frente a los medios. Es evidente que el público es, en definitiva, el censor máximo de la comunicación, pero lo es en cuanto que su actitud hacia ella viene determinada por los imperativos sociales

(52) DAVID M. WHITE, *People*, cit., p. 185.

(53) W. SCHRAMM, *Mass Communications*, cit., nota introductoria al cap. VIII.

(54) *L. et o. c.*, pp. 96-102.

derivados de su pertenencia a grupos primarios; la cuestión está en que las circunstancias mismas que han provocado el auge de los medios de masa han disminuido también el papel de aquellos grupos. Un sistema adecuado y extenso de educación formativa parece, en cualquier caso, el antídoto más eficaz para un funcionamiento incorrecto o sencillamente endeble de los medios de comunicación. La mayor discriminación de las minorías en relación con el gran público parece probarlo.

Las críticas de la audiencia y la amenaza de que su eco razonado justifique restricciones legales y reglamentarias ha llevado a los medios a autorregular su propia actuación. Por otra parte, es evidente que si aquellas medidas y presiones pueden evitar un mal funcionamiento, el "bueno" solo puede proceder de los medios mismos. Para limitar y definir sus funciones nacieron los cánones y códigos, que en la actualidad son cuatro; por orden cronológico de aparición, la relación es la siguiente: el de Prensa, de 1923, promulgado por la *American Society of Newspapers Editors*; el de Cinematografía, de 1930, promulgado por la *Motion Pictures Association of America*; el de Radiodifusión, de 1937, y el de Televisión, de 1952, promulgados ambos por la *National Association of Broadcasters*. Todos ellos nacieron—ha de advertirse—en medio de una reacción pública de hostilidad por sus excesos.

¿Han resultado de alguna efectividad estas declaraciones? Margaret Mead escribía después de hallarse en vigor todas ellas, excepto la última, las siguientes palabras: "una continuación del presente estado de irresponsabilidad es sumamente peligrosa porque alimenta una configuración de los medios de masa que promete más pasos hacia atrás que hacia adelante". Parece imponerse, pues, una intervención más decidida y, puesto que no proviene del autocontrol, habrán de buscarse métodos más efectivos; por ello la autora previene: "Si la única elección que se nos brinda parece ser una inmunización creciente frente a todo requerimiento, una apatía y una insensibilidad crecientes... la tentación de acudir al autoritarismo se hará también más creciente" (55).

La crítica que la Comisión sobre Libertad de Prensa hizo de los códigos y de su aplicación no pudo ser más dura y descarnada; en realidad manifestaba una clara denuncia de su fracaso y de su cortedad, en especial por lo que hace a los aspectos positivos—no meramente restrictivos—de la actuación de los medios (56). De aquí que, en sus recomendaciones, se manifieste más programática que en los demás supuestos, como si confiase más en las soluciones a cargo del público y del Gobierno. Coincidiendo

(55) *O. c.*, p. 342.

(56) *O. c.*, pp. 69-78.

con un criterio común entre los publicistas dedicados a las ciencias sociales—pues de ellos se integraba la Comisión—aconsejaba encarecidamente la colegiación, que permitiría una vigilancia corporativa sobre la deontología y la ética profesional de sus miembros como acontece con efectividad entre médicos y abogados, por ejemplo. El consejo no se puso en práctica.

La intervención estatal para asegurar una responsabilidad efectiva de los medios no está teóricamente negada, pero rompe de tal manera con la tradición del país que se estima como un último recurso, más amenaza potencial y arma final que remedio deseable. Sin embargo, no solo en la actitud, sino en la práctica, las cosas están cambiando. Siebert (57) ha analizado—en relación inmediata con la realidad americana—las funciones del Estado respecto a la comunicación, como cuádruple agente regulador, restrictivo, facilitador y participante. De hecho, existen manifestaciones prácticas de estas funciones. La *Communications Act* de 1934 señaló que la finalidad de la radiodifusión es el interés público; en ella se creó la *Federal Communications Commission* que asigna las frecuencias, pero vigila asimismo la programación y dispone del arma de la no renovación de las licencias concedidas. El temor de que esto ocurra junto a la presión de los anunciantes que no desean enajenarse a ningún grupo patrocinando programas que puedan, al herir sus sentimientos, disminuir clientes potenciales, han hecho más por el control de programas que las declaraciones contenidas en los códigos de 1937 y 1952; aunque también es cierto que ni una ni otra amenaza han garantizado enteramente la calidad de los programas.

Con mayor razón se admite la acción de fomento (58), que en ocasiones presenta un matiz más policial que auténticamente promotor; así, en lo que hace al mantenimiento de la competencia mediante aplicación de las leyes anti-trust y la investigación sobre los beneficios reales que la concentración pueda suministrar al público (59). Por último, y en cual-

(57) FRED S. SIEBERT, *Communications in Modern Society*, Free Press, Urbana, 1948.

(58) Cfs., HOCKING, o. c., pp. 182 ss. P. F. LAZARSELD, *Audience Research*, en BERELSON y JANOWITZ, o. c., p. 337, propone la subvención de programas culturales, en la seguridad de que, al cabo de algún tiempo, las personas con una inicial desventaja educativa oirían de buen grado programas de más calidad. Este aserto fue confirmado por H. T. HIMMELWEIT, *Television and the Child*, Londres, 1958; sobre este punto puede verse mi trabajo *La Educación Popular: Panorámica de un fenómeno socio-cultural moderno*, en *Revista de Estudios Políticos*, núms. 141-42.

(59) Recomendación 2.^a de la Comisión sobre Libertad de Prensa: "We recommend that government facilitate new ventures in the communications industry, that it foster the introduction of new techniques, that it maintain competi-

quier caso, se admite abiertamente el derecho del Estado y de la Administración a proporcionar información al público y a mantener servicios propios; "aún en el caso de que hubiera medios de comunicación perfectos—afirma Chafee enérgicamente—un funcionario del Gobierno aún tendría derecho a aclarar sus propósitos al pueblo" (60). En este sentido, la recomendación 5.^a de la Comisión coincide con el montaje de departamentos de información y oficinas de Prensa y con la participación estatal en las emisiones para el exterior.

7. Conclusiones: La aplicación de la teoría

Lo que la Investigación de las Comunicaciones nos muestra y, en particular, lo que la "teoría de la responsabilidad social" trata de resaltar es que el sistema de comunicaciones en una sociedad cumple una serie de funciones y engendra una serie de efectos cuya trascendencia no permite confiar al azar su marcha. Desconfía, asimismo, por tradición e instinto, de interferencias estatales permanentes y determinantes, y trata de hallar una solución o conjunto de soluciones en las que la garantía de un correcto funcionamiento no se produzca en demérito de la libertad, en cuanto valor y en cuanto potencialidad dinámica.

Es evidente, sin embargo, que la proyección de los medios de masa en los campos psicológico, social, político y cultural, exige alguna forma de vigilancia encaminada tanto a evitar perturbaciones como a estimular su acción positiva. La evaluación de resultados de los remedios propuestos, en la medida en que han sido aplicados, es aún prematura. Con todo, los precedentes demuestran que, en general, los medios se encaminan a sus objetivos deseables solo bajo presión; esta presión o proviene del público o proviene del Estado.

Los correctivos procedentes de la audiencia exigen, por parte de ésta, una cierta madurez que le permita cobrar conciencia del papel adecuado de la comunicación y del modo como se lleva a cabo; exige también una cierta homogeneidad; y exige, por último, una cierta forma de acción organizada que haga efectiva la responsabilidad atribuida a los medios. Un público de estas características no parece frecuente, pero como tampoco precisa ser mayoritario, la acción se canalizará a través de las minorías

tion among large units through the antitrust laws, but that those laws be sparingly used to break up such units, and that, where concentration is necessary in communication, the government endeavor to see it that the public gets the benefit of such concentration".

(60) Z. CHAFEE, o. c. en nota 9.



más conscientes, siempre que gocen de la autoridad y el prestigio social necesarios para ello. En cualquier caso, la actitud vigilante y el criticismo se circunscriben de hecho a sectores pequeños y limitados, más eficaces para producir limitaciones que para provocar contenidos positivos.

Cierto es que la comunicación de masas encuentra ya su primera limitación en la presencia de "legitimadores sociales" que actúan a modo de tamiz que condiciona la efectividad del mensaje, cuyo impacto es siempre indirecto. Pero no es menos cierto que los efectos personales de aquél alcanzan más directamente su objetivo y determinan cambios de actitud de relativa trascendencia que se multiplican con el innumerable cúmulo de los mensajes recibidos. La modificación de actitudes acarrea expectativas y deseos con concretas repercusiones sociales, especialmente en situaciones de cambio, tanto o más trascendentales cuanto mayor o menor sea el grado de desigualdad entre regiones y clases sociales.

Demandan, en cualquier caso, una diferente consideración las tres dimensiones generales posibles de la comunicación. Lo informativo, lo diversivo y lo cultural no parece que puedan, en principio, recibir el mismo tratamiento, especialmente por lo que hace al papel del Estado. En lo posible, se ha soslayado aquí intencionadamente la consideración de los dos últimos aspectos, por lo demás muy vinculados entre sí, toda vez que convocan un repertorio muy específico de problemas, en torno a los cuales la responsabilidad de los medios suele exigirse con menos reservas.

La intervención estatal en materia informativa es concebida por la "teoría de la responsabilidad social" de manera indirecta, especialmente como fomento y como concurrencia. El Estado es y puede ser fuente de información; de manera directa, a través de dependencias y oficinas, de declaraciones y comunicados; de manera indirecta, a través del partido en el gobierno y sus órganos de expresión. Lo que al Estado no se tolera es cualquier práctica ecaminada a favorecer un sector determinado o a cegar las manifestaciones del pluralismo social.

Si bien la actividad de fomento pertenece hoy en gran medida al mundo de lo programático en el país de la "teoría de la responsabilidad social", ésta apunta tímida pero claramente a una "intervención de restablecimiento de equilibrios" que de algún modo—y no es del todo extraño—recuerda, en su campo, a la llamada "economía social de mercado". Los medios, en manos de particulares y sin interferencias de carácter directivo, tienen, con todo, asignada una función social lejana ya del concepto patrimonial exclusivo. Algunas recomendaciones de la Comisión sobre Libertad de Prensa y la idea de liberar a ciertos medios de la carga de hacerse un puesto en el mercado tienden, no solo a crear un marco de con-

diciones propias para una actuación idónea, sino a introducir elementos dinámicos de corrección y regulación.

Una última consecuencia importante que cabe deducir es que el repertorio de observaciones de la "teoría de la responsabilidad social" es, en no pequeña medida, de validez general; pero muchas de sus consideraciones y, desde luego, gran parte de sus soluciones, en el modo concreto como han sido enunciadas, son válidas exclusivamente para un contorno caracterizado por un gran desarrollo material y una movilidad fluida que permite hablar de "sociedad de clases abiertas".

Tal homogeneidad, fluidez y riqueza insertan el sistema de comunicaciones en un contexto propio cuyas condiciones específicas no cabe desconocer. Los medios de comunicación de masas, en cuanto manifestación de un todo comunitario, son reflejo de la estructura social y política y del sistema de control social. El juego de la comunicación de masas se hace efectivo gracias a la legitimación de que es objeto por parte de los grupos primarios e intermedios; esta legitimación que condiciona sus efectos, reduce, al tiempo, tensiones y disfunciones, sea por el apoyo que prestan a la acción, sea porque influyen en la imagen que el comunicante se forja de su audiencia, y en virtud de la cual elabora de uno u otro modo el contenido de los mensajes.

La congruencia general entre mensaje y actitudes previas de la audiencia—y, en consecuencia, el escaso margen disfuncional—es tanto o mayor según el grado de homogeneidad de esas actitudes que, derivadas de la posición social, se hallan en relación inmediata con las características de la estructura social. Una sociedad estratificada presentará actitudes más diversas y más irreductibles entre sí, lo que si ya es grave desde el punto de vista del consenso específico, lo es especialmente desde el punto de vista del consenso fundamental que puede llegar a no producirse. En tales condiciones, es manifiesta la tendencia a la polarización de fuerzas, que puede desembocar en conflictos eventuales. Los medios pueden reducir o aumentar las posibilidades de conflicto, pero escasamente evitarle o provocarle si sus causas no se hallan previamente insertas en la sociedad.

Es evidente que el tratamiento y las limitaciones de los medios no pueden ser las mismas en uno u otro caso, pero una operación sobre los mismos sin una correlativa operación sobre las estructuras deja el problema sin solución, porque conducir a una sociedad integrada—"papel idóneo" preconizado por la "teoría de la responsabilidad social" para los medios de comunicación de masas—solo es factible cuando la sociedad misma alberga en su seno los factores de integración.

Encuestas

Encuesta sobre el Plan de Desarrollo

La Economía Española.

Puesto que la encuesta se refería principalmente a las opiniones de la gente en torno al Plan de Desarrollo Económico y Social, parecía lógico comenzar por inquirir cuáles eran, a juicio de los entrevistados, los dos problemas fundamentales que tiene España en estos momentos. Siendo ésta la primera pregunta, era difícil que las contestaciones estuviesen sesgadas, en el sentido de sugerir como contestación la del «desarrollo». Por otra parte, la pregunta era abierta, de forma que el entrevistado tenía libertad para señalar los dos problemas que quisiera, espontáneamente. En el Cuadro 1 se observa que un 26 por 100 de los entrevistados no quiso (o no supo) contestar, siendo esta proporción mayor entre las mujeres, los de más edad, los de status socioeconómico bajo, y los de municipios pequeños. Los problemas más importantes, por consiguiente, parecen ser los de: nivel de vida (mencionado por un 40 por 100), la vivienda (21 por 100), la educación (12 por 100), los problemas agrícolas (11 por 100) y el desarrollo económico en general (10 por 100), pudiéndose añadir a esta última categoría el 3 por 100 que mencionan también el desarrollo industrial. Es curioso que el problema de la vivienda parece preocupar poco a los de status más alto, al igual que el problema del nivel de vida. Veamos, a título de ejemplo, en el Cuadro A, cuáles son los problemas más importantes según los diversos grupos ocupacionales.

ENCUESTAS DEL INSTITUTO

CUADRO A

PROBLEMAS MAS IMPORTANTES SEGUN LOS DIFERENTES GRUPOS OCUPACIONALES

<u>Profesionales</u>	<u>Comerciantes</u>	<u>Trabajadores especializados</u>
1. Desarrollo.	Nivel de vida.	Nivel de vida.
2. Educación.	Vivienda.	Vivienda.
3. Nivel de vida.	Desarrollo.	Educación.
4. Problemas agrícolas.	Educación.	Desarrollo.
5. Institucionalización.	Problemas agrícolas.	Problemas laborales.

<u>Trabajadores no especializados</u>	<u>Propietarios agrícolas</u>	<u>Trabajadores agrícolas</u>
1. Nivel de vida.	Problemas agrícolas.	Problemas agrícolas.
2. Vivienda.	Vivienda.	Nivel de vida.
3. Problemas agrícolas.	Nivel de vida.	Vivienda.
4. Desarrollo.	Desarrollo.	Problemas laborales.
5. Problemas laborales.	Desarrollo industrial.	Emigración.

Entre los resultados que más resaltan, además de los señalados, hemos de citar la enorme importancia que los propietarios agrícolas conceden a los problemas agrícolas (56 por 100), solo emulado por los trabajadores agrícolas. De igual forma cabe resaltar la gran importancia que los de status más alto conceden a la institucionalización de las estructuras políticas y la sucesión (19 por 100 entre los universitarios o técnicos de grado superior, 19 por 100 entre los que tienen ingresos mensuales de 20.000 pesetas o más, y 15 por 100 entre los profesionales, gerentes y directivos).

La mayor parte de los entrevistados tiene una buena opinión sobre la situación actual de la economía española (Cuadro 2). Así, un 40 por 100 cree que ésta es buena o muy buena, un 37 por 100 opina que pasable, y solo un 11 por 100 cree que es mala o muy mala. La mala opinión es algo mayor entre los de status más alto.

Por otra parte, un 42 por 100 de los entrevistados opinaron que la economía española ha mejorado con respecto al año pasado, un 34 por 100 cree que está más o menos igual, y un 11 por 100 cree que ha empeorado. Estos últimos son numerosos especialmente entre las mujeres, así como entre los de bajo status socioeconómico (Cuadro 5).

Finalmente y antes de entrar en la materia propiamente dicha, en el Cuadro 3 se pueden ver las diferentes actitudes hacia los tres tipos de sistema económico, la planificación totalitaria, el dirigismo y la promoción estatal, o el liberalismo a ultranza. Se ve claramente que la tendencia central predomina, aunque es también justo reconocer que la postura planificadora está más extendida que la liberal, especialmente entre los de status más bajo y entre los habitantes de pequeños municipios (esto se

ENCUESTA SOBRE EL PLAN DE DESARROLLO

pone aún más de manifiesto cuando se eliminan los sin respuesta y se vuelven a calcular los porcentajes correspondientes). En general parece, por consiguiente, que la planificación flexible tiene entre el público mayor aceptación que el liberalismo económico.

El Plan de Desarrollo.

Parece difícil de imaginar, pero, en la fecha en que se realizó la encuesta, un 43 por 100 de la población no sabía ni siquiera de la existencia de un Plan de Desarrollo Económico y Social (Cuadro 4). El desconocimiento es sobre todo enorme entre las mujeres, los de más de 50 años, los trabajadores agrícolas y los trabajadores no especializados, los de menos de estudios primarios, los que tienen ingresos inferiores a 5.000 pesetas mensuales, y los que viven en municipios de 2.000 a 10.000 habitantes.

Pero, del 57 por 100 que tiene conocimiento de la existencia del plan, solo un 31 por 100 saben cuál es el Polo de Desarrollo que tienen más cerca (habiendo, por tanto, un 69 por 100 que lo desconocen) (Cuadro 25).

Asimismo, de ese mismo 57 por 100 que sabe del Plan, sólo el 9 por 100 conoce su duración (el 91 por 100 no lo sabe con exactitud). El desconocimiento que se tiene del Plan, por tanto, es enorme, ya que, ni siquiera cosas tan elementales como las dos anteriores son conocidas por las personas entrevistadas (Cuadro 26).

No es de extrañar, por tanto, que sólo un 30 por 100 de los que tienen conocimiento del Plan digan que han tenido suficiente información sobre éste (Cuadro 28). De los restantes, el 33 por 100 afirma que no ha tenido ni suficiente ni insuficiente información, y otro 33 por 100 opina que la información ha sido totalmente insuficiente. Los que más señalan la falta de información, por otra parte, son preferentemente los de status bajo y los residentes en pequeños municipios.

Y por lo que respecta a los medios por los que se han informado principalmente sobre el Plan, destacan desde luego la Prensa diaria y la televisión (Cuadro 27), aunque la radio ha tenido más importancia que la TV sobre todo entre los propietarios y trabajadores agrícolas, y por consiguiente entre los residentes en pequeños municipios.

Combinando la pregunta de si tienen o no conocimiento del Plan con la de si creían que la economía española había mejorado o empeorado el pasado año resulta que sólo un 30 por 100 del total de entrevistados sabe de la existencia del Plan y creen que la economía ha mejorado. Pues bien, de ese 30 por 100, el 78 por 100 opina que la mejora experimentada por la economía se debe al Plan de Desarrollo (Cuadro 6).

Pero, de los que conocen la existencia del Plan, sólo el 39 por 100 creen que éste se ha preocupado por igual de todos los problemas, habiendo un 36 por 100 que consideran que ha dejado algunos sin atender, además de un 25 por 100 que no opinan (Cuadro 7). En general, son especialmente los de status más alto los que opinan que el Plan se ha dejado problemas sin atender. Y preguntados por cuáles son esos problemas que

ENCUESTAS DEL INSTITUTO

el Plan no ha atendido o ha atendido inadecuadamente (Cuadro 8), se observa que los mencionados con mayor frecuencia son la agricultura (40 por 100) y los problemas sociales (12 por 100), a los que se podría sumar los que mencionan los salarios y sueldos (7 por 100). Por otra parte, hay que resaltar el 17 por 100 de trabajadores no especializados que mencionan el problema de la vivienda como uno de los pocos atendidos por el Plan.

Y finalmente, y a pesar de todo lo anterior, se observa una gran esperanza en los entrevistados, ya que sólo un 3 por 100 considera que los resultados del Plan serán malos o muy malos (Cuadro 24), aunque la proporción es mayor entre los de status más alto.

La mano de obra.

Uno de los problemas que tiene más importancia desde el punto de vista de la economía en general, y del Plan de Desarrollo en particular, es el relativo a la mano de obra. Para cada uno de los tres sectores en que se suele dividir la actividad económica (agricultura, industria y servicios), se preguntó si, en la zona de la persona que contestaba, faltaba o sobraba mano de obra. En el Cuadro B se puede ver el resumen de las contestaciones a esas tres preguntas (que se detallan en los Cuadros 9, 10 y 11).

C U A D R O B

EXCESO O FALTA DE MANO DE OBRA EN CADA UNO DE LOS TRES SECTORES ECONOMICOS QUE SE SEÑALAN

	Agricultura %	Industria %	Servicios %
Falta mano de obra	61 %	35 %	31 %
Ni sobra ni falta	5	14	18
Sobra mano de obra	14	22	20
No sabe o Sin respuesta	20	29	31
TOTAL	(3.535)	(3.535)	(3.535)

Fácilmente se observa que, en los tres sectores (pero principalmente en el agrícola), la opinión predominante es la de que falta mano de obra. En la industria y los servicios, aunque son más los que creen que falta mano de obra, hay también una proporción importante que opina que sobra mano de obra. En estas preguntas cabe señalar que los municipios pequeños se diferencian bastante de las otras tres categorías de municipios. Así, en los municipios de 2.000 a 10.000 habitantes la opinión de que falta mano de obra en la agricultura es menor, y la de que sobra mano de obra es mayor, que en las otras categorías de municipios. Lo mismo se puede decir con respecto a la industria y a los servicios. Aún así, en todas las categorías de municipios se opina que falta mano de obra

ENCUESTA SOBRE EL PLAN DE DESARROLLO

en cualquiera de los tres sectores en mayor proporción que se opina que sobra mano de obra.

Las razones principales por las que se opina que falta mano de obra en la agricultura son la emigración (61 por 100), la baja remuneración (14 por 100) y las condiciones de vida del campo (11 por 100) (Cuadro 12). Las razones que se dan de que falte mano de obra en la industria son la emigración (43 por 100) y la falta de especialización (17 por 100) (Cuadro 13). Y con respecto a la falta de mano de obra en los servicios, la emigración (46 por 100), el deseo de progreso (14 por 100) y el de ganar más (11 por 100) (Cuadro 14).

Por otra parte, las razones que se ofrecen para respaldar las opiniones de que sobra mano de obra en cada uno de esos tres sectores son: con respecto a la agricultura, la mecanización (34 por 100), la falta de puestos de trabajo (19 por 100) y el bajo rendimiento del campo (14 por 100) (Cuadro 15); con respecto a la industria, la falta de industrias (33 por 100), la inmigración (24 por 100) y la mecanización (11 por 100) (Cuadro 16); y finalmente, con respecto a los servicios, la falta de especialidad (27 por 100) y la falta de puesto de trabajo (19 por 100) (Cuadro 17).

Como se ha podido observar, la emigración aparece como una de las razones más citadas en relación con cualquiera de los sectores, y ello hace aún más interesantes las opiniones que los entrevistados tienen sobre la emigración de los obreros españoles al extranjero (Cuadro 18). Efectivamente, la respuesta que, espontáneamente se dio con mayor frecuencia es la de que esta emigración «es consecuencia del bajo nivel de vida» (41 por 100); en segundo lugar se contestó, preferentemente, que «no debería existir» (24 por 100). Es curioso señalar que, aunque sólo un 4 por 100 del total consideran a la emigración como solución a un problema nacional, existe un 15 por 100 de profesionales, gerentes y directivos, que comparten esa opinión.

Los Precios y el Nivel de Vida.

Ya en Madrid se había preguntado en otra ocasión sobre el alza de precios (véase el número 2 de la REOP), pero esa pregunta no se había formulado a nivel nacional. En el Cuadro 19 se ve claramente que la casi totalidad de los entrevistados (94 por 100) ha notado este año un aumento en los precios (Cuadro 19). Pero además, la gran mayoría opina que ese aumento ha sido muy grande (32 por 100) o bastante grande (56 por 100), y sólo una pequeña proporción (11 por 100) opina que fue pequeño (Cuadro 20). Debe señalarse que tanto en uno como en el otro cuadro se distinguen los propietarios y trabajadores agrícolas de los demás, en el sentido de que la proporción que no ha notado ninguna subida de precios o que cree que ésta ha sido pequeña es superior a la de otros grupos ocupacionales. Lo mismo cabe decir respecto a los residentes en municipios de 2.000 a 10.000 habitantes.

En cuanto a los artículos que más han subido (Cuadro 21), se observa lo mismo que ya se vio en la encuesta de Madrid, esto es, que la ma-

ENCUESTAS DEL INSTITUTO

yoría contesta la alimentación en general, o productos alimenticios concretos, especialmente el aceite y la carne.

Por otra parte, la mayor parte de los entrevistados opinan que su nivel de vida es ahora más o menos igual que el año pasado (56 por 100), estando el resto divididos por igual entre los que creen que su nivel de vida es mejor (20 por 100) y los que creen que peor (22 por 100) que el año pasado (Cuadro 22). Y con respecto al futuro el optimismo es grande, ya que sólo un 3 por 100 opina que su nivel de vida será peor una vez acabada la primera fase del Plan de Desarrollo de lo que lo es en la actualidad, mientras que un 28 por 100 cree que será igual, y un 50 por 100, cree que será mejor (Cuadro 23).

Las vacaciones.

Finalmente, y como la encuesta se realizó en el otoño de 1965, y se daba el caso de que en junio se había preguntado a una muestra de Madrid sobre sus proyectos de vacaciones de verano, pareció interesante hacer alguna pregunta sobre dónde se habían pasado efectivamente dichas vacaciones de verano de 1965.

En primer lugar, en el Cuadro 29 se advierte que el 63 por 100 de los entrevistados no tuvo vacaciones de verano; sólo un 37 por 100 pudo disfrutar de ellas, proporción que es mayor entre los de status alto, y que, sin embargo, es casi inexistente entre los de status bajo. Pues bien, aunque sólo un tercio, más o menos, tuvo vacaciones, ello no significa necesariamente que esas personas hayan salido de veraneo. Así, se observa que de los que han tenido vacaciones, un 34 por 100 de los residentes en municipios de 500.000 y más habitantes, un 44 por 100 de los residentes en municipios de 95.000 a 500.000, y un 31 por 100 de los residentes en municipios de 10.000 a 95.000 habitantes, pasaron sus vacaciones en un centro urbano (es decir, probablemente tuvieron vacaciones pero sin irse de su lugar de residencia); de igual forma, un 33 por 100 de los residentes en municipios de 2.000 a 10.000 habitantes dicen haber pasado las vacaciones en un centro rural.

Dejando eso aparte, sin embargo, se observa que, de los que tuvieron vacaciones, el 34 por 100 las pasó en la playa, y sólo un 4 por 100 en la sierra (a lo que se puede agregar el 3 por 100 que las pasó en el campo).

El medio de transporte más utilizado por aquellos que salieron de veraneo (que sólo fueron el 26 por 100) (Cuadro 30), fue el coche propio (31 por 100) o el tren (31 por 100). El coche propio predomina sobre el tren entre los de status alto, y el tren predomina sobre el coche en los de status más bajo, como era lógico de esperar.

ENCUESTA SOBRE EL PLAN DE DESARROLLO

CUADRO C

ALGUNOS DATOS SOBRE LAS VACACIONES DE DISTINTOS GRUPOS OCUPACIONALES

Ocupación	% que tuvo vacaciones	% que salió de veraneo	% que fue a la playa (de los que tuvieron vacaciones)	% que tuvo 3 semanas o más de vacaciones (de los que tuvieron vacaciones)
Profesionales, gerentes y directivos	72	59	41	55
Comerciantes, empleados y funcionarios	43	20	23	16
Trabajadores especializados				
Trabajadores no especializados	38	15	17	15
Propietarios agrícolas ...	22	22	56	56
Trabajadores agrícolas ...	7	3	19	31

Y finalmente, en el Cuadro 31 se puede ver que, de los que tuvieron vacaciones, el 28 por 100 tuvo como máximo dos semanas, y sólo un 15 por 100 tuvo más de un mes. Naturalmente, los de status alto tuvieron vacaciones más largas que los de status bajo.

¿CUALES SON, A SU JUICIO, LOS DOS PROBLEMAS FUNDAMENTALES

	Total	Vivienda	Nivel de vida	Desarrollo	Igualdad social	Transportes y comunicaciones
	%	%	%	%	%	%
TOTAL	(3.535)	21	40	10	3	4
Sexo:						
Varones	(1.748)	21	38	14	4	5
Hembras	(1.787)	20	41	6	2	3
Edad:						
18 a 29 años	(596)	22	31	10	3	7
30 a 49 años	(1.695)	22	43	10	3	3
50 años o más	(1.234)	18	39	9	3	4
Ocupación:						
Profesionales, gerentes y directivos.	(162)	10	24	33	4	5
Comerciantes, empleados y funcionarios	(744)	21	37	16	5	6
Trabajadores especializados	(502)	27	47	9	4	6
Trabajadores no especializados	(256)	27	49	8	3	3
Propietarios agrícolas	(41)	10	10	10	5	2
Trabajadores agrícolas, pescadores, mineros y similares	(218)	12	26	4	1	3
Nivel de estudios:						
Menos de primarios	(967)	21	39	4	1	2
Primarios	(1.736)	23	44	8	3	4
Secundarios	(488)	16	35	18	6	7
Técnicos de grado medio	(171)	16	29	16	6	6
Universitarios o técnicos de grado superior	(140)	9	19	35	4	4
Nivel de ingresos mensuales:						
Menos de 5.000 ptas.	(1.846)	20	39	6	2	3
De 5.000 a 9.999 ptas.	(1.144)	24	44	11	4	5
De 10.000 a 19.999 ptas.	(314)	14	31	22	5	5
De 20.000 ptas. o más	(78)	10	24	33	4	8
Sin respuesta	(153)	19	29	8	3	3
Municipios de residencia:						
De 500.000 y más habitantes	(800)	23	46	11	3	8
De 95.001 a 500.000 habitantes.	(1.459)	29	44	10	3	3
De 10.001 a 95.000 habitantes	(876)	10	35	11	3	3
De 2.001 a 10.000 habitantes	(400)	10	18	4	2	3

* Los porcentajes no suman cien porque el entrevistado podía dar dos respuestas.

ENCUESTA SOBRE EL PLAN DE DESARROLLO

R O 1

QUE TIENE ESPAÑA EN ESTE MOMENTO? (FRECUENCIA ACUMULADA) *

Problemas municipales	Problemas agrícolas	Educación	Institucionaliza- ción de las es- tructuras políti- cas y sucesión	Desarrollo industrial	Problemas laborales	Emigración	Relaciones internacionales	Otras respuestas	No opinan
%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
3	11	12	3	3	7	5	3	8	26
3	16	14	4	5	8	5	5	10	16
3	6	11	1	1	6	5	2	6	36
3	11	18	3	3	7	7	5	7	24
3	11	13	2	3	7	4	3	9	24
3	12	9	2	3	7	4	2	8	30
—	21	26	15	4	6	6	7	20	7
3	12	14	4	6	7	5	6	12	16
5	8	14	1	3	9	5	4	7	19
2	9	7	2	2	7	2	1	6	28
—	56	2	2	7	2	—	2	5	32
1	31	4	—	3	8	6	1	4	39
2	11	6	*	1	9	5	1	5	36
4	10	12	1	2	6	4	2	7	26
3	13	21	5	6	7	6	7	12	14
4	13	26	8	8	7	5	8	12	14
1	21	23	19	4	7	5	6	21	7
2	12	7	1	2	8	4	2	5	34
5	10	16	3	3	6	5	4	9	18
3	19	26	8	6	7	7	7	18	8
5	10	19	19	5	4	4	6	17	8
2	4	16	2	3	1	3	3	6	39
4	5	16	2	1	3	4	4	10	23
4	8	14	3	3	8	3	3	7	20
3	18	8	3	4	7	8	4	10	29
1	19	7	1	3	9	3	1	7	49

ENCUESTAS DEL INSTITUTO

CUADRO 2

EN GENERAL, ¿QUE OPINION TIENE USTED SOBRE LA SITUACION ACTUAL DE LA ECONOMIA ESPAÑOLA?

	Total	Muy buena	Buena	Pasable	Mala	Muy mala	S. R.
		%	%	%	%	%	%
TOTAL	(3.535)	4	36	37	9	2	12
Sexo:							
Varones	(1.748)	5	40	37	9	1	8
Hembras	(1.787)	3	31	39	9	2	16
Edad:							
18 a 29 años	(596)	3	33	43	11	2	8
30 a 49 años	(1.695)	3	35	39	9	2	12
50 años o más	(1.234)	6	36	33	9	1	15
Ocupación:							
Profesionales, gerentes y directivos.	(162)	6	34	37	14	3	6
Comerciantes, empleados y funcionarios	(744)	5	40	39	8	1	7
Trabajadores especializados	(502)	4	40	38	9	1	8
Trabajadores no especializados	(256)	4	39	37	8	1	11
Propietarios agrícolas	(41)	5	32	36	10	5	12
Trabajadores agrícolas, pescadores, mineros y similares	(218)	4	36	30	8	2	20
Nivel de estudios:							
Menos de primarios	(967)	4	31	37	9	2	17
Primarios	(1.736)	4	36	38	9	1	12
Secundarios	(488)	3	42	38	9	1	7
Técnicos de grado medio	(171)	7	39	37	12	1	4
Universitarios o técnicos de grado superior	(140)	6	31	38	16	4	5
Nivel de ingresos mensuales:							
Menos de 5.000 pesetas	(1.846)	4	35	35	9	2	15
De 5.000 a 9.999 pesetas	(1.144)	4	39	39	9	1	8
De 10.000 a 19.999 pesetas	(314)	4	35	42	12	1	6
De 20.000 pesetas o más	(78)	9	27	40	12	6	6
Sin respuesta	(153)	5	30	36	7	3	19
Municipios de residencia:							
De 500.000 y más habitantes	(800)	4	33	43	9	2	9
De 95.001 a 500.000 habitantes.	(1.459)	5	39	36	9	1	10
De 10.001 a 95.000 habitantes	(876)	3	34	37	11	2	13
De 2.001 a 10.000 habitantes	(400)	4	33	30	7	2	24

ENCUESTA SOBRE EL PLAN DE DESARROLLO

C U A D R O 3

COMO USTED SABE EXISTEN DIVERSAS OPINIONES SOBRE LOS PROBLEMAS DEL PAIS, ¿CREE USTED QUE EN LAS CUESTIONES ECONOMICAS QUE SE REFIEREN A LAS COSAS QUE HAY QUE PRODUCIR, ES EL GOBIERNO EL QUE DEBE FIJAR UNAS DIRECTRICES Y UNOS PLANES A SEGUIR O POR EL CONTRARIO CREE USTED QUE ESO DEBE DEJARSE A LA LIBRE INICIATIVA DE LOS INDIVIDUOS O DE LA EMPRESA PRIVADA?

(Ver clave explicatoria al pie de página)

	Total	1 %	2 %	3 %	4 %
TOTAL	(3.535)	32	58	10	24
Sexo:					
Varones	(1.748)	27	52	10	11
Hembras	(1.787)	21	36	7	36
Edad:					
18 a 29 años	(596)	24	49	10	17
30 a 49 años	(1.695)	25	44	9	22
50 años o más	(1.234)	23	40	8	29
Ocupación:					
Profesionales, gerentes y directivos.	(162)	20	64	10	6
Comerciantes, empleados y funcionarios	(744)	23	56	11	10
Trabajadores especializados	(502)	29	51	10	10
Trabajadores no especializados	(256)	28	40	7	25
Propietarios agrícolas	(41)	37	27	7	29
Trabajadores agrícolas, pescadores, mineros y similares	(218)	31	23	5	41
Nivel de estudios:					
Menos de primarios	(967)	26	28	8	38
Primarios	(1.736)	25	43	9	23
Secundarios	(488)	20	64	8	8
Técnicos de grado medio	(171)	19	86	8	7
Universitarios o técnicos de grado superior	(140)	21	65	9	5
Nivel de ingresos mensuales:					
Menos de 5.000 pesetas	(1.846)	26	34	7	33
De 5.000 a 9.999 pesetas	(1.144)	24	52	10	14
De 10.000 a 19.999 pesetas	(314)	20	64	9	7
De 20.000 pesetas o más	(78)	18	66	10	6
Sin respuesta	(153)	19	33	7	41
Municipios de residencia:					
De 500.000 y más habitantes	(800)	20	50	10	20
De 95.001 a 500.000 habitantes.	(1.459)	26	46	7	21
De 10.001 a 95.000 habitantes	(876)	24	42	10	24
De 2.001 a 10.000 habitantes	(400)	26	25	7	42

1. El Gobierno debe fijar unas directrices y unos planes a seguir obligatoriamente.
2. El Gobierno debe establecer unas orientaciones generales pero dejando libertad a la empresa privada para organizar su producción.
3. El Gobierno no debe intervenir para nada en esas cosas.
4. S. R.

ENCUESTAS DEL INSTITUTO

CUADRO 4

¿TIENE USTED CONOCIMIENTO DE LA EXISTENCIA DE UN PLAN DE DESARROLLO ECONOMICO Y SOCIAL?

	Total	Sí %	No %	S. R. %
TOTAL	(3.535)	57	42	1
Sexo:				
Varones	(1.748)	72	27	1
Hembras	(1.787)	42	57	1
Edad:				
18 a 29 años	(596)	66	33	1
30 a 49 años	(1.695)	61	38	1
50 años o más	(1.234)	48	51	1
Ocupación:				
Profesionales, gerentes y directivos	(162)	97	3	—
Comerciantes, empleados y funcionarios	(744)	80	19	1
Trabajadores especializados	(502)	69	30	1
Trabajadores no especializados	(256)	44	54	2
Propietarios agrícolas	(41)	51	49	—
Trabajadores agrícolas, pescadores, mineros y similares	(218)	33	66	1
Nivel de estudios:				
Menos de primarios	(967)	28	71	1
Primarios	(1.736)	57	42	1
Secundarios	(488)	89	10	1
Técnicos de grado medio	(171)	94	6	—
Universitarios o técnicos de grado superior	(140)	99	1	—
Nivel de ingresos mensuales:				
Menos de 5.000 ptas	(1.846)	41	58	1
De 5.000 a 9.999 ptas	(1.144)	71	29	*
De 10.000 a 19.999 ptas	(314)	90	10	—
De 20.000 ptas, o más	(78)	89	10	1
Sin respuesta	(153)	60	39	1
Municipios de residencia:				
De 500.000 y más habitantes	(800)	60	40	*
De 95.001 a 500.000 habitantes	(1.459)	66	34	*
De 10.001 a 95.000 habitantes	(876)	53	46	1
De 2.001 a 10.000 habitantes	(400)	33	65	2

ENCUESTA SOBRE EL PLAN DE DESARROLLO

CUADRO 5

¿COMO CREE USTED QUE LE HA IDO A LA ECONOMIA ESPAÑOLA EN ESTE ULTIMO AÑO?

	Total %	Ha mejorado %	Está más o me- nos igual %	Ha empeorado %	S. R. %
TOTAL	(3.535)	42	34	11	13
Sexo:					
Varones	(1.748)	53	32	8	7
Hembras	(1.787)	33	35	14	18
Edad:					
18 a 29 años	(596)	47	34	10	9
30 a 49 años	(1.695)	44	34	11	11
50 años o más	(1.234)	38	34	12	16
Ocupación:					
Profesionales, gerentes y directivos.	(162)	48	32	15	5
Comerciantes, empleados y funcio- narios	(744)	58	29	7	6
Trabajadores especializados	(502)	46	36	9	9
Trabajadores no especializados ...	(256)	39	38	11	12
Propietarios agrícolas	(41)	41	30	12	17
Trabajadores agrícolas, pescadores, mineros y similares	(218)	39	33	7	21
Nivel de estudios:					
Menos de primarios	(967)	34	33	12	21
Primarios	(1.736)	41	35	12	12
Secundarios	(488)	59	29	7	5
Técnicos de grado medio	(171)	58	30	8	4
Universitarios o técnicos de grado superior	(140)	48	36	14	2
Nivel de ingresos mensuales:					
Menos de 5.000 pesetas	(1.846)	38	34	11	17
De 5.000 a 9.999 pesetas	(1.144)	48	35	9	8
De 10.000 a 19.999 pesetas ...	(314)	53	29	13	5
De 20.000 pesetas o más	(78)	43	35	17	5
Sin respuesta	(153)	36	27	21	16
Municipios de residencia:					
De 500.000 y más habitantes ...	(800)	40	39	13	8
De 95.001 a 500.000 habitantes.	(1.459)	45	32	11	12
De 10.001 a 95.000 habitantes ...	(876)	41	34	12	13
De 2.001 a 10.000 habitantes ...	(400)	35	30	10	25

ENCUESTAS DEL INSTITUTO

CUADRO 6

¿CREE USTED QUE ESTA MEJORA SE DEBE AL PLAN DE DESARROLLO O QUE LA MEJORA HUBIERA SIDO MAS O MENOS LO MISMO SIN EL PLAN?

(Ver clave explicatoria al pie de página)

	Total	De los que tienen conocimiento del Plan y creen que ha mejorado la Economía				
		1	2	Se debe al Plan	Habría sido lo mismo sin el Plan	No opinan
		%	%	%	%	%
TOTAL	(3.535)	70	30	78	13	9
Sexo:						
Varones	(1.748)	58	42	78	15	7
Hembras	(1.787)	81	19	76	11	13
Edad:						
18 a 29 años	(596)	64	36	76	13	11
30 a 49 años	(1.695)	67	33	79	13	8
50 años o más	(1.234)	77	23	77	15	8
Ocupación:						
Profesionales, gerentes y directivos.	(162)	52	48	71	17	12
Comerciantes, empleados y funcionarios	(744)	50	50	80	14	6
Trabajadores especializados	(502)	62	38	73	18	9
Trabajadores no especializados	(256)	78	22	82	13	5
Propietarios agrícolas	(41)	68	32	92	8	—
Trabajadores agrícolas, pescadores, mineros y similares	(218)	82	18	89	3	8
Nivel de estudios:						
Menos de primarios	(967)	85	15	76	14	10
Primarios	(1.736)	71	29	80	11	9
Secundarios	(488)	46	54	80	14	6
Técnicos de grado medio	(171)	45	55	71	23	6
Universitarios o técnicos de grado superior	(140)	54	46	69	17	14
Nivel de ingresos mensuales:						
Menos de 5.000 pesetas	(1.846)	78	22	80	10	10
De 5.000 a 9.999 pesetas	(1.144)	62	38	78	15	7
De 10.000 a 19.999 pesetas	(314)	51	49	78	14	8
De 20.000 pesetas o más	(78)	59	41	60	31	9
Sin respuesta	(153)	71	29	69	20	11
Municipios de residencia:						
De 500.000 y más habitantes	(800)	72	28	70	13	17
De 95.001 a 500.000 habitantes.	(1.459)	64	36	81	13	6
De 10.001 a 95.000 habitantes	(876)	71	29	80	16	4
De 2.001 a 10.000 habitantes	(400)	81	19	77	8	15

1. No tienen conocimiento del Plan y creen que ha ido mal la economía española.
2. Tienen conocimiento del Plan o creen que ha mejorado la economía.

ENCUESTA SOBRE EL PLAN DE DESARROLLO

CUADRO 7

A SU JUICIO ¿CREE USTED QUE EL PLAN DE DESARROLLO SE HA PREOCUPADO POR IGUAL DE TODOS LOS PROBLEMAS ECONOMICO-SOCIALES DEL PAIS O HA DEJADO ALGUNOS SIN ATENDER DEBIDAMENTE?

(Ver clave explicatoria al pie de página)

	Total	No tienen co- % nocimiento del Plan	Tienen conoci- miento del Plan %	De los que tienen conocimiento del Plan		
				1	2	3
				%	%	%
TOTAL	(3.535)	43	57	39	36	25
Sexo:						
Varones	(1.748)	28	72	39	42	19
Hembras	(1.787)	58	42	37	27	36
Edad:						
18 a 29 años	(596)	34	66	41	38	21
30 a 49 años	(1.695)	39	61	38	37	25
50 años o más	(1.234)	52	48	38	33	29
Ocupación:						
Profesionales, gerentes y directivos.	(162)	3	97	27	58	15
Comerciantes, empleados y funcio- narios	(744)	20	80	40	42	18
Trabajadores especializados	(502)	31	69	40	36	24
Trabajadores no especializados	(256)	56	44	43	37	20
Propietarios agrícolas	(41)	49	51	19	62	19
Trabajadores agrícolas, pescadores, mineros y similares	(218)	67	33	37	32	31
Nivel de estudios:						
Menos de primarios	(967)	72	28	41	25	34
Primarios	(1.736)	43	57	40	33	27
Secundarios	(488)	11	89	41	40	19
Técnicos de grado medio	(171)	6	94	33	47	20
Universitarios o técnicos de grado superior	(140)	1	99	24	58	18
Nivel de ingresos mensuales:						
Menos de 5.000 pesetas	(1.846)	59	41	41	29	30
De 5.000 a 9.999 pesetas	(1.144)	29	71	41	37	22
De 10.000 a 19.999 pesetas	(314)	10	90	30	52	18
De 20.000 pesetas o más	(78)	11	89	25	49	26
Sin respuesta	(153)	40	60	27	36	37
Municipios de residencia:						
De 500.000 y más habitantes	(800)	40	60	31	38	31
De 95.001 a 500.000 habitantes.	(1.459)	34	66	39	34	27
De 10.001 a 95.000 habitantes	(876)	47	53	46	42	12
De 2.001 a 10.000 habitantes	(400)	67	33	36	27	37

1. Se ha preocupado de todos los problemas por igual.
2. Ha dejado algunas sin atender.
3. No opinan.

CUADRO 8

CONCRETAMENTE, ¿CUAL ES, SEGUN SU OPINION EL PROBLEMA POR EL QUE SE HA PREOCUPADO MENOS?

(Ver clave explicatoria al pie de página)

	Total	1	2	Agricultura	Industria	Precios	Abandono de algunas regiones	Nivel de vida	(1) Problemas sociales	Vivienda	Enseñanza	% Clase media y baja	% Salarios bajos	Otros problemas	% No opinan
		%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
TOTAL	(3.535)	79	21	40	6	2	2	2	12	6	6	2	7	6	9
Sexo:															
Varones	(1.748)	70	30	44	7	1	2	1	12	6	4	1	6	8	8
Hembras	(1.787)	89	11	29	2	5	2	4	9	7	11	3	9	6	13
Edad:															
18 a 29 años	(596)	75	25	38	9	3	2	3	8	8	8	1	8	3	9
30 a 49 años	(1.659)	77	23	42	5	3	3	1	10	7	5	1	6	8	9
50 años o más	(1.234)	84	16	34	5	1	2	2	15	3	6	8	9	9	11
Ocupación:															
Profesionales, gerentes y directivos	(162)	44	56	47	4	1	4	—	12	3	6	1	6	6	10
Comerciantes, empleados y funcionarios	(744)	67	33	44	10	1	2	2	11	5	5	1	3	8	8
Trabajadores especializados	(502)	75	25	31	2	4	1	1	15	9	3	1	13	10	10
Trabajadores no especializados	(256)	84	16	25	2	2	2	—	21	17	5	—	10	2	14
Propietarios agrícolas	(41)	68	32	92	8	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
Trabajadores agrícolas, pescadores, mineros y similares	(218)	89	11	62	—	—	—	—	13	—	—	—	4	17	4

1. No tienen conocimiento del Plan, o creen que se han preocupado de todos los problemas por igual.

2. Tienen conocimiento del Plan, y no creen que se han preocupado de todos los problemas por igual.

1. En esta columna están comprendidos: igualdad de oportunidades, trabajo y jubilación.

ENCUESTA SOBRE EL PLAN DE DESARROLLO

CUADRO 9

COMO USTED SABE, EN TODAS LAS ECONOMIAS HAY VARIOS PROBLEMAS EN RELACION CON LA MANO DE OBRA. ¿CUAL CREE USTED QUE ES LA SITUACION CONCRETA DE LA MANO DE OBRA EN LA ZONA EN QUE VIVE?

AGRICULTURA

	Total	Falta mano de obra	Sobra mano de obra	Ni sobra ni falta	No sabe	S. R.
		%	%	%	%	%
TOTAL	(3.535)	61	14	5	15	5
Sexo:						
Varones	(1.748)	65	18	5	8	4
Hembras	(1.787)	58	11	4	21	6
Edad:						
18 a 29 años	(596)	66	14	4	11	5
30 a 49 años	(1.695)	62	16	5	12	5
50 años o más	(1.234)	58	12	4	21	5
Ocupación:						
Profesionales, gerentes y directivos.	(162)	66	15	7	7	5
Comerciantes, empleados y funcionarios	(744)	66	18	4	7	5
Trabajadores especializados	(502)	68	13	4	13	2
Trabajadores no especializados						
Propietarios agrícolas	(256)	59	15	5	17	4
Trabajadores agrícolas, pescadores, mineros y similares	(41)	83	5	10	—	2
Nivel de estudios:						
	(218)	56	20	5	5	14
Menos de primarios	(967)	54	17	4	20	5
Primarios	(1.736)	64	12	5	14	5
Secundarios	(488)	63	15	6	10	6
Técnicos de grado medio	(171)	69	16	5	5	5
Universitarios o técnicos de grado superior	(140)	66	18	5	9	2
Nivel de ingresos mensuales:						
Menos de 5.000 pesetas	(1.846)	57	15	4	18	6
De 5.000 a 9.999 pesetas	(1.144)	66	14	5	11	4
De 10.000 a 19.999 pesetas	(314)	70	14	6	8	2
De 20.000 pesetas o más	(78)	66	17	8	8	1
Sin respuesta	(153)	59	8	3	25	5
Municipios de residencia:						
De 500.000 y más habitantes	(800)	60	11	4	19	6
De 95.001 a 500.000 habitantes.	(1.459)	63	13	4	17	3
De 10.001 a 95.000 habitantes	(876)	63	16	5	8	8
De 2.001 a 10.000 habitantes	(400)	51	23	6	16	4

ENCUESTAS DEL INSTITUTO

CUADRO 10

COMO USTED SABE, EN TODAS LAS ECONOMIAS HAY VARIOS PROBLEMAS EN RELACION CON LA MANO DE OBRA. ¿CUAL CREE USTED QUE ES LA SITUACION CONCRETA DE LA MANO DE OBRA EN LA ZONA EN QUE VIVE?

INDUSTRIA

	Total	Falta mano de obra	Sobra mano de obra	Ni sobra ni falta	No sabe	S. R.
		%	%	%	%	%
TOTAL	(3.535)	35	22	14	21	8
Sexo:						
Varones	(1.748)	43	24	16	11	6
Hembras	(1.787)	27	19	13	32	9
Edad:						
18 a 29 años	(596)	35	26	16	15	8
30 a 49 años	(1.695)	37	23	14	19	7
50 años o más	(1.234)	32	18	13	28	9
Ocupación:						
Profesionales, gerentes y directivos.	(162)	54	17	15	7	7
Comerciantes, empleados y funcionarios	(744)	44	24	16	9	7
Trabajadores especializados	(502)	42	25	14	15	4
Trabajadores no especializados	(256)	30	27	14	23	6
Proprietarios agrícolas	(41)	22	30	24	12	12
Trabajadores agrícolas, pescadores, mineros y similares	(218)	22	20	13	28	17
Nivel de estudios:						
Menos de primarios	(967)	25	22	12	32	9
Primarios	(1.736)	35	22	15	20	8
Secundarios	(488)	43	22	18	11	6
Técnicos de grado medio	(171)	52	23	13	5	7
Universitarios o técnicos de grado superior	(140)	50	21	14	9	6
Nivel de ingresos mensuales:						
Menos de 5.000 pesetas	(1.846)	28	23	12	27	10
De 5.000 a 9.999 pesetas	(1.144)	42	21	16	15	6
De 10.000 a 19.999 pesetas	(314)	46	20	19	11	4
De 20.000 pesetas o más	(78)	52	23	13	8	4
Sin respuesta	(153)	30	15	14	35	6
Municipios de residencia:						
De 500.000 y más habitantes	(800)	37	16	15	24	8
De 95.001 a 500.000 habitantes.	(1.459)	37	23	14	22	4
De 10.001 a 95.000 habitantes	(876)	36	24	14	15	11
De 2.001 a 10.000 habitantes	(400)	16	24	17	30	13

ENCUESTA SOBRE EL PLAN DE DESARROLLO

CUADRO 11

COMO USTED SABE, EN TODAS LAS ECONOMIAS HAY VARIOS PROBLEMAS EN RELACION CON LA MANO DE OBRA. ¿CUAL CREE USTED QUE ES LA SITUACION CONCRETA DE LA MANO DE OBRA EN LA ZONA EN QUE VIVE?

SERVICIOS

	Total	Falta mano de obra	Sobra mano de obra	Ni sobra ni falta	No sabe	S. R.
		%	%	%	%	%
TOTAL	(3.535)	31	20	18	22	9
Sexo:						
Varones	(1.748)	30	24	21	16	9
Hembras	(1.787)	33	16	14	27	10
Edad:						
18 a 29 años	(596)	32	22	21	15	10
30 a 49 años	(1.695)	33	22	17	19	9
50 años o más	(1.234)	28	16	17	30	9
Ocupación:						
Profesionales, gerentes y directivos.	(162)	48	12	22	11	7
Comerciantes, empleados y funcionarios	(744)	37	22	21	12	8
Trabajadores especializados	(502)	29	29	18	17	7
Trabajadores no especializados	(256)	23	21	19	28	9
Propietarios agrícolas	(41)	12	24	39	5	20
Trabajadores agrícolas, pescadores, mineros y similares	(218)	15	20	22	28	15
Nivel de estudios:						
Menos de primarios	(967)	24	19	15	33	9
Primarios	(1.736)	29	20	20	20	11
Secundarios	(488)	43	21	17	12	7
Técnicos de grado medio	(171)	42	22	19	11	6
Universitarios o técnicos de grado superior	(140)	51	16	18	11	4
Nivel de ingresos mensuales:						
Menos de 5.000 pesetas	(1.846)	25	21	16	27	11
De 5.000 a 9.999 pesetas	(1.144)	35	22	19	15	9
De 10.000 a 19.999 pesetas	(314)	49	14	22	11	4
De 20.000 pesetas o más	(78)	46	19	15	12	8
Sin respuesta	(153)	38	10	18	27	7
Municipios de residencia:						
De 500.000 y más habitantes	(800)	33	17	15	23	12
De 95.001 a 500.000 habitantes.	(1.459)	35	21	17	22	5
De 10.001 a 95.000 habitantes	(876)	30	21	21	15	13
De 2.001 a 10.000 habitantes	(400)	16	21	19	30	14

CUADRO 12

¿A QUE CREE USTED QUE SE DEBE LA FALTA DE LA MANO DE OBRA EN CADA UNO DE LOS CASOS?

AGRICULTURA (Ver clave explicatoria al pie de página)

	Total	1	2	De los que creen que falta mano de obra					Otras respuestas	No opinan
				Emigración	Baja remuneración	Falta de protección estatal	Condiciones de vida del campo	%		
TOTAL	(3.535)	39	61	61	14	2	11	5	7	
Sexo:										
Varones	(1.748)	35	65	58	16	3	12	6	5	
Hembras	(1.787)	42	58	63	13	1	10	4	8	
Edad:										
18 a 29 años	(596)	34	66	54	19	2	13	6	6	
30 a 49 años	(1.695)	38	62	61	15	3	10	5	6	
50 años o más	(1.234)	42	58	63	11	2	11	6	7	
Ocupación:										
Profesionales, gerentes y directivos.	(162)	34	66	57	14	6	12	8	3	
Comerciantes, empleados y funcionarios	(744)	34	66	60	13	3	12	6	6	
Trabajadores especializados	(502)	32	68	55	19	4	11	6	5	
Trabajadores no especializados	(256)	41	59	60	15	1	12	6	6	
Propietarios agrícolas	(41)	17	83	64	15	9	3	9	—	
Trabajadores agrícolas, pescadores, mineros y similares	(218)	44	56	49	20	2	10	7	12	

ENCUESTA SOBRE EL PLAN DE DESARROLLO

(Continuación)

CUADRO 12

	Total	1	2	De los que creen que falta mano de obra						No opinan
				Emigración	%	Falta de remuneración	%	Falta de protección estatal	%	
Nivel de estudios:										
Menos de primarios	(967)	46	54	57	16	*	12	6	9	
Primarios	(1.736)	36	64	62	13	3	10	5	7	
Secundarios	(488)	37	63	51	16	2	13	4	4	
Técnicos de grado medio	(171)	31	69	54	16	5	14	8	3	
Universitarios o técnicos de grado superior	(140)	34	66	51	14	7	15	9	4	
Nivel de ingresos mensuales:										
Menos de 5.000 pesetas	(1.846)	43	57	57	17	1	10	6	9	
De 5.000 a 9.999 pesetas	(1.144)	34	66	66	10	3	12	4	5	
De 10.000 a 19.999 pesetas	(314)	30	70	54	20	5	14	5	2	
De 20.000 pesetas o más	(78)	34	66	55	10	2	15	12	6	
Sin respuesta	(153)	41	59	69	10	—	8	3	10	
Municipios de residencia:										
De 500.000 y más habitantes	(800)	40	60	63	16	2	8	5	8	
De 95.001 a 500.000 habitantes	(1.459)	37	63	58	17	2	12	5	6	
De 10.001 a 95.000 habitantes	(876)	37	63	62	11	2	14	5	6	
De 2.001 a 10.000 habitantes	(400)	49	51	59	11	3	9	8	10	

1. Creen que sobra mano de obra, ni sobra ni falta mano de obra, no saben y sin respuesta.

2. Creen que falta mano de obra.

CUADRO 13

¿A QUE CREE USTED QUE SE DEBE LA FALTA DE LA MANO DE OBRA EN CADA UNO DE LOS CASOS?

INDUSTRIA

(Ver clave explicatoria al pie de página)

	Total	1		2		De los que creen que falta mano de obra						
		%	%	%	%	Emigración	Desarrollo industrial	Falta de capacitación	Afán de progreso	Necesidad de mecanización	Falta de colaboración y obreros	Otras respuestas
TOTAL	(3.535)	65	35	43	9	17	11	1	*	9	10	
Sexo:												
Varones	(1.748)	57	43	37	10	23	10	1	1	10	8	
Hembras	(1.787)	73	27	51	7	9	12	1	*	7	13	
Edad:												
18 a 29 años	(596)	65	35	35	7	18	14	2	—	10	14	
30 a 49 años	(1.695)	63	37	42	11	16	11	1	1	10	8	
50 años o más	(1.234)	68	32	46	9	18	9	1	*	6	11	
Ocupación:												
Profesionales, gerentes y directivos.	(162)	46	54	28	16	31	7	1	—	10	7	
Comerciantes, empleados y funcionarios	(744)	56	44	39	8	24	8	1	*	11	9	
Trabajadores especializados	(502)	58	42	38	9	19	13	1	2	8	10	
Trabajadores no especializados	(256)	70	30	34	16	12	11	3	—	12	12	
Propietarios agrícolas	(41)	78	22	22	—	12	33	—	—	33	—	
Trabajadores agrícolas, pescadores, mineros y similares	(218)	78	22	62	—	4	6	—	—	9	19	

ENCUESTA SOBRE EL PLAN DE DESARROLLO

(Continuación)

CUADRO 13

	Total		De los que creen que falta mano de obra							Otras respuestas %	No opinan %
	1 %	2 %	Emigración %	Desarrollo Industrial %	Falta de especialización %	Afán de progreso %	Necesidad de mecanización %	Falta de colaboración de patronos y obreros %			
Nivel de estudios:											
Menos de primarios	75	25	47	7	7	14	2	1	9	13	
Primarios	65	35	46	10	15	11	1	*	7	10	
Secundarios	57	43	29	9	26	12	1	1	13	9	
Técnicos de grado medio	48	52	35	11	32	6	—	1	8	7	
Universitarios o técnicos de grado superior	50	50	27	11	29	6	4	—	14	9	
Nivel de ingresos mensuales:											
Menos de 5.000 pesetas	72	28	45	7	10	13	2	1	8	14	
De 5.000 a 9.999 pesetas	58	42	42	11	20	10	1	*	10	6	
De 10.000 a 19.999 pesetas	54	46	30	34	34	8	—	1	10	7	
De 20.000 pesetas o más	48	52	26	17	20	10	—	—	7	20	
Sin respuesta	70	30	38	9	16	7	7	—	7	16	
Municipios de residencia:											
De 500.000 y más habitantes	63	37	39	9	19	10	1	1	8	13	
De 95.001 a 500.000 habitantes	63	37	38	11	22	13	1	1	5	9	
De 10.001 a 95.000 habitantes	64	36	51	8	10	7	2	—	14	8	
De 2.001 a 10.000 habitantes	84	16	36	3	5	12	—	—	24	20	

1. Creen que sobra mano de obra, ni sobra ni falta, no saben y sin respuesta.

2. Creen que falta mano de obra.

CUADRO 14

¿A QUE CREE USTED QUE SE DEBE LA FALTA DE LA MANO DE OBRA EN CADA UNO DE LOS CASOS?

SERVICIOS

(Ver clave explicatoria al pie de página)

	Total	1		2		De los que creen que falta mano de obra												
		%		%		Emigración	%	Mucha demanda	%	Quieren ganar	%	Influencia del turismo	%	Otras respuestas	%	No opinan	%	
TOTAL	(3,535)	69	31	46	8	14	11	1	8	12								
Sexo:																		
Varones	(1,748)	70	30	40	11	14	14	2	10	9								
Mujeres	(1,787)	67	33	49	5	15	9	*	7	15								
Edad:																		
18 a. 29 años	(596)	68	32	35	6	18	16	—	9	16								
30 a 49 años	(1,695)	67	33	45	9	14	10	1	10	11								
50 años o más	(1,234)	72	28	47	8	14	12	2	6	11								
Ocupación:																		
Profesionales, gerentes y directivos.	(162)	52	48	41	17	18	9	3	8	4								
Comerciantes, empleados y funcionarios	(744)	63	37	42	10	15	12	1	12	8								
Trabajadores especializados	(502)	71	29	42	10	11	15	1	6	15								
Trabajadores no especializados	(256)	77	23	58	—	7	7	2	12	14								
Propietarios agrícolas	(41)	88	12	—	—	20	40	—	—	40								
Trabajadores agrícolas, pescadores, mineros y similares	(218)	85	15	52	—	13	3	—	13	19								

ENCUESTA SOBRE EL PLAN DE DESARROLLO

(Continuación)

CUADRO 14

	Total	De los que creen que falta mano de obra		De los que creen que falta mano de obra						
		1	2	% Emigración	% Mucha demanda	% Quieren progresar	% Quieren ganar mucho	% Influencia del turismo	% Otras respuestas	% No opinan
		%	%	%	%	%	%	%	%	%
Nivel de estudios:										
Menos de primarios	(967)	76	24	50	5	10	11	*	9	15
Primarios	(1,736)	71	29	45	8	14	11	1	8	13
Secundarios	(488)	57	43	40	10	15	13	1	10	11
Técnicos de grado medio	(171)	58	42	41	10	23	13	1	6	6
Universitarios o técnicos de grado superior	(140)	49	51	34	16	20	9	4	10	7
Nivel de ingresos mensuales:										
Menos de 5.000 pesetas	(1,846)	75	25	48	5	13	11	*	8	15
De 5.000 a 9.999 pesetas	(1,144)	65	35	46	9	15	11	1	9	9
De 10.000 a 19.999 pesetas	(314)	51	49	36	12	17	13	2	12	8
De 20.000 pesetas o más	(78)	54	46	40	17	17	6	3	3	14
Sin respuesta	(153)	62	38	52	7	12	9	—	2	18
Municipios de residencia:										
De 500.000 y más habitantes	(800)	67	33	39	11	11	14	*	9	16
De 95.001 a 500.000 habitantes	(1,459)	65	35	44	9	19	13	1	4	10
De 10.001 a 95.000 habitantes	(876)	70	30	54	5	12	6	1	12	10
De 2.001 a 10.000 habitantes	(400)	84	16	39	3	6	8	—	25	19

1. Green que sobra mano de obra, ni sobra ni falta, no saben y sin respuesta.

2. Green que falta mano de-obra.

ENCUESTAS DEL INSTITUTO

CUADRO 15

¿A QUE CREE USTED QUE SE DEBE EL EXCESO DE LA MANO DE OBRA EN CADA UNO DE LOS CASOS?

(Ver clave explicatoria al pie de página)

AGRICULTURA

	Total	1		2		De los que creen que sobra mano de obra					
		%	%	%	%	Mecanización	Bajo rendimiento del campo	Falta de puestos de trabajo	Deficiente explotación	Otras respuestas	No opinan
TOTAL	(3.535)	86	14	34	14	19	5	16	12		
Sexo:											
Varones	(1.748)	82	18	40	10	17	6	17	10		
Hembras	(1.787)	89	11	24	20	23	3	14	16		
Edad:											
18 a 29 años	(596)	86	14	40	14	15	6	16	9		
30 a 49 años	(1.695)	84	16	34	13	20	4	18	11		
50 años o más	(1.234)	88	12	29	16	21	6	13	15		
Ocupación:											
Profesionales, gerentes y directivos.	(162)	85	15	44	16	—	—	32	8		
Comerciantes, empleados y funcionarios	(744)	82	18	35	13	15	7	18	12		
Trabajadores especializados	(502)	87	13	44	6	24	3	14	9		
Trabajadores no especializados	(256)	85	15	28	3	33	3	18	15		
Proprietarios agrícolas	(41)	95	5	100	—	—	—	—	—		
Trabajadores agrícolas, pescadores, mineros y similares	(218)	80	20	35	16	16	2	11	20		

ENCUESTA SOBRE EL PLAN DE DESARROLLO

(Continuación)

C U A D R O 15

	Total	I		De los que creen que sobra mano de obra						
		%	2	%	Mecanización	% Bajo rendimiento del campo	% Falta de puestos de trabajo	% Deficiente explotación	% Otras respuestas	% No optiman
Nivel de estudios:										
Menos de primarios	(967)	83	17	28	20	23	4	11	14	
Primarios	(1,736)	88	12	32	11	24	2	18	13	
Secundarios	(488)	85	15	45	7	8	11	20	9	
Técnicos de grado medio	(171)	84	16	50	11	7	14	18	—	
Universitarios o técnicos de grado superior	(140)	82	18	40	20	—	4	24	12	
Nivel de ingresos mensuales:										
Menos de 5.000 pesetas	(1,846)	65	15	28	16	21	4	14	17	
De 5.000 a 9.999 pesetas	(1,144)	86	14	31	13	24	5	20	7	
De 10.000 a 19.999 pesetas	(314)	86	14	61	7	—	13	15	4	
De 20.000 pesetas o más	(78)	83	17	54	15	8	8	15	—	
Sin respuesta	(153)	92	8	39	23	—	—	15	23	
Municipios de residencia:										
De 500.000 y más habitantes	(800)	89	11	30	9	36	7	12	6	
De 95.001 a 500.000 habitantes	(1,459)	87	13	41	14	11	5	14	15	
De 10.001 a 95.000 habitantes	(876)	34	16	37	11	16	2	26	8	
De 2.001 a 10.000 habitantes	(400)	77	23	17	24	24	5	10	20	

1. Creen que falta mano de obra, ni sobra ni falta, no saben y sin respuesta.
2. Creen que sobra mano de obra.

ENCUESTAS DEL INSTITUTO

CUADRO 16

¿A QUE CREE USTED QUE SE DEBE EL EXCESO DE LA MANO DE OBRA EN CADA UNO DE LOS CASOS?
 (Ver clave explicatoria al pie de página)

INDUSTRIA

INDUSTRIA	Total	De los que creen que sobra mano de obra						No opinan	
		Mecanización	Emigración	Despido	Faltan industrias	Baja remuneración de otros sectores	Otras respuestas		
	1	2	%	%	%	%	%	%	
TOTAL	78	22	11	24	3	33	2	13	14
Sexo:									
Varones	76	24	13	25	2	34	2	13	11
Mujeres	81	19	9	22	5	31	1	14	18
Edad:									
18 a 29 años	74	26	10	25	4	35	1	16	9
30 a 49 años	77	23	10	24	3	34	2	13	14
50 años o más	82	18	14	22	4	27	3	12	18
Ocupación:									
Profesionales, gerentes y directivos	(162)	17	4	30	4	32	4	19	7
Comerciantes, empleados y funcionarios	(744)	24	11	24	3	32	2	15	13
Trabajadores especializados	(502)	75	25	28	3	23	1	11	11
Trabajadores no especializados	(256)	73	27	22	1	31	4	14	12
Propietarios agrícolas	(41)	70	30	17	41	25	17	—	—
Trabajadores agrícolas, pescadores, mineros y similares	(218)	80	20	9	21	45	2	7	16

ENCUESTA SOBRE EL PLAN DE DESARROLLO

(Continuación)

CUADRO 16

	Total	1		2		De los que creen que sobra mano de obra								
		%		%		Mecanización	Emigración	Despido	Faltan Industrias	Baja remuneración de otros sectores	Ultras respuestas	No optan		
Nivel de estudios:														
Menos de primarios	(967)	78	22	11	20	5	35	1	12	21				
Primarios	(1,736)	78	22	13	26	3	32	2	13	11				
Secundarios	(488)	78	22	8	24	2	32	3	15	16				
Técnicos de grado medio	(171)	77	23	13	15	—	49	—	15	8				
Universitarios o técnicos de grado superior	(140)	79	21	7	27	3	21	7	21	14				
Nivel de ingresos mensuales:														
Menos de 5.000 pesetas	(1,846)	77	23	12	21	4	32	2	13	16				
De 5.000 a 9.999 pesetas	(1,144)	79	21	12	27	3	31	2	14	11				
De 10.000 a 19.999 pesetas	(314)	80	20	8	19	—	41	5	16	11				
De 20.000 pesetas o más	(78)	77	23	11	27	6	17	—	22	17				
Sin respuesta	(153)	85	15	9	17	9	31	—	4	30				
Municipios de residencia:														
De 500.000 y más habitantes	(800)	84	16	8	42	6	10	4	18	12				
De 95.001 a 500.000 habitantes	(1,459)	77	23	11	20	2	37	1	14	15				
De 10.001 a 95.000 habitantes	(876)	76	24	16	22	2	37	2	10	11				
De 2.001 a 10.000 habitantes	(400)	76	24	7	14	6	33	4	14	22				

1. Creen que falta mano de obra, ni sobra ni falta, no saben y sin respuesta.
 2. Creen que sobra mano de obra.

CUADRO 17

¿A QUE CREE USTED QUE SE DEBE EL EXCESO DE LA MANO DE OBRA EN CADA UNO DE LOS CASOS?

SERVICIOS

(Ver clave explicatoria al pie de página)

	Total		De los que creen que sobra mano de obra						% No. opinan
	1	2	% No se requiere especialidad	% Son necesarios de más puestos de trabajo	% Falta de rentabilidad en algunos servicios	% No les pueden pagar	3	% Otras respuestas	
TOTAL	80	20	27	19	9	2	6	16	21
Sexo:									
Varones	76	24	31	18	8	3	6	17	17
Hembras	84	16	22	20	11	1	5	14	27
Edad:									
18 a 29 años	78	22	36	19	10	2	2	15	16
30 a 49 años	78	22	25	19	8	2	7	17	22
50 años o más	84	16	27	19	10	2	5	15	22
Ocupación:									
Profesionales, gerentes y directivos.	88	12	37	15	12	8	8	12	8
Comerciantes, empleados y funcionarios	78	22	30	17	5	2	6	17	23
Trabajadores especializados	71	29	30	14	13	1	7	19	16
Trabajadores no especializados	79	21	20	24	9	4	6	13	24
Propietarios agrícolas	76	24	50	10	—	—	10	30	—
Trabajadores agrícolas, pescadores, mineros y similares	80	20	31	24	5	3	—	12	26

ENCUESTA SOBRE EL PLAN DE DESARROLLO

(Continuación)

CUADRO 17

	Total		De los que creen que sobra mano de obra						Otras respuestas	No optiman
	1	2	%	No se requiere especialidad	Son necesarios más puestos de trabajo	Falta de rentabilidad en algunos servicios	No les pueden pagar	%		
Nivel de estudios:										
Menos de primarios	81	19	19	19	22	7	3	5	15	29
Primarios	80	20	29	29	20	11	1	5	15	19
Secundarios	79	21	35	35	12	6	3	9	19	17
Técnicos de grado medio	78	22	43	43	14	5	—	5	22	11
Universitarios o técnicos de grado superior	84	16	40	40	18	9	9	5	5	14
Nivel de ingresos mensuales:										
Menos de 5.000 pesetas	79	21	23	23	23	6	2	5	16	25
De 5.000 a 9.999 pesetas	78	22	31	31	14	13	2	7	17	16
De 10.000 a 19.999 pesetas	86	14	51	51	16	7	2	4	16	4
De 20.000 pesetas o más	81	19	33	33	20	13	—	7	7	20
Sin respuesta	90	10	25	25	19	13	—	—	13	30
Municipios de residencia:										
De 500.000 y más habitantes	83	17	30	30	16	19	2	8	15	10
De 95.001 a 500.000 habitantes	79	21	24	24	21	7	2	8	15	25
De 10.001 a 95.000 habitantes	79	21	35	35	16	8	2	5	18	16
De 2.001 a 10.000 habitantes	79	21	17	17	25	5	4	2	14	33

1. Falta mano de obra, ni sobra ni falta, sin respuesta.

2. Creen que sobra mano de obra.

3. Baja remuneración en otros sectores.

CUADRO 18

EN GENERAL, ¿QUE OPINA USTED DE LA EMIGRACION DE LOS OBREROS ESPAÑOLES AL EXTRANJERO?

	Total	Solucion a un problema nacional %	Es consecuencia del bajo nivel de vida %	Es culpa del Gobierno %	Es perjudicial para España %	No deberia existir %	Si trabajaran aqui estarian igual %	Otras respuestas %	S. R. %
TOTAL	(3.535)	4	41	2	4	24	8	10	7
Sexo:									
Varones	(1.748)	6	41	2	5	22	8	11	5
Mujeres	(1.787)	2	42	1	3	26	9	9	8
Edad:									
18 a 29 años	(596)	4	42	2	3	24	8	11	6
30 a 49 años	(1.695)	5	40	2	4	24	8	10	7
50 años o más	(1.234)	3	44	2	3	23	9	9	7
Ocupación:									
Profesionales, gerentes y directivos.	(162)	15	29	5	10	23	6	8	4
Comerciantes, empleados y funcionarios	(744)	6	35	2	7	25	9	10	6
Trabajadores especializados	(502)	3	42	2	3	24	8	13	5
Trabajadores no especializados	(256)	3	50	2	2	17	5	13	8
Proprietarios agrícolas	(41)	5	53	5	—	5	10	10	12
Trabajadores agrícolas, pescadores, mineros y similares	(218)	4	59	1	1	15	5	9	6

ENCUESTA SOBRE EL PLAN DE DESARROLLO

(Continuación)

CUADRO 18

	Total	Solución a un problema nacional %	Es consecuencia del bajo nivel de vida %	Es culpa del Gobierno %	Es perjudicial para España %	No debería existir %	Si trabajaran aquí estarían igual %	Otras respuestas %	S. R. %
Nivel de estudios:									
Menos de primarios	(967)	3	47	1	2	21	7	11	8
Primarios	(1.736)	3	44	1	3	23	9	10	7
Secundarios	(488)	6	33	2	6	31	9	8	5
Técnicos de grado medio	(171)	10	27	2	8	25	12	9	7
Universitarios o técnicos de grado superior	(140)	16	30	8	9	26	4	6	1
Nivel de ingresos mensuales:									
Menos de 5.000 pesetas	(1.846)	3	49	1	2	21	6	11	7
De 5.000 a 9.999 pesetas	(1.144)	4	36	2	5	27	11	9	6
De 10.000 a 19.999 pesetas	(314)	9	32	3	9	27	9	8	3
De 20.000 pesetas o más	(78)	9	31	6	6	22	6	12	8
Sin respuesta	(153)	6	34	2	3	22	11	10	12
Municipios de residencia:									
De 500.000 y más habitantes	(800)	5	38	3	5	23	9	10	7
De 95.001 a 500.000 habitantes	(1.459)	5	43	1	3	26	8	9	5
De 10.001 a 95.000 habitantes	(876)	3	40	2	4	24	9	11	7
De 2.001 a 10.000 habitantes	(400)	2	52	1	3	15	6	10	11

ENCUESTAS DEL INSTITUTO

CUADRO 19

PERSONALMENTE ¿HA NOTADO USTED EN ESTE AÑO ALGUN AUMENTO DE PRECIOS?

	Total	Sí %	No %	S. R. %
TOTAL	(3.535)	94	5	1
Sexo:				
Varones	(1.748)	93	6	1
Hembras	(1.787)	96	3	1
Edad:				
18 a 29 años	(596)	95	4	1
30 a 49 años	(1.695)	95	4	1
50 años o más	(1.234)	92	6	2
Ocupación:				
Profesionales, gerentes y directivos	(162)	97	2	1
Comerciantes, empleados y funcionarios	(744)	95	5	*
Trabajadores especializados	(502)	96	3	1
Trabajadores no especializados	(256)	91	7	2
Propietarios agrícolas	(41)	86	12	2
Trabajadores agrícolas, pescadores, mineros y similares	(218)	87	12	1
Nivel de estudios:				
Menos de primarios	(967)	91	7	2
Primarios	(1.736)	94	5	1
Secundarios	(488)	95	3	2
Técnicos de grado medio	(171)	98	2	—
Universitarios o técnicos de grado superior	(140)	95	4	1
Nivel de ingresos mensuales:				
Menos de 5.000 ptas	(1.846)	91	7	2
De 5.000 a 9.999 ptas	(1.144)	97	2	1
De 10.000 a 19.999 ptas	(314)	97	3	—
De 20.000 ptas, o más	(78)	96	3	1
Sin respuesta	(153)	89	8	3
Municipios de residencia:				
De 500.000 y más habitantes	(800)	96	3	1
De 95.001 a 500.000 habitantes	(1.459)	95	4	1
De 10.001 a 95.000 habitantes	(876)	93	5	2
De 2.001 a 10.000 habitantes	(400)	87	10	3

ENCUESTA SOBRE EL PLAN DE DESARROLLO

CUADRO 20

DIRIA USTED QUE EL AUMENTO HA SIDO:

	Total	No ha notado aumento de precios %	Ha notado aumento de precios %	De los que han notado aumento de precios			
				Muy grande	Bastante grande	Pequeño	S. R.
				%	%	%	%
TOTAL	(3.535)	6	94	32	56	11	1
Sexo:							
Varones	(1.748)	7	93	28	58	13	1
Hembras	(1.787)	4	96	36	54	9	1
Edad:							
18 a 29 años	(596)	5	95	28	58	13	1
30 a 49 años	(1.695)	5	95	33	55	11	1
50 años o más	(1.234)	8	92	34	54	11	1
Ocupación:							
Profesionales, gerentes y directivos.	(162)	3	97	32	51	16	1
Comerciantes, empleados y funcio- narios	(744)	5	95	28	60	11	1
Trabajadores especializados	(502)	4	96	30	58	11	1
Trabajadores no especializados	(256)	8	92	37	52	10	1
Propietarios agrícolas	(41)	15	85	17	57	23	3
Trabajadores agrícolas, pescadores, mineros y similares	(218)	14	86	24	54	20	2
Nivel de estudios:							
Menos de primarios	(967)	8	92	34	51	13	2
Primarios	(1.736)	5	95	32	58	9	1
Secundarios	(488)	4	96	33	56	11	*
Técnicos de grado medio	(171)	2	98	28	57	13	2
Universitarios o técnicos de grado superior	(140)	4	96	34	48	16	2
Nivel de ingresos mensuales:							
Menos de 5.000 pesetas	(1.846)	8	92	33	53	12	2
De 5.000 a 9.999 pesetas	(1.144)	3	97	33	57	9	1
De 10.000 a 19.999 pesetas	(314)	3	97	29	56	13	2
De 20.000 pesetas o más	(78)	4	96	28	59	12	1
Sin respuesta	(153)	10	90	34	51	13	2
Municipios de residencia:							
De 500.000 y más habitantes	(800)	4	96	35	56	8	1
De 95.001 a 500.000 habitantes	(1.459)	5	95	32	56	11	1
De 10.001 a 95.000 habitantes	(876)	7	93	33	54	12	1
De 2.001 a 10.000 habitantes	(400)	13	87	25	58	16	1

ENCUESTAS DEL INSTITUTO

C U A

REFIRIENDONOS A LOS DISTINTOS BIENES DE CONSUMO, ¿EN Q

	Total	No han notado % elevación de precios	Han notado % elevación de precios	Alimentación en general %	Carne %	Acetite %	Garbanzos %
TOTAL	(3.535)	6	94	44	29	14	4
Sexo:							
Varones	(1.748)	7	93	46	23	9	3
Hembras	(1.787)	4	96	42	34	19	4
Edad:							
18 a 29 años	(596)	5	95	45	22	11	2
30 a 49 años	(1.695)	5	95	46	28	15	4
50 años o más	(1.234)	8	92	40	32	14	4
Ocupación:							
Profesionales, gerentes y directivos.	(162)	3	97	53	25	3	—
Comerciantes, empleados y funcio- narios	(744)	5	95	48	22	6	2
Trabajadores especializados	(502)	4	96	48	23	11	4
Trabajadores no especializados ...	(256)	8	92	39	30	19	6
Propietarios agrícolas	(41)	15	85	20	31	23	9
Trabajadores agrícolas, pescadores, mineros y similares	(218)	14	86	34	21	20	2
Nivel de estudios:							
Menos de primarios	(967)	8	92	38	28	23	7
Primarios	(1.736)	5	95	43	31	13	3
Secundarios	(488)	4	96	50	24	7	1
Técnicos de grado medio	(171)	2	98	47	28	4	1
Universitarios o técnicos de grado superior	(140)	4	96	57	24	1	—
Nivel de ingresos mensuales:							
Menos de 5.000 ptas.	(1.846)	8	92	40	28	18	5
De 5.000 a 9.999 ptas.	(1.144)	3	97	46	29	12	2
De 10.000 a 19.999 ptas.	(314)	3	97	51	38	5	1
De 20.000 ptas. o más	(78)	4	96	63	19	3	—
Sin respuesta	(153)	10	90	44	31	11	1
Municipios de residencia:							
De 500.000 y más habitantes ...	(800)	4	96	52	32	6	*
De 95.001 a 500.000 habitantes.	(1.459)	5	95	41	23	19	6
De 10.001 a 95.000 habitantes.	(876)	7	93	43	27	13	3
De 2.001 a 10.000 habitantes ...	(400)	13	87	35	27	14	4

ENCUESTA SOBRE EL PLAN DE DESARROLLO

b 2 1

¿TÍTULOS HA NOTADO USTED UNA MAYOR ELEVACION DE PRECIOS?

(FRECUENCIA ACUMULADA) *

<i>De los que han notado elevación de precios</i>														
<i>Juicias</i>	<i>Legumbres</i>	<i>Patatas</i>	<i>Verduras</i>	<i>Fruta</i>	<i>Pescado</i>	<i>Pan</i>	<i>Calzado</i>	<i>Ropa en general</i>	<i>Telas</i>	<i>Los de primera necesidad</i>	<i>Otros productos</i>	<i>Todo en general</i>	<i>No opinan</i>	
%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	
2	4	8	3	4	8	2	4	12	2	2	17	15	2	
1	4	6	2	3	6	2	4	13	2	3	21	17	2	
2	5	10	2	5	10	2	4	10	2	1	14	14	1	
1	3	7	3	3	6	2	5	14	3	2	19	13	1	
2	6	8	3	4	7	2	4	12	2	2	18	15	1	
2	4	8	3	4	11	3	3	10	2	2	17	18	1	
1	3	3	2	4	11	—	5	23	2	7	28	10	1	
1	5	5	2	3	6	1	5	12	2	3	22	17	2	
1	4	5	2	3	5	2	4	15	2	3	18	17	2	
3	5	12	4	3	9	3	4	7	1	1	17	16	*	
—	—	3	3	3	6	3	6	23	11	—	14	11	6	
3	2	11	1	5	5	5	1	11	1	1	26	17	4	
2	5	14	3	4	7	4	2	8	2	1	19	16	1	
2	5	8	3	3	9	2	4	12	2	1	18	16	1	
1	3	3	3	4	7	1	6	15	2	4	20	16	3	
1	4	4	2	5	10	1	4	13	5	5	28	10	3	
—	1	2	1	7	10	—	2	16	2	6	31	10	2	
1	4	10	3	4	7	3	3	10	2	1	19	17	2	
2	6	7	3	4	9	1	5	13	1	3	19	14	1	
2	5	4	4	7	12	*	6	15	5	5	17	10	3	
—	3	1	—	3	9	—	4	20	5	3	28	20	1	
3	6	6	2	2	9	1	3	8	1	1	20	12	4	
1	4	6	3	5	12	1	3	9	1	2	19	14	2	
3	5	11	3	4	9	2	4	10	2	3	25	13	2	
1	4	6	2	1	6	3	4	16	3	2	17	18	2	
3	4	8	4	5	4	3	3	10	3	—	26	22	2	

ENCUESTAS DEL INSTITUTO

CUADRO 22

EN GENERAL, ¿DIRIA USTED QUE SU NIVEL DE VIDA ES AHORA MEJOR, IGUAL O PEOR QUE EL PASADO AÑO?

	Total	Mejor %	Igual %	Peor %	S. R. %
TOTAL	(3.535)	20	56	22	2
Sexo:					
Varones	(1.748)	23	54	21	2
Hembras	(1.787)	17	57	23	3
Edad:					
18 a 29 años	(596)	30	55	12	3
30 a 49 años	(1.695)	21	55	22	2
50 años o más	(1.234)	15	54	28	3
Ocupación:					
Profesionales, gerentes y directivos.	(162)	27	50	22	1
Comerciantes, empleados y funcionarios	(744)	26	53	20	1
Trabajadores especializados	(502)	21	58	20	1
Trabajadores no especializados	(256)	17	56	24	3
Propietarios agrícolas	(41)	10	70	15	5
Trabajadores agrícolas, pescadores, mineros y similares	(218)	23	56	19	2
Nivel de estudios:					
Menos de primarios	(967)	17	56	23	4
Primarios	(1.736)	19	55	24	2
Secundarios	(488)	24	55	20	1
Técnicos de grado medio	(171)	33	52	14	1
Universitarios o técnicos de grado superior	(140)	24	58	18	—
Nivel de ingresos mensuales:					
Menos de 5.000 pesetas	(1.846)	16	54	27	3
De 5.000 a 9.999 pesetas	(1.144)	24	58	17	1
De 10.000 a 19.999 pesetas	(314)	30	51	18	1
De 20.000 pesetas o más	(78)	19	63	15	3
Sin respuesta	(153)	24	57	15	4
Municipios de residencia:					
De 500.000 y más habitantes	(800)	18	59	21	2
De 95.001 a 500.000 habitantes.	(1.459)	23	54	22	1
De 10.001 a 95.000 habitantes	(876)	18	53	26	3
De 2.001 a 10.000 habitantes	(400)	21	61	14	4

ENCUESTA SOBRE EL PLAN DE DESARROLLO

C U A D R O 2 3

Y CUANDO ACABE ESTA PRIMERA FASE DEL PLAN DE DESARROLLO ¿CREE USTED QUE SU NIVEL DE VIDA SERIA ENTONCES MEJOR, IGUAL O PEOR QUE EN LA ACTUALIDAD?

	Total	No tienen co- nocimiento del Plan	Tienen co- nocimiento del Plan	De los que tienen conocimiento del Plan			
				Mejor %	Igual %	Peor %	S. R. %
TOTAL	(3.535)	43	57	50	28	3	19
Sexo:							
Varones	(1.748)	28	72	54	26	3	17
Hembras	(1.787)	58	42	41	32	3	24
Edad:							
18 a 29 años	(596)	34	66	55	29	1	15
30 a 49 años	(1.695)	39	61	49	29	3	19
50 años o más	(1.234)	52	48	46	27	5	22
Ocupación:							
Profesionales, gerentes y directivos.	(162)	3	97	46	30	7	17
Comerciantes, empleados y funcio- narios	(744)	20	80	52	29	2	17
Trabajadores especializados	(502)	31	69	55	24	3	18
Trabajadores no especializados ...	(256)	56	44	66	18	4	12
Propietarios agrícolas	(41)	49	51	43	24	—	33
Trabajadores agrícolas, pescadores, mineros y similares	(218)	67	33	43	30	6	21
Nivel de estudios:							
Menos de primarios	(967)	72	28	49	25	3	23
Primarios	(1.736)	43	57	50	26	3	21
Secundarios	(488)	11	89	47	34	3	16
Técnicos de grado medio	(171)	6	94	54	29	3	14
Universitarios o técnicos de grado superior	(140)	1	99	47	30	6	17
Nivel de ingresos mensuales:							
Menos de 5.000 pesetas	(1.846)	59	41	48	28	4	20
De 5.000 a 9.999 pesetas	(1.144)	29	71	52	28	2	18
De 10.000 a 19.999 pesetas ...	(314)	10	90	51	29	4	16
De 20.000 pesetas o más	(78)	11	89	36	40	7	17
Sin respuesta	(153)	40	60	46	20	1	33
Municipios de residencia:							
De 500.000 y más habitantes ...	(800)	40	60	49	28	2	21
De 95.001 a 500.000 habitantes.	(1.459)	34	66	52	25	3	20
De 10.001 a 95.000 habitantes ...	(876)	47	53	46	35	5	14
De 2.001 a 10.000 habitantes ...	(400)	67	33	44	26	3	27

ENCUESTAS DEL INSTITUTO

CUADRO 24

COMO ES LOGICO NADIE PUEDE DECIR EXACTAMENTE LO QUE VA A OCURRIR CON EL PLAN DE DESARROLLO, ¿EN CONJUNTO COMO CREE USTED QUE SERAN SUS RESULTADOS?

	Total	De los que tienen conocimiento del Plan						S. R. %	
		No tienen conocimiento del Plan %	Tienen conocimiento del Plan %	Muy buenos %	Buenos %	Regulares %	Malos %		Muy malos %
TOTAL	(3.535)	43	57	7	71	2	3	*	17
Sexo:									
Varones	(1.748)	28	72	8	75	1	3	*	13
Hembras	(1.787)	58	42	6	65	3	3	*	23
Edad:									
18 a 29 años	(596)	34	66	8	72	3	2	—	15
30 a 49 años	(1.695)	39	61	7	73	1	3	*	16
50 años o más	(1.234)	52	48	6	69	2	3	*	20
Ocupación:									
Profesionales, gerentes y directivos.	(162)	3	97	11	65	1	6	1	16
Comerciantes, empleados y funcionarios	(744)	20	80	8	75	1	3	*	13
Trabajadores especializados	(502)	31	69	9	72	2	2	*	15
Trabajadores no especializados	(256)	56	44	2	77	2	3	—	16
Propietarios agrícolas	(41)	49	51	—	76	—	—	—	24
Trabajadores agrícolas, pescadores, mineros v similares	(218)	67	33	6	68	1	1	—	24

ENCUESTA SOBRE EL PLAN DE DESARROLLO

(Continuación)

CUADRO 24

	Total	De los que tienen conocimiento del Plan					S. R.		
		No tienen conocimiento del Plan	Tienen conocimiento del Plan	Muy buenos	Buenos	Regulares		Malos	Muy malos
		%	%	%	%	%	%		
Nivel de estudios:									
Menos de primarios	(967)	72	28	7	67	2	3	—	21
Primarios	(1,736)	43	57	5	72	2	2	*	19
Secundarios	(488)	11	89	11	72	1	3	*	13
Técnicos de grado medio	(171)	6	94	11	75	1	1	1	11
Universitarios o técnicos de grado superior	(140)	1	99	5	69	1	7	1	17
Nivel de ingresos mensuales:									
Menos de 5.000 pesetas	(1,846)	59	41	5	72	2	2	*	19
De 5.000 a 9.999 pesetas	(1,144)	29	71	8	73	1	3	—	15
De 10.000 a 19.999 pesetas	(314)	10	90	9	72	3	3	1	12
De 20.000 pesetas o más	(78)	11	89	4	69	3	10	1	13
Sin respuesta	(153)	40	60	7	60	4	—	—	29
Municipios de residencia:									
De 500.000 y más habitantes	(800)	40	60	8	64	3	3	1	21
De 95.001 a 500.000 habitantes	(1,459)	34	66	7	72	2	2	*	17
De 10.001 a 95.000 habitantes	(876)	47	53	8	73	2	5	—	12
De 2.001 a 10.000 habitantes	(400)	67	33	2	75	1	—	—	22

ENCUESTAS DEL INSTITUTO

CUADRO 25

¿CUAL ES EL POLO DE DESARROLLO QUE TIENE MAS CERCA?

	Total	No tienen co- nocimiento del Plan	Tienen conocimiento del Plan	De los que tienen conocimiento del Plan			
				Conocen cual es	Dan una respuesta equivocada	No saben	S. R.
		%	%	%	%	%	%
TOTAL	(3.535)	43	57	31	23	38	8
Sexo:							
Varones	(1.748)	28	72	33	28	31	8
Hembras	(1.787)	58	42	27	15	50	8
Edad:							
18 a 29 años	(596)	34	66	30	25	36	9
30 a 49 años	(1.695)	39	61	30	22	40	8
50 años o más	(1.234)	52	48	32	24	37	7
Ocupación:							
Profesionales, gerentes y directivos.	(162)	3	97	40	36	14	10
Comerciantes, empleados y funcio- narios	(744)	20	80	35	28	30	7
Trabajadores especializados	(502)	31	69	30	23	38	9
Trabajadores no especializados ...	(256)	56	44	20	22	45	13
Propietarios agrícolas	(41)	49	51	14	24	57	5
Trabajadores agrícolas, pescadores, mineros y similares	(218)	67	33	28	14	51	7
Nivel de estudios:							
Menos de primarios	(967)	72	28	29	16	47	8
Primarios	(1.736)	43	57	26	22	45	7
Secundarios	(488)	11	89	36	25	29	10
Técnicos de grado medio	(171)	6	94	40	26	24	10
Universitarios o técnicos de grado superior	(140)	1	99	42	35	16	7
Nivel de ingresos mensuales:							
Menos de 5.000 pesetas	(1.846)	59	41	32	19	42	7
De 5.000 a 9.999 pesetas	(1.144)	29	71	30	22	40	8
De 10.000 a 19.999 pesetas ...	(314)	10	90	33	35	22	10
De 20.000 pesetas o más	(78)	11	89	32	39	19	10
Sin respuesta	(153)	40	60	32	17	46	5
Municipios de residencia:							
De 500.000 y más habitantes ...	(800)	40	60	16	19	47	18
De 95.001 a 500.000 habitantes.	(1.459)	34	66	40	21	33	6
De 10.001 a 95.000 habitantes ...	(876)	47	53	31	31	36	2
De 2.001 a 10.000 habitantes ...	(400)	67	33	26	19	49	6

ENCUESTA SOBRE EL PLAN DE DESARROLLO

C U A D R O 2 6

¿NOS PODRIA DECIR MAS O MENOS CUANTOS AÑOS DE DURACION TIENE EL PLAN?

	Total	No tienen co- nocimiento del Plan	Tienen conocimiento del Plan	De los que tienen conocimiento del Plan			
				Conocen la duración	Da una respuesta equivocada	No saben	S. R.
		%	%	%	%	%	%
TOTAL	(3.535)	43	57	9	26	56	9
Sexo:							
Varones	(1.748)	28	72	12	33	46	9
Hembras	(1.787)	58	42	4	15	72	9
Edad:							
18 a 29 años	(596)	34	66	9	29	53	9
30 a 49 años	(1.695)	39	61	10	26	55	9
50 años o más	(1.234)	52	48	8	24	59	9
Ocupación:							
Profesionales, gerentes y directivos. Comerciantes, empleados y funcio- narios	(162)	3	97	27	39	25	9
Trabajadores especializados	(744)	20	80	12	34	45	9
Trabajadores no especializados	(502)	31	69	7	28	55	10
Trabajadores agrícolas	(256)	56	44	4	18	61	17
Propietarios agrícolas	(41)	49	51	5	29	61	5
Trabajadores agrícolas, pescadores, mineros y similares	(41)	49	51	5	29	61	5
Trabajadores agrícolas, pescadores, mineros y similares	(218)	67	33	4	20	70	6
Nivel de estudios:							
Menos de primarios	(967)	72	28	3	15	73	9
Primarios	(1.736)	43	57	5	22	64	9
Secundarios	(488)	11	89	13	35	42	10
Técnicos de grado medio	(171)	6	94	21	37	33	9
Universitarios o técnicos de grado superior	(140)	1	99	24	38	32	6
Nivel de ingresos mensuales:							
Menos de 5.000 pesetas	(1.846)	59	41	6	19	66	9
De 5.000 a 9.999 pesetas	(1.144)	29	71	9	29	53	9
De 10.000 a 19.999 pesetas	(314)	10	90	18	39	34	9
De 20.000 pesetas o más	(78)	11	89	25	28	38	9
Sin respuesta	(153)	40	60	1	17	76	6
Municipios de residencia:							
De 500.000 y más habitantes	(800)	40	60	10	24	49	17
De 95.001 a 500.000 habitantes.	(1.459)	34	66	10	25	59	6
De 10.001 a 95.000 habitantes	(876)	47	53	11	32	51	6
De 2.001 a 10.000 habitantes	(400)	67	33	1	19	72	8

ENCUESTAS DEL INSTITUTO

CUADRO 27

¿POR QUE MEDIO SE HA ENTERADO PRINCIPALMENTE DE LAS INFORMACIONES SOBRE EL PLAN DE DESARROLLO?

	Total	%	No tienen co- nocimiento del Plan	%	Tienen conocimiento del Plan	%	De los que tienen conocimiento del Plan							Otras respuestas	%	S. R.	%
							Por la prensa diaria	Por la T V	Por la radio	Por conversaciones	Por folletos del mismo plan	Por el NODO y documentales	Otras respuestas				
TOTAL	(3,535)	43	57	38	22	15	16	2	3	1	3	1	3				
Sexo:																	
Varones	(1,748)	28	72	46	20	13	13	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
Hembras	(1,787)	58	42	28	27	18	20	*	3	*	3	*	3	*	*	4	4
Edad:																	
18 a 29 años	(596)	34	66	31	28	15	16	1	6	1	6	1	6	1	6	1	2
30 a 49 años	(1,695)	39	61	40	24	14	15	1	2	1	2	1	2	1	2	1	3
50 años o más	(1,234)	52	48	40	17	17	17	2	2	2	2	1	2	1	2	1	4
Ocupación:																	
Profesionales, gerentes y directivos.	(162)	3	97	54	13	6	8	10	5	4	5	4	5	4	5	4	—
Comerciantes, empleados y funcio- narios	(744)	20	80	46	24	12	12	2	2	2	2	1	2	1	2	1	1
Trabajadores especializados	(502)	31	69	40	19	17	17	1	3	1	3	1	3	1	3	1	3
Trabajadores no especializados	(256)	56	44	36	16	27	12	1	1	1	1	1	1	1	1	1	6
Propietarios agrícolas	(41)	49	51	61	—	29	—	—	—	—	—	—	—	—	—	5	5
Trabajadores agrícolas, pescadores, mineros y similares	(218)	67	33	33	9	25	24	1	1	1	1	1	1	1	1	1	6

ENCUESTA SOBRE EL PLAN DE DESARROLLO

(Continuación)

CUADRO 27

	Total	De los que tienen conocimiento del Plan							S. R.		
		% No tienen conocimiento del Plan	% conocen el Plan	% Por la prensa diaria	% Por la T.V.	% Por la radio	% Por conversaciones	% Por folletos del mismo plan		% Por el NODO y documentales	% Otras respuestas
Nivel de estudios:											
Menos de primarios	(967)	72	28	26	20	24	21	—	1	1	7
Primarios	(1,736)	43	57	39	22	17	17	*	2	*	3
Secundarios	(488)	11	89	42	25	10	14	2	4	2	1
Técnicos de grado medio	(171)	6	94	47	24	13	8	3	4	1	—
Universitarios o técnicos de grado superior	(140)	1	99	52	16	3	12	12	1	4	—
Nivel de ingresos mensuales:											
Menos de 5,000 pesetas	(1,846)	59	41	33	18	21	19	1	2	1	5
De 5,000 a 9,999 pesetas	(1,144)	29	71	42	26	13	13	1	2	1	2
De 10,000 a 19,999 pesetas	(314)	10	90	43	26	4	14	5	6	1	1
De 20,000 pesetas o más	(78)	11	29	51	17	10	12	3	—	7	—
Sin respuesta	(153)	40	60	33	25	17	20	—	2	—	3
Municipios de residencia:											
De 500,000 y más habitantes	(800)	40	60	44	26	12	9	2	3	1	3
De 95,001 a 500,000 habitantes	(1,459)	34	66	41	22	12	20	1	2	1	1
De 10,001 a 95,000 habitantes	(876)	47	53	30	22	21	14	2	4	2	5
De 2,001 a 10,000 habitantes	(400)	67	33	32	14	28	17	1	1	2	5

ENCUESTAS DEL INSTITUTO

C U A D R O 2 8

EN GENERAL ¿HA TENIDO USTED INFORMACION SUFICIENTE COMO PARA HACERSE UNA IDEA DE LO QUE ES EL PLAN DE DESARROLLO O POR EL CONTRARIO CONSIDERA QUE NO HA TENIDO SUFICIENTE INFORMACION?

	Total %	No tienen co- nocimiento del Plan	Tienen conocimiento del Plan	De los que tienen conocimiento del Plan			
				Ha tenido sufi- ciente informa- ción	Ni suficiente ni insuficiente	Totalmente insuficiente	S. R.
		%	%	%	%	%	%
TOTAL	(3.535)	43	57	30	33	33	4
Sexo:							
Varones	(1.748)	28	72	34	33	30	3
Hembras	(1.787)	58	42	23	33	39	5
Edad:							
18 a 29 años	(596)	34	66	25	38	35	2
30 a 49 años	(1.695)	39	61	31	33	32	4
50 años o más	(1.234)	52	48	30	33	33	4
Ocupación:							
Profesionales, gerentes y directivos.	(162)	3	97	46	24	26	4
Comerciantes, empleados y funcio- narios	(744)	20	80	35	36	27	2
Trabajadores especializados	(502)	31	69	27	36	34	3
Trabajadores no especializados	(256)	56	44	22	41	33	4
Propietarios agrícolas	(41)	49	51	14	33	53	—
Trabajadores agrícolas, pescadores, mineros y similares	(218)	67	33	37	14	41	8
Nivel de estudios:							
Menos de primarios	(967)	72	28	25	31	38	6
Primarios	(1.736)	43	57	24	36	37	3
Secundarios	(488)	11	89	35	35	27	3
Técnicos de grado medio	(171)	6	94	43	26	28	3
Universitarios o técnicos de grado superior	(140)	1	99	49	23	24	4
Nivel de ingresos mensuales:							
Menos de 5.000 pesetas	(1.846)	59	41	24	33	38	5
De 5.000 a 9.999 pesetas	(1.144)	29	71	30	36	32	2
De 10.000 a 19.999 pesetas	(314)	10	90	45	30	21	4
De 20.000 pesetas o más	(78)	11	89	46	22	29	3
Sin respuesta	(153)	40	60	19	34	43	4
Municipios de residencia:							
De 500.000 y más habitantes	(800)	40	60	37	29	30	4
De 95.001 a 500.000 habitantes.	(1.459)	34	66	27	35	34	4
De 10.001 a 95.000 habitantes	(876)	47	53	30	37	31	2
De 2.001 a 10.000 habitantes	(400)	67	33	19	30	44	7

ENCUESTA SOBRE EL PLAN DE DESARROLLO

CUADRO 29

¿EN QUE LUGAR HA PASADO LAS VACACIONES, EN LA PLAYA O EN LA SIERRA?

	Total	De los que tuvieron vacaciones						S. R.	
		No tuvieron vacaciones %	Tuvieron vacaciones %	En la sierra %	En la playa %	En el campo %	En un centro urbano %		En un centro rural %
TOTAL	(3.535)	63	37	4	34	3	36	14	9
Sexo:									
Varones	(1.748)	57	43	4	32	4	41	12	7
Hembras	(1.787)	70	30	5	35	3	29	16	12
Edad:									
18 a 29 años	(596)	52	48	5	38	2	33	13	9
30 a 49 años	(1.695)	61	39	4	34	4	36	14	8
50 años o más	(1.234)	71	29	4	29	3	38	13	13
Ocupación:									
Profesionales, gerentes y directivos.	(162)	28	72	4	41	3	24	15	13
Comerciantes, empleados y funcionarios	(744)	48	52	5	38	3	35	11	8
Trabajadores especializados	(502)	57	43	1	23	4	57	10	5
Trabajadores no especializados	(256)	62	38	1	17	3	58	18	5
Propietarios agrícolas	(41)	78	22	11	56	11	—	11	11
Trabajadores agrícolas, pescadores, mineros y similares	(218)	93	7	—	19	—	37	19	25

ENCUESTAS DEL INSTITUTO

(Continuación)

CUADRO 29

	Total	De los que tuvieron vacaciones						S. R.	
		No tuvieron vacaciones %	Tuvieron vacaciones %	En la sierra %	En la playa %	En el campo %	En un centro urbano %		En un centro rural %
Nivel de estudios:									
Menos de primarios	(967)	82	18	1	22	4	48	10	15
Primarios	(1.736)	90	10	4	28	3	41	17	7
Secundarios	(488)	34	66	4	44	3	29	10	10
Técnicos de grado medio	(171)	33	67	7	41	4	30	7	11
Universitarios o técnicos de grado superior	(140)	29	71	5	48	3	19	14	11
Nivel de ingresos mensuales:									
Menos de 5.000 pesetas	(1.846)	78	22	2	24	3	45	15	11
De 5.000 a 9.999 pesetas	(1.144)	53	47	5	34	3	38	14	6
De 10.000 a 19.999 pesetas	(314)	25	75	6	47	4	24	10	9
De 20.000 pesetas o más	(78)	28	72	7	51	4	12	5	21
Sin respuesta	(153)	61	39	2	32	2	27	17	20
Municipios de residencia:									
De 500.000 y más habitantes	(800)	47	53	6	34	3	34	14	9
De 95.001 a 500.000 habitantes	(1.459)	64	36	2	33	3	44	10	8
De 10.001 a 95.000 habitantes	(876)	63	32	5	34	3	31	16	11
De 2.001 a 10.000 habitantes	(400)	83	17	—	37	4	4	33	22

ENCUESTA SOBRE EL PLAN DE DESARROLLO

C U A D R O 3 0

¿QUE MEDIO DE TRANSPORTE UTILIZO USTED PARA TRASLADARSE A SU LUGAR DE VERANEO?

	Total	De los que salieron de veraneo									
		% No salieron de veraneo	% Salieron de veraneo	% Coche propio	% Moto	% Tren	% Autobus	% Avión	% Barco	% Otros medios	% S. R.
TOTAL	(3.535)	74	26	31	2	31	19	2	3	5	7
Sexo:											
Varones	(1.748)	73	27	35	3	29	19	2	3	4	5
Hembras	(1.787)	76	27	26	1	35	19	2	2	5	10
Edad:											
18 a 29 años	(596)	64	36	20	3	42	22	2	2	5	4
30 a 49 años	(1.695)	74	26	37	2	28	17	2	3	5	6
50 años o más	(1.234)	80	20	28	*	30	22	2	3	3	12
Ocupación:											
Profesionales, gerentes y directivos.	(162)	41	59	61	—	17	7	4	5	3	3
Comerciantes, empleados y funcionarios	(744)	65	35	32	2	32	21	2	3	3	5
Trabajadores especializados	(502)	80	20	23	5	33	24	1	2	5	7
Trabajadores no especializados	(256)	85	15	8	—	53	28	—	—	5	8
Propietarios agrícolas	(41)	78	22	67	—	11	11	—	—	—	11
Trabajadores agrícolas, pescadores, mineros v similares	(218)	97	3	—	—	42	29	—	—	—	29

ENCUESTAS DEL INSTITUTO

(Continuación)

CUADRO 30

	Total	% No salieron de verano	% Salieron de verano	De los que salieron de verano							Otros medios %	S. R. %
				Coché propio %	Moto %	Tren %	Autobús %	Avión %	Barco %			
Nivel de estudios:												
Menos de primarios	(967)	89	11	15	3	35	19	—	1	4	23	
Primarios	(1.736)	79	21	23	3	35	24	1	2	5	7	
Secundarios	(488)	49	51	35	2	32	17	3	3	4	4	
Técnicos de grado medio	(171)	50	50	43	—	30	14	1	5	1	6	
Universitarios o técnicos de grado superior	(140)	40	60	64	—	14	10	4	5	2	1	
Nivel de ingresos mensuales:												
Menos de 5.000 pesetas	(1.846)	87	13	7	2	38	31	2	2	3	15	
De 5.000 a 9.999 pesetas	(1.144)	68	32	26	2	38	20	1	4	5	4	
De 10.000 a 19.999 pesetas	(314)	38	62	52	2	19	11	4	3	6	3	
De 20.000 pesetas o más	(78)	31	69	79	—	11	2	—	—	2	6	
Sin respuesta	(153)	66	34	30	4	23	15	6	4	8	10	
Municipios de residencia:												
De 500.000 y más habitantes	(800)	58	42	31	1	35	18	2	2	—	—	
De 95.001 a 500.000 habitantes	(1.459)	77	23	33	2	30	19	2	4	5	5	
De 10.001 a 95.000 habitantes	(876)	77	23	28	2	32	21	1	3	3	10	
De 2.001 a 10.000 habitantes	(400)	89	11	14	5	23	23	—	5	2	28	

ENCUESTA SOBRE EL PLAN DE DESARROLLO

CUADRO 31

¿CUANTO TIEMPO ESTUVO USTED DE VACACIONES?

	Total	De los que tuvieron vacaciones						S. R.	
		No tuvieron vacaciones %	Tuvieron vacaciones %	Menos de una semana %	De 1 a 2 semanas %	De 2 a 3 semanas %	De 3 semanas a un mes %		Más de 1 mes %
TOTAL	(3.535)	63	37	4	24	28	24	15	5
Sexo:									
Varones	(1.748)	57	43	4	26	32	27	9	2
Hembras	(1.787)	70	30	3	23	23	20	23	8
Edad:									
18 a 29 años	(596)	52	48	5	23	30	19	20	3
30 a 49 años	(1.695)	61	39	3	26	29	27	12	3
50 años o más	(1.234)	71	29	3	23	27	23	16	8
Ocupación:									
Profesionales, gerentes y directivos.	(162)	28	72	4	15	23	44	11	3
Comerciantes, empleados y funcionarios	(744)	48	52	3	23	36	29	7	2
Trabajadores especializados	(502)	57	43	5	39	37	15	1	3
Trabajadores no especializados	(256)	62	38	5	33	42	15	—	5
Proprietarios agrícolas	(41)	78	22	11	22	—	11	45	11
Trabajadores agrícolas, pescadores, mineros y similares	(218)	93	7	—	38	19	19	12	12

ENCUESTA DEL INSTITUTO

(Continuación)

CUADRO 31

	Total	De los que tuvieron vacaciones					S. R.		
		% No tuvieron vacaciones	% Tuvieron vacaciones	% Menos de una semana	% De 1 a 2 semanas	% De 2 a 3 semanas		% De 3 semanas a un mes	% Más de 1 mes
Nivel de estudios:									
Menos de primarios	(967)	82	18	5	34	23	15	9	14
Primarios	(1.736)	90	10	3	28	34	21	10	4
Secundarios	(488)	34	66	4	19	24	27	24	2
Técnicos de grado medio	(171)	33	67	3	17	23	37	16	4
Universitarios o técnicos de grado superior	(140)	29	71	4	11	23	43	17	2
Nivel de ingresos mensuales:									
Menos de 5.000 pesetas	(1.846)	78	22	4	29	32	16	10	9
De 5.000 a 9.999 pesetas	(1.144)	53	47	4	26	29	27	12	2
De 10.000 a 19.999 pesetas	(314)	25	75	3	14	28	30	23	2
De 20.000 pesetas o más	(78)	28	72	2	20	12	35	27	4
Sin respuesta	(153)	61	39	3	17	23	24	23	10
Municipios de residencia:									
De 500.000 y más habitantes	(800)	47	53	4	25	27	22	19	3
De 95.001 a 500.000 habitantes	(1.459)	64	36	4	25	28	25	15	3
De 10.001 a 95.000 habitantes	(876)	68	32	2	20	32	31	9	6
De 2.001 a 10.000 habitantes	(400)	83	17	6	35	24	13	4	18

Encuesta Nacional sobre Radio y T. V.

Con esta encuesta el Instituto de la Opinión Pública inicia sus estudios a escala nacional, ya que hasta este momento se había limitado a Madrid.

Parece evidente que ésta debía ser precisamente la meta a que aspire el I. O. P., ya que, dada su naturaleza, tenía que abordar, tarde o temprano, el poder dar a conocer las opiniones de todos los españoles, y no solamente las de los residentes en la capital de España. Sin embargo, esto, que como meta constituía un ideal y una necesidad, no es tan fácil de llevar a cabo.

Una encuesta a nivel nacional requiere una enorme coordinación de esfuerzos, muchos de los cuales no están en dependencia directa del I. O. P., y ello exige por consiguiente una labor de llevar al ánimo de otros organismos oficiales la necesidad de cooperación. Así, por ejemplo, la elección de la muestra es mucho más complicada, no desde el punto de vista teórico, sino desde el de su realización. Cuando el I. O. P. hacía sus estudios sólo en Madrid, se elegían las personas que habían de ser entrevistadas mediante la elección de determinadas secciones electorales dentro de cada distrito madrileño, y de determinadas direcciones concretas dentro de cada sección. Ello era posible porque el I. O. P. disponía de mapas individuales de cada una de las calles y número de los portales en cada sección. Asimismo, se conocía la población residente en cada uno de los 60 barrios, y por tanto, se podía hacer una distribución proporcional de las entrevistas, de forma que se tenía bastante seguridad respecto a la representatividad de la muestra elegida.

Cuando se desea hacer una muestra nacional esto ya no es posible, pues el I. O. P. no dispone de mapas detallados de cada uno de los 9.100 municipios en que se divide España, y tampoco se conoce la distribución espacial de la población dentro de cada uno de esos municipios. Por consiguiente, el único procedimiento con cierto rigor científico que cabe utilizar es el de utilizar las hojas padrón que obran en poder de las correspondientes Delegaciones Provinciales del Instituto Nacional de Estadística. Afortunadamente, y como cabía esperar, estas Delegaciones Provinciales han colaborado muy eficazmente con el I. O. P., facilitando la información que se les solicitaba (aunque en algún caso se produjera algún retraso motivado por el exceso de trabajo que algunas de estas Delegaciones tiene).

Pero una vez resuelto el problema de la muestra, encontramos otro gran problema que poco a poco se irá solucionando. Nos referimos a la realización misma de las entrevistas. Cuando el I. O. P. operaba sólo en Madrid, se disponía de gran número de entrevistadores debido sobre todo al gran número de universitarios dispuestos a trabajar en esta labor. Al montar la red de entrevistadores a nivel nacional hubo que realizar, en primer lugar, un cursillo de entrevistadores al que asistieron

ENCUESTAS DEL INSTITUTO

dos personas de cada una de las 50 provincias españolas, seleccionadas previamente. No es necesario insistir en el hecho de que dos entrevistadores por provincia son pocos, pero al mismo tiempo es también preciso considerar el coste tan enorme que supone el hacer ese cursillo con mayor número de representantes. Lo anterior significó que, sobre todo en las provincias con mayor población, el tiempo necesario para recoger todas las entrevistas fue excesivamente largo. Este problema se verá solucionado en futuras investigaciones debido a que se ha realizado un segundo cursillo al que asistieron un segundo grupo de entrevistadores de forma que, desde ahora, habrá en cada provincia un entrevistador por cada 20 o 25 entrevistas.

Pero a estos dos factores hay que añadir otro más. El primero de ellos es el que se refiere a la mayor dificultad en llevar a cabo el control del 20 por 100 de las entrevistas, que siempre se ha realizado en Madrid, dificultad que se intentará resolver mediante el nombramiento de inspectores regionales del I. O. P., que tengan por misión exclusivamente el comprobar que las entrevistas se hacen realmente.

Así pues, por lo que respecta a la muestra, cada Delegación del I. N. E. ha designado a un funcionario para que se ocupe regularmente de facilitar los datos que el I. O. P. necesite.

En cuanto al número de entrevistadores, se ha incrementado, como hemos dicho, el número de éstos en aquellas provincias en que fue necesario para conseguir un promedio de un entrevistador por cada 20 o 25 entrevistas.

Poco a poco, como puede observarse, el I. O. P. va ampliando su campo de acción, perfeccionando sus técnicas de investigación y adaptando su organización a las nuevas necesidades planteadas por su crecimiento, y, a partir de ahora, estamos en condiciones de llevar a cabo estudios a nivel nacional, con garantías de una pronta y eficaz realización.

La muestra

Por primera vez el I. O. P. ha realizado una encuesta a nivel nacional, y ello hizo necesario el planteamiento del problema de realizar una muestra nacional que, sobre todo, fuese útil para el estudio que había de realizar.

Ante todo debe señalarse que la muestra de esta investigación no es totalmente representativa de la población española. Debido a que el tema principal de la encuesta era sobre TV, se estimó procedente representar «por exceso» a las zonas urbanas, donde existe una mayor proporción de aparatos de TV (según se desprende, entre otros, del estudio del **Anuario del Mercado Español** realizado por Banesto), y por consiguiente, sobrepresentar a los municipios más pequeños.

Así, se dividió a España en 18 zonas, más o menos homogéneas, por motivos puramente operacionales, ya que no se pretendía afirmar categóricamente que esta zonificación fuese la única posible. Se consideraron, entonces, cuatro niveles de población para seleccionar los puntos de muestreo. Estos cuatro niveles fueron: a) municipios de 500.000 y más habitantes; b) municipios de 95.000 a 500.000 habitantes; c) municipios de 10.000 a 95.000 habitantes; y d) municipios de 2.000 a 10.000 habitantes. A continuación se decidió que todos los municipios de 95.000 o más habitantes fuesen incluidos directamente en la muestra (las únicas excepciones fueron Hospitalet, Oviedo, Jerez de la Frontera y Murcia, que no fueron incluidos, por haberse sorteado entre ellos y Sabadell, Gijón, Cádiz y Cartagena, pues no parecía necesario que hubiese dos municipios de ese nivel en una misma provincia, dado el tema principal de la encuesta). De las otras dos categorías se seleccionó un municipio por cada una de las 18 zonas antes citadas.

Posteriormente se determinó un número promedio de entrevistas por cada municipio de cada categoría (25 para los de la zona (d), 50 para los de la (c) y 75 para los de la (b); para los tres municipios de la zona (a) se fijó directamente la cantidad global de 800 entrevistas). De esta forma se obtuvo un total de entrevistas de 450 en la zona (d), de 900 en la (c), de 1.575 en la (b) y de 800 en la (a), es decir, 3.725 en conjunto.

Las entrevistas correspondientes a cada nivel de población fueron posteriormente distribuidas entre los municipios de cada nivel, proporcionalmente a su población, y ello dio lugar al reparto que se señala en el Cuadro A.

ENCUESTAS DEL INSTITUTO

C U A D R O A

Número de Entrevistas por Provincia	Total
La Coruña.—Coruña (79) y Malpica (45)	124
Pontevedra.—Vigo (63) y Sanxenjo (27)	90
Lugo.—Begonte (36)	36
Orense.—Orense (136)	136
Oviedo.—Gijón (47), Aller (63) y Vegadeo (32)	142
León.—Chozas de Abajo (18)	18
Santander.—Santander (47), Castro Urdiales (27) y Santillana (18)	92
Vizcaya.—Bilbao (126), Basauri (45)	171
Guipúzcoa.—San Sebastián (63)	63
Alava.—Ayala (13)	13
Burgos.—Miranda de Ebro (63)	63
Logroño.—Calahorra (27) y Cenicero (13)	40
Navarra.—Pamplona (47)	47
Zaragoza.—Zaragoza (142) y Epila (27)	169
Lérida.—Lérida (135)	135
Gerona.—Olot (36)	36
Barcelona.—Barcelona (303) y Sabadell (47)	350
Tarragona.—Torredembarra (13)	13
Valencia.—Valencia (91)	91
Alicante.—Alicante (47) y Petrel (18)	65
Baleares.—Palma (63), Inca (27) y Andraitx (23)	113
Murcia.—Cartagena (47) y Blanca (32)	79
Granada.—Granada (63) y Fonelas (13)	76
Jaén.—Los Villares (23)	23
Málaga.—Málaga (126) y Alhaurin el G. (27)	153
Cádiz.—Cádiz (47)	47
Sevilla.—Sevilla (190), Marchena (45) y A. del Río (50)	285
Córdoba.—Córdoba (79)	79
Badajoz.—Badajoz (47) y Villanueva de la Serena (45)	92
Cáceres.—Jaraicejo (13)	13
Ciudad Real.—Socuéllamos (27)	27
Cuenca.—Cuenca (54)	54
Guadalajara.—Molina (18)	18
Avila.—Barco de Avila (13)	13
Segovia.—Segovia (71)	71
Valladolid.—Valladolid (63)	63
Madrid.—Madrid (406)	406
Las Palmas.—Las Palmas (79), Guía (27) y Moya (50)	156
Santa Cruz de Tenerife.—Santa Cruz de Tenerife (63)	63

En el mapa que se adjunta se puede observar, por un lado, la gran dispersión de los 60 puntos de muestreo, así como la mayor proporción de entrevistas en la periferia de la península (a excepción de Madrid), lo cual responde naturalmente al hecho de que la periferia está bastante más poblada que el interior del país.

Por otra parte, se observa la superrepresentación de los grandes municipios así como la subrepresentación de los pequeños, por las razones ya indicadas.

En el Cuadro B se pueden comparar las distribuciones porcentuales de la población de las entrevistas, según el nivel de tamaño del municipio.

ENCUESTAS DEL INSTITUTO

C U A D R O B

DISTRIBUCION PORCENTUAL DE LA POBLACION DE ESPAÑA EN MUNICIPIOS DE 2.000 Y MAS HABITANTES, Y DE LAS ENTREVISTAS, POR NIVELES DE POBLACION

<i>Niveles de población</i>	<i>Población en 1960</i>	<i>Entrevistas previstas</i>	<i>Entrevistas realizadas</i>
Municipios de 500.000 y más habitantes.	17%	21%	23%
De 95.001 a 500.000 habitantes	17	42	41
De 10.001 a 95.000 habitantes	32	24	25
De 2.001 a 10.000 habitantes	34	12	11
TOTAL	(25.704.202)	(3.725)	(3.535)

A continuación se solicitó de las Delegaciones Provinciales del INE el número total de hojas censales de cada municipio seleccionado en la muestra, indicando su distribución por secciones electorales, barrios o distritos. Y finalmente se eligieron al azar los números de hojas padrón de cada municipio seleccionado, con indicación del domicilio exacto correspondiente a esas hojas, lo cual sirvió para elegir las personas que habían de ser entrevistadas.

Debemos hacer constar también que la muestra teórica no se alcanzó en la práctica, ya que en algunos municipios diversas circunstancias no permitieron hacerlo, aparte de que en una provincia (Oviedo concretamente, hubo que prescindir de todas las entrevistas una vez que se comprobaron ciertas irregularidades en la realización de las entrevistas).

Del total de 3.725 entrevistas, por consiguiente, sólo dejaron de hacerse 190, es decir, se realizó el 95% de lo previsto. Si tenemos en cuenta que de esas 190 hay 142 que corresponden a la provincia de Oviedo (63 en Aller, 47 en Gijón y 32 en Vegadeo), que como ya hemos indicado, tuvieron que ser anuladas, realmente sólo se dejaron de hacer 48 entrevistas, distribuidas de la siguiente forma: 12 en Sevilla, 2 en Zaragoza, 4 en Alcalá del Río, 14 en Begonte, 3 en Castro Urdiales, 1 en Guía, 11 en Las Palmas y 1 en Santander.

En el Cuadro B se puede observar, por consiguiente, que las entrevistas no realizadas favorecieron la representación de los municipios de más de 500.000 habitantes y de los de 10.000 a 95.000, perjudicando a las otras dos categorías. En resumen, y como se puede ver en ese mismo cuadro, la muestra en que se basa este estudio da una mayor representación a los municipios de más de 95.000 habitantes, subrepresentando, en cambio, a los de más de 2.000 y menos de 95.000. Los municipios de menos de 2.000 habitantes, por vivir en ellos una proporción escasa de la población española, fueron excluidos totalmente de la muestra, pues ofrecían diversas dificultades.

Así pues, al considerar los resultados de la encuesta hay que tener siempre en cuenta las características de esta muestra, que, como decimos, da un mayor peso a las opiniones de las poblaciones urbanas.

Las entrevistas

Las 3.535 entrevistas fueron realizadas por un total de 101 entrevistadores, 39 mujeres y 62 varones, habiendo realizado aquellas 1.254 entrevistas, y estos 2.281, lo cual da un promedio de 32 entrevistas por cada mujer y 37 por cada varón.

CUADRO C

CLASIFICACION DE LAS ENTREVISTAS POR FECHA DE REALIZACION

Mes	Número	%	Acumulado %
Octubre	1.017	29	29
Noviembre	1.482	42	71
Diciembre	612	17	88
Enero	66	2	90
Febrero	6	*	90
Sin respuesta	352	10	100
TOTAL	3.535	100	

Ya hemos señalado que una serie de pequeños problemas, atribuibles a la inexperiencia que se tenía en encuestas nacionales, dieron origen a que se tardara tanto tiempo en realizar las entrevistas. En primer lugar, hubo ciertas Delegaciones del INE que se retrasaron bastante en facilitar los datos que se habían solicitado. En segundo lugar, hubo entrevistadores que tardaron demasiado tiempo en hacer sus entrevistas, unas veces por ser pocos entrevistadores para muchas provincias, otras por otras causas. De todas formas, aunque eso haya retrasado el análisis, se puede observar en el Cuadro C que la gran mayoría de las entrevistas se realizaron entre octubre y noviembre de 1965.

ENCUESTAS DEL INSTITUTO

C U A D R O D

CLASIFICACION DE LAS ENTREVISTAS SEGUN SU DURACION

<i>Duración</i>	<i>Número</i>	<i>%</i>	<i>Acumulado %</i>
Menos de 11 minutos	72	2	2
De 11 a 16 minutos	362	10	12
De 16 a 20 minutos	814	24	35
De 21 a 25 minutos	644	18	54
De 26 a 30 minutos	647	18	72
De 31 a 35 minutos	284	8	80
De 36 a 40 minutos	252	7	87
41 minutos y más	318	9	96
Sin respuesta	142	4	100
TOTAL	3.535	100	

La duración de la entrevista no fue excesiva, ya que, como se ve, la duración más frecuente fue entre 16 y 20 minutos. En todo caso el 72 por 100 de las entrevistas tuvieron una duración de 30 minutos o menos.

En esta ocasión, como ya hemos dicho, hubo que anular, lamentablemente, las entrevistas de toda una provincia. Sin embargo, se puede estar satisfecho del resto de ella, pues aunque los entrevistadores ganaran, poco a poco, en experiencia, su actuación en esta encuesta nacional fue muy estimable.

Composición de la población

Para poder interpretar adecuadamente los resultados de la encuesta hay que tener siempre presente la composición de la muestra en cuanto a sus principales características socio-económicas.

En el Cuadro E hemos presentado dichas características, que, conviene repetir, no pretenden ser representativas de la población española, pues ya hemos indicado que la muestra no pretendía ser representativa. Por eso, de la misma forma que para interpretar los resultados de la encuesta hay que tener presentes las características de la población entrevistada, para entender éstas hay que recordar el modo de selección de la muestra, es decir, la mayor representación de la población urbana.

ENCUESTA NACIONAL SOBRE RADIO Y T. V.

C U A D R O E

CARACTERISTICAS DE LA MUESTRA

TOTAL (3.535)		Universitarios o técnicos de grado superior	4 %
Sexo:		Otros	1 %
Varones	49 %	Sin respuesta	1 %
Mujeres	51 %	Ocupación del entrevistado:	
Estado civil:		Profesionales, gerentes y directivos	5 %
Solteros	18 %	Empleados, comerciantes y funcionarios	21 %
Casados	72 %	Trabajadores especializados... ..	14 %
Vjudos	10 %	Trabajadores no especializa- dos	7 %
Otros	*	Estudiantes	2 %
Sin respuesta	*	Sus labores	36 %
Edad:		Ninguna y jubilados	5 %
18 a 29 años	17 %	Propietarios agrícolas	1 %
30 a 39 años	23 %	Trabajadores agrícolas	4 %
40 a 49 años	24 %	Marineros	1 %
50 a 59 años	18 %	Sin ocupación fija	1 %
60 a 69 años	12 %	Otras ocupaciones	1 %
70 o más años	6 %	Sin respuesta	2 %
Sin respuesta	*	Nivel de ingresos mensuales:	
Relación con el cabeza de familia:		Menos de 5.000 ptas.	53 %
Cabeza de familia	48 %	De 5.000 a 10.000 ptas.	32 %
Esposa	33 %	De 10.000 a 20.000 ptas.	9 %
Hijo o hija	14 %	Más de 20.000 ptas.	2 %
Otras	4 %	Sin respuesta	4 %
Sin respuesta	1 %		
Nivel de estudios:			
Menos de primarios	27 %		
Primarios	49 %		
Secundarios	13 %		
Técnicos de grado medio	5 %		

Esto explica, en parte, que exista una proporción tan baja de ocupaciones agrícolas. Pero al mismo tiempo, ello nos advierte asimismo de que el nivel de estudios y el nivel de ingresos de la muestra es posiblemente bastante superior al del total de la población española. A pesar de ello se observa que un 76 por 100 de la población entrevistada, aún siendo predominantemente urbana, tiene como máximo estudios primarios. De igual forma sólo un 11 por 100 aproximadamente tiene ingresos superiores a las 10.000 pesetas mensuales.

En general, y a pesar de las entrevistas que se anularon o no se hicieron, resultó que las mujeres constituían una proporción ligeramente mayor que los varones. Asimismo predominaron los casados (72 por 100), los de mediana edad (47 por 100 entre los 30 y los 49 años), los cabezas

ENCUESTAS DEL INSTITUTO

de familia (48 por 100) o sus esposas (33 por 100), y los de status socio-económico ligeramente bajo.

Si consideramos las características con algún detalle mayor, observamos en el Cuadro F que los varones están especialmente representados entre los casados, mientras que las mujeres predominan más entre las solteras y viudas (especialmente entre las viudas).

C U A D R O F

CLASIFICACION DE LAS ENTREVISTAS POR SEXO Y ESTADO CIVIL

	<i>Varones</i> %	<i>Mujeres</i> %	<i>Total</i> %
Estado civil:			
Solteros	17	20	18
Casados	79	65	72
Otros	4	15	10
Edad:			
18-29 años	15	19	17
30-49 años	49	47	47
50 o más	36	34	36
TOTAL	(1.748)	(1.787)	(3.535)

Asimismo, los varones entrevistados tenían un promedio de edad ligeramente mayor que las mujeres. Estas últimas estaban algo más representadas en el grupo de 18 a 29 años, mientras que aquéllos lo estaban en el grupo a partir de los 30 años.

Tiene gran importancia, asimismo, el comparar la estructura socio-económica de la población según el tamaño del municipio en que se realizaron las entrevistas, debido a esa mayor ponderación de los centros urbanos que se observa en la muestra.

ENCUESTA NACIONAL SOBRE RADIO Y T. V.

C U A D R O 6
 NIVEL DE ESTUDIOS TERMINADOS DE LA POBLACION MAYOR DE 18 AÑOS, POR TAMAÑO
 DEL MUNICIPIO Y SEXO

	500.000 o más habitantes			De 95.000 a 500.000 habitantes			De 10.000 a 95.000 habitantes			De 2.000 a 10.000 habitantes		
	Total	Varones	Mujeres	Total	Varones	Mujeres	Total	Varones	Mujeres	Total	Varones	Mujeres
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Menos de primarios ...	21	14	28	26	17	33	29	21	37	42	38	46
Primarios ...	47	43	51	47	46	51	50	49	51	52	55	50
Secundarios ...	16	22	11	16	20	12	13	17	9	4	5	3
Técnicos de grado me- dio ...	7	10	4	6	8	3	4	6	2	1	1	*
Universitarios o técnicos de grado superior ...	6	10	1	5	9	1	3	6	*	*	1	—
Sin respuesta ...	3	1	5	*	—	*	1	1	1	1	—	1
TOTAL ...	(800)	(401)	(399)	(1.459)	(716)	(743)	(876)	(431)	(445)	(400)	(199)	(201)

ENCUESTAS DEL INSTITUTO

Así, si nos fijamos en el nivel de estudios, se observa cómo la proporción de los que tienen estudios primarios o menos de primarios es mayor cuanto más pequeño es el tamaño del municipio. Por el contrario, la proporción de universitarios es menor cuanto más pequeño es el tamaño del municipio. En resumen, se puede decir que, de acuerdo con estos resultados, se pone de manifiesto el mayor nivel de estudios de las poblaciones urbanas por comparación con los municipios más pequeños, aunque en ambos casos el nivel sea relativamente bajo.

CUADRO H

OCUPACION DE LOS VARONES MAYORES DE 18 AÑOS, POR TAMAÑO DE MUNICIPIO

	500.000 y más habitantes %	95.000 a 500.000 habitantes %	10.000 a 95.000 habitantes %	2.000 a 10.000 habitantes %
Profesionales, gerentes y directivos	13	10	7	1
Empleados, comerciantes y funcionarios	35	41	33	21
Trabajadores especializados	29	24	19	13
Trabajadores no especializados	11	8	11	13
Propietarios agrícolas	*	1	2	7
Trabajadores agrícolas	— ^o	1	10	28
Marineros	*	2	1	5
Eventuales	*	1	2	2
Otras	—	—	1	3
Sin ocupación	12	12	12	6
Sin respuesta	*	—	2	1
TOTAL	(401)	(716)	(431)	(199)

Al considerar la ocupación, y aquí solo hemos tenido en cuenta a los varones, ya que la mayor parte de las mujeres en cualquiera de los cuatro niveles de tamaño se dedican a sus labores, se observan asimismo ciertas pautas interesantes. En primer lugar, la menor proporción de propietarios, gerentes y directivos, cuanto menor es el tamaño del municipio. En segundo lugar, la mayor proporción de empleados, comerciantes y funcionarios en los municipios de 95.000 a 500.000 habitantes, por comparación con los otros tres niveles. La disminución de trabajadores especializados y el aumento de los no especializados cuanto menor es el tamaño de los municipios. Y por supuesto, la mayor proporción de las ocupaciones no urbanas (especialmente trabajadores agrícolas) cuanto menor es el tamaño del municipio.

ENCUESTA NACIONAL SOBRE RADIO Y T. V.

CUADRO I

NIVEL DE INGRESOS MENSUALES DE LA FAMILIA, POR TAMAÑO DEL MUNICIPIO

	% 500.000 y más habitantes	% 95.000 a 500.000 habitantes	% 10.000 a 95.000 habitantes	% 2.000 a 10.000 habitantes
Menos de 5.000 pesetas	39	48	59	80
De 5.000 a 10.000 pesetas	39	35	29	15
De 10.000 a 20.000 pesetas	12	10	8	1
20.000 pesetas y más	5	2	1	—
Sin respuesta	5	5	3	4
TOTAL	(800)	(1.459)	(876)	(400)

Y finalmente, al considerar los ingresos mensuales de las familias de cada uno de los cuatro estratos de municipios, se ve también con gran claridad como el nivel de ingresos es bastante superior en los municipios de mayor tamaño.

Confiamos en que estos datos sobre las características de la muestra en que se ha basado este estudio sirvan para encuadrar mejor los resultados a que nos referiremos a continuación.

Resultados de la encuesta

Difusión de la Televisión.

Lo primero que interesaba, en una encuesta nacional sobre TV, era saber hasta qué punto se ha difundido ya la TV por el ámbito nacional. Para ello se hizo una pregunta sobre diferentes artículos del hogar entre los que se encontraba la TV, con el fin de compararla con la difusión de otros artículos (véase los Cuadros 1 al 15, ambos inclusive).

ENCUESTAS DEL INSTITUTO

CUADRO J*

PROPORCION DE PERSONAS QUE TIENE, Y PROPORCION QUE CONSIDERA NECESARIO, CADA UNO DE CIERTOS ARTICULOS DEL HOGAR, POR TAMAÑO DEL MUNICIPIO

Artículo	500.000 y más habitantes		95.000 a 500.000 habitantes		10.000 a 95.000 habitantes		2.000 a 10.000 habitantes	
	Tienen	Consideran necesario	Tienen	Consideran necesario	Tienen	Consideran necesario	Tienen	Consideran necesario
	%	%	%	%	%	%	%	%
TV	51	66	39	57	30	53	5	38
Radio	91	80	90	77	84	74	74	79
Nevera eléctrica	47	79	33	73	27	62	10	49
Nevera de hielo	31	13	18	9	8	6	5	9
Baño o ducha	59	91	57	90	47	80	18	75
Aspirador	14	32	11	26	6	20	1	12
Teléfono	53	83	33	65	21	47	8	33
Máquina de coser	76	84	75	86	68	81	54	78
Automóvil	16	32	15	28	13	24	5	16
Moto	6	10	10	10	13	10	12	21
Agua corriente	89	99	90	100	82	98	44	99
Agua caliente o calentador de agua	40	82	38	75	34	68	9	42
Lavadora	63	83	54	85	39	70	17	50
Tocadiscos	20	24	16	18	9	14	2	7

* Los porcentajes no pueden sumar 100 por 100 en ningún sentido.

El examen del Cuadro J permite una serie de comentarios muy interesantes. Por otra parte, el examen de los cuadros 1 al 15 da pie a muchas otras observaciones (por ejemplo, comparar los que tienen un artículo determinado pero no lo consideran necesario, etc., etc.). Sin embargo, aquí nos preocupa sobre todo la TV. En general podemos ver que la proporción de familias con TV es menor cuanto menor es el tamaño del municipio, siendo la diferencia entre los mayores y los más pequeños de 46 puntos porcentuales (desde 51 por 100 a 5 por 100). Pero esta disminución, aunque también existe, es menos acusada cuando nos fijamos en los que consideran necesaria la TV, pues sólo hay una diferencia de 28 puntos porcentuales (desde 66 por 100 a 38 por 100).

De los 14 artículos sobre los que se preguntaba, la TV ocupa el **séptimo** lugar en los municipios de 500.000 o más habitantes por lo que respecta a proporción de personas que la poseen, y el **noveno** lugar en cuanto a las personas que lo consideran necesario. En los municipios de 95.000 a 500.000 habitantes, ocupa el **sexto** lugar por lo que se refiere a posesión, y el **noveno** en necesidad. En los municipios de 10.000 a 95.000, ocupa el **séptimo** lugar en posesión y el **octavo** en necesidad. Y finalmente, en los municipios de 2.000 a 10.000 habitantes, ocupa el **duodécimo**

ENCUESTA NACIONAL SOBRE RADIO Y T. V.

lugar en posesión y el séptimo en necesidad. En definitiva, proporcionalmente a otros artículos, es precisamente en los municipios más pequeños donde más se siente la necesidad de tener TV. Resumiendo, la proporción que considera necesaria la TV es superior a la que lo posee, lo cual ocurre igual con los demás artículos, excepto la nevera de hielo y la radio (y también la moto en los municipios de 10.000 a 95.000 habitantes). Pero en los municipios de 2.000 a 10.000 habitantes, la proporción que considera necesario cada artículo es siempre superior a la proporción que lo posee.

Ahora bien, la TV tiene una difusión superior a la que se podría suponer por la proporción que la posee, ya que muchas personas ven la TV, incluso regularmente, en otros lugares fuera de su casa.

CUADRO K*
COMPARACION ENTRE LA PROPORCION DE PERSONAS QUE TIENE TV
Y LA PROPORCION QUE LA VE

	Tienen TV %	Ven la TV %	Ven la TV sin tenerla %
Sexo:			
Varones	40	60	20
Mujeres	32	46	14
Ocupación:			
Profesionales, gerentes y directivos	67	70	3
Comerciantes, empleados y funcionarios	53	66	13
Trabajadores especializados	34	59	25
Trabajadores no especializados	19	43	24
Propietarios agrícolas	17	46	29
Trabajadores agrícolas, pescadores, mineros y similares	3	36	33
Municipio de residencia:			
500.000 o más habitantes	51	60	9
95.000 a 500.000 habitantes	39	59	20
10.000 a 95.000 habitantes	30	47	17
2.000 a 10.000 habitantes	5	35	3

* Los porcentajes no pueden sumar 100 por 100 en ningún sentido.

Así, en el Cuadro K podemos ver que los hombres son más propensos que las mujeres a ver la TV aún cuando no tengan TV. Por ocupación, observamos que son los trabajadores manuales y los de ocupaciones agrícolas los que en mayor proporción ven la TV sin tenerla, cosa que se explica por la falta de acceso a otro tipo de distracciones. Lo mismo se puede decir de los habitantes de municipios de distinto tamaño, los de municipios más pequeños ven la TV sin tenerla en mayores proporciones que los municipios grandes.

De las personas que ven la TV (Cuadro 17), la mayoría lo hace en su casa o en casa de algún familiar. Si nos fijamos en la parte del cuadro

ENCUESTAS DEL INSTITUTO

correspondiente a las diferencias según el tamaño del municipio, resulta inmediatamente cómo en los municipios más pequeños hay un 53 por 100 de los que ven la TV que lo hacen en un bar o cafetería, un 20 por 100 en casa de algún familiar o amigo, un 14 por 100 en un centro cultural y social y sólo un 13 por 100 en su propia casa.

Por lo que respecta a la calidad de la recepción, no se observan diferencias notables (Cuadro 18), ya que algunas que se ponen de manifiesto parecen ser atribuibles a diferencias de juicio por parte de los entrevistados según su condición socioeconómica y su capacidad de crítica. La única diferencia que sí parece algo más significativa es la de los municipios de 2.000 a 10.000 habitantes, en los que la proporción que dice verla mal o muy mal es algo mayor.

Otro aspecto relativo a la difusión es el del número de personas que ven la TV en el mismo receptor. En el Cuadro 19 se observa que, como promedio, existe una audiencia de unas 5 personas por televisor. Las principales diferencias a este respecto se observan en relación con el tamaño del municipio, ya que un 22 por 100 de los que habitan en ellos y tienen TV afirman que «8 o más personas» ven la TV en su receptor.

Las audiencias de TV.

Como era de suponer, los programas nocturnos tienen audiencias considerablemente mayores que los de al mediodía o los de por la tarde. En el Cuadro 21 se observa que, mientras sólo un 24 por 100 de los que ven la TV la ven al mediodía y un 27 por 100 la ven por la tarde, hay un 87 por 100 que la ve por la noche. Este porcentaje es aún mayor entre los varones, así como entre los de menos edad, los profesionales, gerentes y directivos, propietarios agrícolas, etc. Las audiencias del mediodía están compuestas fundamentalmente por mujeres; profesionales, gerentes y directivos; personas con estudios secundarios, con ingresos superiores a 10.000 pesetas mensuales, y residentes en centros urbanos de 500.000 o más habitantes. Las audiencias de por la tarde, a su vez, están compuestas fundamentalmente por mujeres; personas de 50 años o más; con estudios secundarios o menores; con ingresos inferiores a 5.000 pesetas mensuales, y residentes en municipios de 95.000 a 500.000 habitantes.

En cuanto al tiempo diario que se dedica a ver la TV (Cuadro 22), un 62 por 100 del total de entrevistados afirma verla durante menos de tres horas al día. En general, las mujeres ven la TV considerablemente más que los varones. De igual modo, los más jóvenes (18 a 29 años) la ven algo más que los de más edad. Asimismo, y salvo algunas excepciones, los de status más alto la ven más que los de status bajo. Y por supuesto, los de municipios mayores también la ven durante más tiempo que los de municipios pequeños, debido probablemente a que éstos la suelen ver fuera de su casa, mientras que aquéllos la ven preferentemente en su propia casa (como consecuencia a su vez de que poseen receptor de TV en mayor proporción que los residentes de pequeños municipios).

La programación de TV.

En el Cuadro 23 se pueden observar cuáles son los tipos de programas que se suelen ver con más frecuencia. De los tipos de programas señalados, los telefilmes son los que tienen una mayor audiencia (53 por 100), seguidos de los programas de noticias (42 por 100), los deportivos (38 por 100 y las películas de largo metraje (38 por 100). Existen diferencias según el sexo, de manera que, entre los varones los programas que más se ven son los deportivos (57 por 100), los de noticias (51 por 100) y los telefilmes (48 por 100), mientras que entre las mujeres son los telefilmes (59 por 100) y películas de largo metraje (45 por 100).

Por lo que respecta ya a programas concretos (Cuadros 24 y 25), los varones consideran que los mejores programas son el «Telediario», «El Santo», «Los intocables» y «En directo». Por el contrario, las mujeres prefieren «El Santo», «Reina por un día» y «Los intocables». Por lo que se refiere a la edad, los más jóvenes prefieren «El Santo», «Los intocables» y «Noche del sábado»; para los de 30 a 49 años, los mejores programas son «El Santo», «Los intocables» y «Telediario»; y finalmente, para los de 50 o más años, «El Santo», «Telediario» y «Bonanza».

En cuanto a los programas peores, para los varones son «Reina por un día» y «Concierto», y para las mujeres «Concierto» y «Reina por un día». Estos dos programas son también los citados por los pertenecientes a cualquiera de los tres grupos de edad.

Más del 50 por 100 de los entrevistados, en general, son favorables a la publicidad en TV (Cuadro 26). Los totalmente contrarios a la publicidad en TV llegan como mucho a constituir un 35 por 100 en el caso de los universitarios, y de un 33 por 100 en el de los profesionales, gerentes y directivos.

Por otra parte, parece que existe una división de opiniones muy promediada entre los que opinan que la publicidad en TV es adecuada y los que creen que es excesiva (Cuadro 27). En general, se observa que los varones, los de status más alto y los residentes en municipios de mayor tamaño, tienden a considerar que la publicidad es excesiva, mientras que las mujeres, los de status más bajo y los de municipios pequeños, consideran que la publicidad es adecuada.

Y finalmente (Cuadro 28), se observa que el público suele enterarse de la programación de TV por la Prensa y la misma TV en sus avances, según se deduce de las contestaciones.

Los efectos de la TV.

Aunque sólo un 47 por 100 dice que deja de asistir a algún espectáculo público si lo televisan (Cuadro 29), se observa que la proporción es mayor entre los de status más bajo, lo cual se explica en parte por su menor capacidad de gasto. La TV se convierte así, para esos grupos más que para otros, en un medio de presenciar ciertos espectáculos sin necesidad de gastar dinero. Esta misma interpretación se pone de manifiesto,

parcialmente al menos, en la contestación a si se dejaría de ir a algún otro lugar por ver el programa favorito (Cuadro 30).

Alrededor de la mitad de la población estima que la TV no ha influido sobre su vida familiar (Cuadro 31), y de los que afirman que sí ha influido, la gran mayoría opina que dicha influencia ha sido favorable.

La programación de la temporada 1965-66.

Un 86 por 100 de los entrevistados que suelen ver la TV saben de la existencia del nuevo canal U. H. F. (Cuadro 32). Naturalmente, esta proporción es mayor entre los varones y los de más alto status, así como entre los residentes en *municipios mayores*.

De igual forma, un 81 por 100 se enteró del cambio de programación realizado en el otoño de 1965 (Cuadro 33). Nuevamente, la proporción de los que se enteraron del cambio de programación fue mayor entre los varones, los de status más alto y los residentes en *municipios grandes*.

La Difusión de la Radio.

Se puede observar que la radio está enormemente difundida por todo el ámbito nacional y todos los estratos sociales (Cuadro 34). Aún así, sin embargo, todavía se observa que los de status socioeconómico más elevado, junto con los de *municipios mayores*, la tienen en proporciones algo mayores que los de status más bajo y los residentes de *municipios más pequeños*. La proporción más pequeña, en cualquier caso, es de un 72 por 100, entre los trabajadores agrícolas, pescadores, mineros y similares.

De los que tienen radio, además, un 16 por 100 tienen más de un receptor, proporción que, en algunos casos, llega incluso hasta un 48 por 100 (profesionales, gerentes y directivos), un 52 por 100 (universitarios o técnicos de *grado superior*), o un 53 por 100 (los de ingresos superiores a 20.000 pesetas mensuales) (Cuadro 35).

Las Audiencias de Radio.

Es curioso que una cuarta parte de los que tienen aparato de radio no la escuchan en absoluto (Cuadro 36), siendo esta proporción superior en el caso de los varones (31 por 100), los de status más alto y los residentes en *grandes municipios*. Aparte de eso, las horas de más audiencia parecen ser las de por la noche (30 por 100) y al mediodía (26 por 100). Entre las mujeres, sin embargo, parece ser que la radio se escucha más por la tarde y por la mañana.

De los que escuchan la radio, la mayoría (60 por 100) lo hace durante 2 horas o menos al día (Cuadro 37). Las mujeres, los de más edad, y los de status bajo suelen escuchar la radio durante más horas al día que los varones, los jóvenes y los de status alto.

Por lo que respecta al tipo de emisora escuchada, según su propiedad, la mayoría parece preferir las emisoras privadas (56 por 100) y las nacionales (21 por 100). Las emisoras nacionales las escuchan sobre todo

los varones y los de status socioeconómico más alto. A su vez, las emisoras sindicales y del Movimiento suelen tener mayores audiencias entre los jóvenes, los trabajadores y los de status más bajo. Por lo que respecta a las emisoras de la C. O. P. E. y las parroquiales, parece ser que tienen audiencias muy reducidas (Cuadro 38).

La Programación de la Radio.

En general, el público opina que los programas de radio en la actualidad son buenos (Cuadro 39). Sólo un 4 por 100 opina que son malos o muy malos, siendo esta proporción algo mayor entre los varones, los jóvenes y los de status más alto.

Los programas que se suelen escuchar con más frecuencia son los de música ligera (56 por 100), los seriales (37 por 100) y los de música folklórica (33 por 100). Sin embargo, entre los varones son la música ligera, los programas deportivos y la música folklórica. Hay que destacar que los profesionales, gerentes y directivos, así como los universitarios y los de altos ingresos, suelen escuchar en grandes proporciones los programas de música clásica y los de música ligera (Cuadro 40).

Parece ser, por otra parte, que el público tiene una buena opinión sobre las emisoras estatales (Cuadro 41), ya que un 30 por 100 opina que éstas son mejores que las otras, y sólo un 8 por 100 considera que son peores. La gran mayoría, sin embargo, mantiene una posición intermedia, afirmando que todas son más o menos iguales.

Respecto a la publicidad radiada, sólo un 17 por 100 se muestra totalmente opuesto a ella (Cuadro 42), siendo esta proporción mayor entre los varones, los más jóvenes, los de status alto y los de municipios grandes. Por otra parte, las opiniones se encuentran divididas, como en el caso de la TV, sobre si la publicidad radiada es excesiva o apropiada (Cuadro 43). Así, mientras que los varones, los de menos edad, los de status alto y los de municipios grandes, la suelen encontrar excesiva, las mujeres, los de más edad, los de status bajo y los residentes en municipios pequeños, suelen considerar que la publicidad radiada es apropiada.

Los Programas Especiales de las Emisoras Estatales.

De los que tienen radio, más de tres cuartas partes escuchan los diarios hablados de Radio Nacional de España (Cuadro 44). Estas proporciones son mayores entre los varones, los de más edad, y (aunque no de forma clara) entre los de status más bajo (ya que los de status alto suelen informarse por la Prensa y la TV).

El diario hablado de las 2,30 parece tener una audiencia ligeramente mayor que el de las 10 de la noche, aunque lo contrario ocurre precisamente entre los varones, los profesionales, gerentes y directivos, los trabajadores especializados, no-especializados y agrícolas, los de estudios menos que primarios, los de ingresos bajos, y los de municipios más pequeños (Cuadros 45 y 46). Pero existe además un 6 por 100 que escucha otros diarios hablados aparte de los de las 2,30 y las 10 (Cuadro 47).

ENCUESTAS DEL INSTITUTO

De ellos, el más escuchado parece ser el de las 9 de la mañana, especialmente entre los varones, los de más edad, los profesionales, gerentes y directivos, los trabajadores no especializados, los trabajadores agrícolas, y los de alto nivel de estudios y de ingresos.

En general, los «diarios hablados» merecen la aprobación del público, ya que un 90 por 100 opinó que aquéllos eran interesantes o muy interesantes. La crítica a su interés es algo más frecuente entre las personas de status más alto (Cuadro 48).

Por otra parte, las razones más frecuentes que dan los que no escuchan los diarios hablados son, según su importancia, los siguientes: a) que tienen TV y, por tanto, escuchan los telediarios, b) que no le gustan, no le interesan, le aburren o no los entienden, y c) que no tiene tiempo (Cuadro 49).

De todos es sabido el carácter minoritario que tiene el Tercer Programa de Radio Nacional de España. Por ello no es de extrañar que un 51 por 100 no conozca ni siquiera su existencia, que un 40 por 100 lo conozca pero no lo escuche, y solo un 6 por 100 afirma oír el Tercer Programa. Proporción que es mayor entre los varones, los jóvenes, los de status alto y los residentes en municipios grandes (Cuadro 50).

Asimismo, aunque un 48 por 100 del total de entrevistados se ha enterado de la existencia de nuevas emisoras de Frecuencia Modulada (Cuadro 51), sólo un 19 por 100 de los que suelen escuchar la radio afirma escuchar alguno de los programas de las emisoras de F. M. (Cuadro 52). Como cabe esperar, los jóvenes y los de status alto escuchan las emisoras de F. M. en proporciones mayores a las de los otros estratos. Asimismo, la razón principal que ofrecen los que no escuchan las emisoras F. M. es la de que no tienen costumbre, que ponen otras emisoras o que en su aparato de radio sólo se puede localizar una sola emisora (Cuadro 53).

ENCUESTA NACIONAL SOBRE RADIO Y T. V.

C U A D R O 1

¿TIENE USTED TV?

¿LA CONSIDERA USTED NECESARIA PARA UNA FAMILIA MAS O MENOS COMO LA SUYA?

(Ver clave explicativa a pie de página)

	Total	2 %	3 %	4 %	5 %	S. R. %
TOTAL	(3.535)	28	8	29	34	1
Sexo:						
Varones	(1.748)	31	9	28	31	1
Hembras	(1.787)	24	8	29	38	1
Edad:						
18 a 29 años	(596)	32	9	32	27	*
30 a 49 años	(1.695)	32	9	27	32	*
50 años o más	(1.234)	20	6	29	43	2
Ocupación:						
Profesionales, gerentes y directivos.	(162)	55	12	16	16	1
Comerciantes, empleados y funcionarios	(744)	41	12	26	21	*
Trabajadores especializados	(502)	27	7	34	32	—
Trabajadores no especializados	(256)	15	4	33	48	*
Propietarios agrícolas	(41)	15	2	34	47	2
Trabajadores agrícolas, pescadores, mineros y similares	(218)	2	1	33	60	4
Nivel de estudios:						
Menos de primarios	(967)	13	5	27	53	2
Primarios	(1.736)	26	7	35	32	*
Secundarios	(488)	48	14	19	19	*
Técnicos de grado medio	(171)	53	14	14	18	1
Universitarios o técnicos de grado superior	(140)	52	18	13	16	1
Nivel de ingresos mensuales:						
Menos de 5.000 pesetas	(1.846)	13	4	34	48	1
De 5.000 a 9.999 pesetas	(1.144)	41	11	25	23	—
De 10.000 a 19.999 pesetas	(314)	59	17	12	12	*
De 20.000 pesetas o más	(78)	56	17	12	15	—
Sin respuesta	(153)	27	8	32	27	6
Municipios de residencia:						
De 500.000 y más habitantes	(800)	40	11	26	22	1
De 95.001 a 500.000 habitantes.	(1.459)	29	10	28	33	*
De 10.001 a 95.000 habitantes	(876)	24	6	29	39	2
De 2.001 a 10.000 habitantes	(400)	4	1	34	60	1

2. Sí la tiene y sí la considera necesaria.
3. Sí la tiene y no la considera necesaria.
4. No la tiene y sí la considera necesaria.
5. No la tiene y no la considera necesaria.

ENCUESTAS DEL INSTITUTO

CUADRO 2

¿TIENE USTED RADIO?

¿LA CONSIDERA USTED NECESARIA PARA UNA FAMILIA MAS O MENOS COMO LA SUYA?

(Ver clave explicativa a pie de página)

	Total	2 %	3 %	4 %	5 %	S. R. %
TOTAL	(3.535)	70	17	7	5	1
Sexo:						
Varones	(1.748)	70	18	7	4	1
Hembras	(1.787)	70	16	8	5	1
Edad:						
18 a 29 años	(596)	76	15	6	3	*
30 a 49 años	(1.695)	72	19	5	4	*
50 años o más	(1.234)	65	15	11	7	2
Ocupación:						
Profesionales, gerentes y directivos.	(162)	78	18	2	1	1
Comerciantes, empleados y funcionarios	(744)	71	19	5	5	*
Trabajadores especializados	(502)	76	16	5	3	—
Trabajadores no especializados	(256)	68	18	9	5	*
Propietarios agrícolas	(41)	68	10	15	5	2
Trabajadores agrícolas, pescadores, mineros y similares	(218)	54	15	19	8	4
Nivel de estudios:						
Menos de primarios	(967)	60	18	12	8	2
Primarios	(1.736)	75	14	7	4	*
Secundarios	(488)	69	24	3	4	*
Técnicos de grado medio	(171)	70	22	4	3	1
Universitarios o técnicos de grado superior	(140)	72	24	2	1	1
Nivel de ingresos mensuales:						
Menos de 5.000 pesetas	(1.846)	66	15	11	7	1
De 5.000 a 9.999 pesetas	(1.144)	76	18	3	3	—
De 10.000 a 19.999 pesetas	(314)	70	24	4	2	*
De 20.000 pesetas o más	(78)	68	29	3	—	—
Sin respuesta	(153)	72	14	7	1	6
Municipios de residencia:						
De 500.000 y más habitantes	(800)	75	16	5	3	1
De 95.001 a 500.000 habitantes.	(1.459)	71	19	6	4	*
De 10.001 a 95.000 habitantes	(876)	66	18	8	6	2
De 2.001 a 10.000 habitantes	(400)	63	11	16	9	1

2. Sí la tiene y sí la considera necesaria.
3. Sí la tiene y no la considera necesaria.
4. No la tiene y sí la considera necesaria.
5. No la tiene y no la considera necesaria.

ENCUESTA NACIONAL SOBRE RADIO Y T. V.

CUADRO 3

¿TIENE USTED NEVERA ELECTRICA?

¿LA CONSIDERA USTED NECESARIA PARA UNA FAMILIA MAS O MENOS COMO LA SUYA?

(Ver clave explicativa a pie de página)

	Total	2 %	3 %	4 %	5 %	S. R. %
TOTAL	(3.535)	30	2	39	28	1
Sexo:						
Varones	(1.748)	34	2	37	26	1
Hembras	(1.787)	27	2	40	30	1
Edad:						
18 a 29 años	(596)	34	2	43	21	*
30 a 49 años	(1.695)	33	2	40	25	*
50 años o más	(1.234)	25	2	35	36	2
Ocupación:						
Profesionales, gerentes y directivos.	(162)	67	4	19	9	1
Comerciantes, empleados y funcionarios	(744)	44	3	37	16	*
Trabajadores especializados	(502)	26	1	50	23	—
Trabajadores no especializados	(256)	12	1	42	45	*
Propietarios agrícolas	(41)	20	—	34	44	2
Trabajadores agrícolas, pescadores, mineros y similares	(218)	3	—	37	56	4
Nivel de estudios:						
Menos de primarios	(967)	12	1	37	48	2
Primarios	(1.736)	27	1	47	25	*
Secundarios	(488)	55	5	28	12	*
Técnicos de grado medio	(171)	63	3	23	10	1
Universitarios o técnicos de grado superior	(140)	72	4	15	8	1
Nivel de ingresos mensuales:						
Menos de 5.000 pesetas	(1.846)	12	1	45	41	1
De 5.000 a 9.999 pesetas	(1.144)	43	2	38	17	—
De 10.000 a 19.999 pesetas	(314)	73	5	17	5	*
De 20.000 pesetas o más	(78)	86	5	4	5	—
Sin respuesta	(153)	44	3	33	14	6
Municipios de residencia:						
De 500.000 y más habitantes	(800)	44	3	35	17	1
De 95.001 a 500.000 habitantes.	(1.459)	31	2	42	25	*
De 10.001 a 95.000 habitantes	(876)	26	1	36	35	2
De 2.001 a 10.000 habitantes	(400)	9	1	40	49	1

2. Sí la tiene y sí la considera necesaria.
3. Sí la tiene y no la considera necesaria.
4. No la tiene y sí la considera necesaria.
5. No la tiene y no la considera necesaria.

ENCUESTAS DEL INSTITUTO

CUADRO 4

¿TIENE USTED NEVERA DE HIELO?

¿LA CONSIDERA USTED NECESARIA PARA UNA FAMILIA MAS O MENOS COMO LA SUYA?

(Ver clave explicativa a pie de página)

	Total	2 %	3 %	4 %	5 %	S. R. %
TOTAL	(3.535)	3	14	6	76	1
Sexo:						
Varones	(1.748)	4	13	6	76	1
Hembras	(1.787)	3	14	6	76	1
Edad:						
18 a 29 años	(596)	2	15	5	78	*
30 a 49 años	(1.695)	4	14	5	77	*
50 años o más	(1.234)	4	12	7	75	2
Ocupación:						
Profesionales, gerentes y directivos.	(162)	—	9	2	88	1
Comerciantes, empleados y funcionarios	(744)	3	15	5	77	*
Trabajadores especializados	(502)	6	20	4	70	—
Trabajadores no especializados	(256)	6	14	8	72	*
Propietarios agrícolas	(41)	5	5	5	83	2
Trabajadores agrícolas, pescadores, mineros y similares	(218)	—	3	11	82	4
Nivel de estudios:						
Menos de primarios	(967)	4	13	8	73	2
Primarios	(1.736)	4	16	5	75	*
Secundarios	(488)	2	11	3	84	*
Técnicos de grado medio	(171)	1	12	4	82	1
Universitarios o técnicos de grado superior	(140)	1	8	3	87	1
Nivel de ingresos mensuales:						
Menos de 5.000 pesetas	(1.846)	3	14	7	75	1
De 5.000 a 9.999 pesetas	(1.144)	5	16	4	75	—
De 10.000 a 19.999 pesetas	(314)	*	6	2	92	*
De 20.000 pesetas o más	(78)	—	6	4	90	—
Sin respuesta	(153)	3	10	5	76	6
Municipios de residencia:						
De 500.000 y más habitantes	(800)	6	25	7	61	1
De 95.001 a 500.000 habitantes.	(1.459)	4	14	5	77	*
De 10.001 a 95.000 habitantes	(876)	1	7	5	85	2
De 2.001 a 10.000 habitantes	(400)	1	4	8	86	1

2. Sí la tiene y sí la considera necesaria.
3. Sí la tiene y no la considera necesaria.
4. No la tiene y sí la considera necesaria.
5. No la tiene y no la considera necesaria.

ENCUESTA NACIONAL SOBRE RADIO Y T. V.

C U A D R O 5

¿TIENE USTED BAÑO O DUCHA?

¿LA CONSIDERA USTED NECESARIA PARA UNA FAMILIA MAS O MENOS COMO LA SUYA?

(Ver clave explicativa a pie de página)

	Total	2 %	3 %	4 %	5 %	S. R. %
TOTAL	(3.535)	48	3	38	10	1
Sexo:						
Varones	(1.748)	53	3	35	8	1
Hembras	(1.787)	43	3	42	11	1
Edad:						
18 a 29 años	(596)	58	3	34	5	*
30 a 49 años	(1.695)	52	3	38	7	*
50 años o más	(1.234)	40	2	41	15	2
Ocupación:						
Profesionales, gerentes y directivos.	(162)	89	2	7	1	1
Comerciantes, empleados y funcionarios	(744)	67	3	26	4	*
Trabajadores especializados	(502)	50	2	43	5	—
Trabajadores no especializados	(256)	28	4	53	15	*
Propietarios agrícolas	(41)	39	2	50	7	2
Trabajadores agrícolas, pescadores, mineros y similares	(218)	11	1	56	28	4
Nivel de estudios:						
Menos de primarios	(967)	22	2	52	22	2
Primarios	(1.736)	49	2	43	6	*
Secundarios	(488)	77	5	15	3	*
Técnicos de grado medio	(171)	81	4	12	2	1
Universitarios o técnicos de grado superior	(140)	89	3	6	1	1
Nivel de ingresos mensuales:						
Menos de 5.000 pesetas	(1.846)	28	2	53	16	1
De 5.000 a 9.999 pesetas	(1.144)	64	3	30	3	—
De 10.000 a 19.999 pesetas	(314)	90	4	5	1	*
De 20.000 pesetas o más	(78)	94	3	3	—	—
Sin respuesta	(153)	55	7	28	4	6
Municipios de residencia:						
De 500.000 y más habitantes	(800)	55	4	36	4	1
De 95.001 a 500.000 habitantes.	(1.459)	54	3	36	7	*
De 10.001 a 95.000 habitantes	(876)	44	3	36	15	2
De 2.001 a 10.000 habitantes	(400)	16	2	59	22	1

2. Sí lo tiene y no lo considera necesario.

3. Sí lo tiene y no lo considera necesario.

4. No la tiene y sí la considera necesaria.

5. No la tiene y no la considera necesaria.

ENCUESTAS DEL INSTITUTO

C U A D R O 6

¿TIENE USTED ASPIRADOR?

¿LO CONSIDERA USTED NECESARIO PARA UNA FAMILIA MAS O MENOS COMO LA SUYA?

(Ver clave explicativa a pie de página)

	Total	2 %	3 %	4 %	5 %	S. R. %
TOTAL	(3.535)	7	3	18	71	1
Sexo:						
Varones	(1.748)	8	4	17	70	1
Hembras	(1.787)	5	2	19	73	1
Edad:						
18 a 29 años	(596)	7	3	21	69	*
30 a 49 años	(1.695)	7	3	18	72	*
50 años o más	(1.234)	6	3	16	73	2
Ocupación:						
Profesionales, gerentes y directivos.	(162)	28	17	17	37	1
Comerciantes, empleados y funcionarios	(744)	9	3	21	67	*
Trabajadores especializados	(502)	4	2	21	73	—
Trabajadores no especializados	(256)	2	—	12	86	*
Propietarios agrícolas	(41)	5	2	7	84	2
Trabajadores agrícolas, pescadores, mineros y similares	(218)	—	1	6	89	4
Nivel de estudios:						
Menos de primarios	(967)	1	1	13	83	2
Primarios	(1.736)	4	1	20	76	*
Secundarios	(488)	15	8	21	56	*
Técnicos de grado medio	(171)	14	9	20	56	1
Universitarios o técnicos de grado superior	(140)	38	17	17	27	1
Nivel de ingresos mensuales:						
Menos de 5.000 pesetas	(1.846)	2	1	15	81	1
De 5.000 a 9.999 pesetas	(1.144)	7	2	23	68	—
De 10.000 a 19.999 pesetas	(314)	24	14	21	41	*
De 20.000 pesetas o más	(78)	45	24	12	19	—
Sin respuesta	(153)	10	5	16	63	6
Municipios de residencia:						
De 500.000 y más habitantes	(800)	9	5	23	62	1
De 95.001 a 500.000 habitantes.	(1.459)	8	3	18	71	*
De 10.001 a 95.000 habitantes	(876)	4	2	16	76	2
De 2.001 a 10.000 habitantes	(400)	*	1	12	86	1

2. Sí lo tiene y sí lo considera necesario.
3. Sí lo tiene y no lo considera necesario
4. No lo tiene y sí lo considera necesario.
5. No lo tiene y no lo considera necesario.

ENCUESTA NACIONAL SOBRE RADIO Y T. V.

CUADRO 7

¿TIENE USTED TELEFONO?

¿LO CONSIDERA USTED NECESARIO PARA UNA FAMILIA MAS O MENOS COMO LA SUYA?

(Ver clave explicativa a pie de página)

	Total	2 %	3 %	4 %	5 %	S. R. %
TOTAL	(3.535)	29	3	32	35	1
Sexo:						
Varones	(1.748)	32	3	33	31	1
Hembras	(1.787)	26	3	31	39	1
Edad:						
18 a 29 años	(596)	31	3	41	25	*
30 a 49 años	(1.695)	31	3	33	33	*
50 años o más	(1.234)	27	3	26	42	2
Ocupación:						
Profesionales, gerentes y directivos.	(162)	75	6	13	5	1
Comerciantes, empleados y funcio- narios	(744)	46	4	35	15	*
Trabajadores especializados	(502)	19	3	47	31	—
Trabajadores no especializados ...	(256)	8	1	32	59	*
Propietarios agrícolas	(41)	20	—	37	41	2
Trabajadores agrícolas, pescadores, mineros y similares	(218)	1	1	23	71	4
Nivel de estudios:						
Menos de primarios	(967)	11	2	26	59	2
Primarios	(1.736)	24	3	39	34	*
Secundarios	(488)	58	5	27	10	*
Técnicos de grado medio	(171)	63	4	25	7	1
Universitarios o técnicos de grado superior	(140)	77	8	11	3	1
Nivel de ingresos mensuales:						
Menos de 5.000 pesetas	(1.846)	12	2	33	52	1
De 5.000 a 9.999 pesetas	(1.144)	40	4	36	20	—
De 10.000 a 19.999 pesetas ...	(314)	76	5	15	4	*
De 20.000 pesetas o más	(78)	83	10	6	1	—
Sin respuesta	(153)	37	2	37	18	6
Municipios de residencia:						
De 500.000 y más habitantes ...	(800)	50	3	33	13	1
De 95.001 a 500.000 habitantes.	(1.459)	30	3	35	32	*
De 10.001 a 95.000 habitantes ...	(876)	18	3	29	48	2
De 2.001 a 10.000 habitantes ...	(400)	7	1	26	65	1

2. Sí lo tiene y sí lo considera necesario.
3. Sí lo tiene y no lo considera necesario.
4. No lo tiene y sí lo considera necesario.
5. No lo tiene y no lo considera necesario.

ENCUESTAS DEL INSTITUTO

CUADRO 8

¿TIENE USTED MAQUINA DE COSER?

¿LA CONSIDERA USTED NECESARIA PARA UNA FAMILIA MAS O MENOS COMO LA SUYA?

(Ver clave explicativa a pie de página)

	Total	2 %	3 %	4 %	5 %	S. R. %
TOTAL	(3.535)	63	8	20	8	1
Sexo:						
Varones	(1.748)	62	8	20	9	1
Hembras	(1.787)	65	7	20	7	1
Edad:						
18 a 29 años	(596)	64	8	21	7	*
30 a 49 años	(1.695)	65	8	20	7	*
50 años o más	(1.234)	60	8	20	10	2
Ocupación:						
Profesionales, gerentes y directivos.	(162)	74	12	7	6	1
Comerciantes, empleados y funcio- narios	(744)	70	9	15	6	*
Trabajadores especializados	(502)	67	5	21	7	—
Trabajadores no especializados ...	(256)	47	7	36	10	*
Propietarios agrícolas	(41)	59	2	27	10	2
Trabajadores agrícolas, pescadores, mineros y similares	(218)	39	9	30	18	4
Nivel de estudios:						
Menos de primarios	(967)	50	8	28	12	2
Primarios	(1.736)	68	6	20	6	*
Secundarios	(488)	72	11	11	6	*
Técnicos de grado medio	(171)	71	11	9	8	1
Universitarios o técnicos de grado superior	(140)	73	12	6	8	1
Nivel de ingresos mensuales:						
Menos de 5.000 pesetas	(1.846)	53	8	27	11	1
De 5.000 a 9.999 pesetas	(1.144)	74	6	15	5	—
De 10.000 a 19.999 pesetas ...	(314)	76	10	8	6	*
De 20.000 pesetas o más	(78)	75	13	6	6	—
Sin respuesta	(153)	67	12	12	3	6
Municipios de residencia:						
De 500.000 y más habitantes ...	(800)	68	8	16	7	1
De 95.001 a 500.000 habitantes.	(1.459)	67	8	19	6	*
De 10.001 a 95.000 habitantes ...	(876)	60	8	21	9	2
De 2.001 a 10.000 habitantes ...	(400)	48	6	30	15	1

2. Sí la tiene y sí la considera necesaria.

3. Sí la tiene y no la considera necesaria.

4. No la tiene y sí la considera necesaria.

5. No la tiene y no la considera necesaria.

ENCUESTA NACIONAL SOBRE RADIO Y T. V.

CUADRO 9

¿TIENE USTED AUTOMOVIL?

¿LO CONSIDERA USTED NECESARIO PARA UNA FAMILIA MAS O MENOS COMO LA SUYA?

(Ver clave explicativa a pie de página)

	Total	2 %	3 %	4 %	5 %	S. R. %
TOTAL	(3.535)	11	3	16	69	1
Sexo:						
Varones	(1.748)	14	3	19	63	1
Hembras	(1.787)	7	3	13	76	1
Edad:						
18 a 29 años	(596)	13	4	24	59	*
30 a 49 años	(1.695)	13	3	15	69	*
50 años o más	(1.234)	7	2	13	76	2
Ocupación:						
Profesionales, gerentes y directivos.	(162)	46	7	15	31	1
Comerciantes, empleados y funcionarios	(744)	17	4	25	54	*
Trabajadores especializados	(502)	7	2	18	73	—
Trabajadores no especializados	(256)	1	*	15	84	*
Propietarios agrícolas	(41)	17	—	15	66	2
Trabajadores agrícolas, pescadores, mineros y similares	(218)	1	1	9	85	4
Nivel de estudios:						
Menos de primarios	(967)	2	1	12	83	2
Primarios	(1.736)	7	2	17	74	*
Secundarios	(488)	23	6	24	47	*
Técnicos de grado medio	(171)	29	8	19	43	1
Universitarios o técnicos de grado superior	(140)	47	6	13	33	1
Nivel de ingresos mensuales:						
Menos de 5.000 pesetas	(1.846)	1	1	13	84	1
De 5.000 a 9.999 pesetas	(1.144)	12	4	20	64	—
De 10.000 a 19.999 pesetas	(314)	43	10	18	29	*
De 20.000 pesetas o más	(78)	69	6	12	13	—
Sin respuesta	(153)	18	4	23	49	6
Municipios de residencia:						
De 500.000 y más habitantes	(800)	14	2	18	65	1
De 95.001 a 500.000 habitantes.	(1.459)	11	4	17	68	*
De 10.001 a 95.000 habitantes	(876)	10	3	14	71	2
De 2.001 a 10.000 habitantes	(400)	4	1	12	82	1

2. Sí lo tiene y sí lo considera necesario.
3. Sí lo tiene y no lo considera necesario.
4. No lo tiene y sí lo considera necesario.
5. No lo tiene y no lo considera necesario.

ENCUESTAS DEL INSTITUTO

CUADRO 10.

TIPO DE AUTOMOVIL QUE POSEEN LOS ENTREVISTADOS

	Total	%No tiene coche	Utilitario	Semi-lujo	Lujo	Expl. Industrial	Más de un coche	S. R.
		%	%	%	%	%	%	%
TOTAL	(3.535)	86	7	3	1	1	*	2
Sexo:								
Varones	(1.748)	80	10	4	1	1	1	3
Hembras	(1.787)	89	5	2	1	1	*	2
Edad:								
18 a 29 años	(596)	82	10	3	1	1	1	2
30 a 49 años	(1.695)	84	9	3	1	1	*	2
50 años o más	(1.234)	89	4	3	*	1	*	3
Ocupación:								
Profesionales, gerentes y directivos.	(162)	45	32	12	4	1	1	5
Comerciantes, empleados y funcionarios	(744)	78	12	5	1	1	1	2
Trabajadores especializados	(502)	91	5	2	*	1	1	*
Trabajadores no especializados	(256)	99	1	—	—	*	—	*
Propietarios agrícolas	(41)	82	2	7	—	2	—	7
Trabajadores agrícolas, pescadores, mineros y similares	(218)	94	1	1	—	—	—	4
Nivel de estudios:								
Menos de primarios	(967)	95	1	1	—	1	*	2
Primarios	(1.736)	91	5	2	*	1	*	1
Secundarios	(488)	71	15	7	2	1	1	3
Técnicos de grado medio	(171)	61	25	6	1	1	1	5
Universitarios o técnicos de grado superior	(140)	47	26	16	4	1	—	6
Nivel de ingresos mensuales:								
Menos de 5.000 pesetas	(1.846)	98	1	*	*	*	*	1
De 5.000 a 9.999 pesetas	(1.144)	84	8	3	1	2	*	2
De 10.000 a 19.999 pesetas	(314)	48	32	10	2	1	2	5
De 20.000 pesetas o más	(78)	23	27	31	5	3	3	8
Sin respuesta	(153)	72	11	3	3	2	1	8
Municipios de residencia:								
De 500.000 y más habitantes	(800)	82	10	4	1	1	*	2
De 95.001 a 500.000 habitantes.	(1.459)	86	7	3	1	1	*	2
De 10.001 a 95.000 habitantes	(876)	85	7	3	—	1	1	3
De 2.001 a 10.000 habitantes	(400)	95	1	*	*	2	—	2

ENCUESTA NACIONAL SOBRE RADIG Y T. V.

CUADRO 11

¿TIENE USTED MOTO?
¿LA CONSIDERA NECESARIA PARA UNA FAMILIA MAS O MENOS COMO LA SUYA?

(Ver clave explicativa a pie de página)

	Total	2 %	3 %	4 %	5 %	S. R. %
TOTAL	(3.535)	5	5	7	82	1
Sexo:						
Varones	(1.748)	6	6	9	78	1
Hembras	(1.787)	4	5	5	85	1
Edad:						
18 a 29 años	(596)	8	8	7	77	*
30 a 49 años	(1.695)	6	6	8	80	*
50 años o más	(1.234)	3	2	4	89	2
Ocupación:						
Profesionales, gerentes y directivos.	(162)	1	4	4	90	1
Comerciantes, empleados y funcionarios	(744)	5	7	6	82	*
Trabajadores especializados	(502)	7	6	11	76	—
Trabajadores no especializados	(256)	7	2	9	82	*
Propietarios agrícolas	(41)	12	5	15	66	2
Trabajadores agrícolas, pescadores, mineros y similares	(218)	4	2	12	78	4
Nivel de estudios:						
Menos de primarios	(967)	5	4	7	82	2
Primarios	(1.736)	5	5	7	83	*
Secundarios	(488)	5	8	4	83	*
Técnicos de grado medio	(171)	4	9	6	81	*
Universitarios o técnicos de grado superior	(140)	1	4	4	90	1
Nivel de ingresos mensuales:						
Menos de 5.000 pesetas	(1.846)	4	3	8	84	1
De 5.000 a 9.999 pesetas	(1.144)	7	8	5	80	—
De 10.000 a 19.999 pesetas	(314)	3	6	3	88	*
De 20.000 pesetas o más	(78)	—	6	6	88	—
Sin respuesta	(153)	4	3	5	82	6
Municipios de residencia:						
De 500.000 y más habitantes	(800)	3	3	7	86	1
De 95.001 a 500.000 habitantes.	(1.459)	4	6	6	84	*
De 10.001 a 95.000 habitantes	(876)	6	7	4	81	2
De 2.001 a 10.000 habitantes	(400)	8	4	13	74	1

2. Sí la tiene y sí la considera necesaria.
3. Sí la tiene y no la considera necesaria.
4. No la tiene y sí la considera necesaria.
5. No la tiene y no la considera necesaria.

ENCUESTAS DEL INSTITUTO

C U A D R O 1 2

¿TIENE USTED AGUA CORRIENTE?

¿LA CONSIDERA NECESARIA PARA UNA 'FAMILIA' MAS O MENOS COMO LA SUYA?

(Ver clave explicativa a pie de página)

	Total	2 %	4 %	S. R. %
TOTAL	(3.535)	83	16	1
Sexo:				
Varones	(1.748)	83	16	1
Hembras	(1.787)	82	17	1
Edad:				
18 a 29 años	(596)	84	16	*
30 a 49 años	(1.695)	84	16	*
50 años o más	(1.234)	81	17	2
Ocupación:				
Profesionales, gerentes y directivos	(162)	98	1	1
Comerciantes, empleados y funcionarios	(744)	93	7	*
Trabajadores especializados	(502)	87	13	—
Trabajadores no especializados	(256)	72	28	*
Propietarios agrícolas	(41)	52	46	2
Trabajadores agrícolas, pescadores, mineros y similares	(218)	44	52	4
Nivel de estudios:				
Menos de primarios	(967)	70	28	2
Primarios	(1.736)	84	16	*
Secundarios	(488)	95	5	*
Técnicos de grado medio	(171)	96	4	*
Universitarios o técnicos de grado superior	(140)	98	1	1
Nivel de ingresos mensuales:				
Menos de 5.000 ptas	(1.846)	73	26	1
De 5.000 a 9.999 ptas	(1.144)	92	8	—
De 10.000 a 19.999 ptas	(314)	98	2	*
De 20.000 ptas, o más	(78)	100	—	—
Sin respuesta	(153)	86	8	6
Municipios de residencia:				
De 500.000 y más habitantes	(800)	89	10	1
De 95.001 a 500.000 habitantes	(1.459)	90	10	*
De 10.001 a 95.000 habitantes	(876)	82	16	2
De 2.001 a 10.000 habitantes	(400)	44	55	1

2. Sí la tiene y sí la considera necesaria.

4. No la tiene y sí la considera necesaria.

ENCUESTA NACIONAL SOBRE RADIO Y T. V.

C U A D R O 1 3

¿TIENE USTED AGUA CALIENTE O CALENTADOR DE AGUA?
 ¿LA CONSIDERA NECESARIA PARA UNA FAMILIA MAS O MENOS COMO LA SUYA?

(Ver clave explicativa a pie de página)

	Total	2 %	3 %	4 %	5 %	S. R. %
TOTAL	(3.535)	30	4	41	24	1
Sexo:						
Varones	(1.748)	33	5	38	23	1
Hembras	(1.787)	27	4	44	24	1
Edad:						
18 a 29 años	(596)	35	5	41	19	*
30 a 49 años	(1.695)	33	4	41	22	*
50 años o más	(1.234)	24	4	41	29	2
Ocupación:						
Profesionales, gerentes y directivos.	(162)	74	9	12	4	1
Comerciantes, empleados y funcio- narios	(744)	44	6	36	14	*
Trabajadores especializados	(502)	27	2	50	21	—
Trabajadores no especializados ...	(256)	9	5	50	36	*
Propietarios agrícolas	(41)	29	2	27	40	2
Trabajadores agrícolas, pescadores, mineros y similares	(218)	5	2	34	55	4
Nivel de estudios:						
Menos de primarios	(967)	11	2	44	41	2
Primarios	(1.736)	28	3	48	21	*
Secundarios	(488)	52	8	30	10	*
Técnicos de grado medio	(171)	63	8	21	8	*
Universitarios o técnicos de grado superior	(140)	77	11	6	5	1
Nivel de ingresos mensuales:						
Menos de 5.000 pesetas	(1.846)	14	3	47	35	1
De 5.000 a 9.999 pesetas	(1.144)	39	5	43	13	—
De 10.000 a 19.999 pesetas ...	(314)	74	7	13	6	*
De 20.000 pesetas o más	(78)	81	10	6	3	—
Sin respuesta	(153)	39	7	33	15	6
Municipios de residencia:						
De 500.000 y más habitantes ...	(800)	35	5	47	12	1
De 95.001 a 500.000 habitantes.	(1.459)	34	4	41	21	*
De 10.001 a 95.000 habitantes ...	(876)	29	5	39	25	2
De 2.001 a 10.000 habitantes ...	(400)	6	3	36	54	1

2. Sí la tiene y sí la considera necesaria.
3. Sí la tiene y no la considera necesaria.
4. No la tiene y sí la considera necesaria.
5. No la tiene y no la considera necesaria.

ENCUESTAS DEL INSTITUTO

CUADRO 14

¿TIENE USTED LAVADORA?
¿LA CONSIDERA NECESARIA PARA UNA FAMILIA MAS O MENOS COMO LA SUYA?

(Ver clave explicativa a pie de página)

	Total	2 %	3 %	4 %	5 %	S. R. %
TOTAL	(3.535)	45	3	31	20	1
Sexo:						
Varones	(1.748)	48	3	29	19	1
Hembras	(1.787)	43	2	33	21	1
Edad:						
18 a 29 años	(596)	52	2	31	15	*
30 a 49 años	(1.695)	50	3	30	17	*
50 años o más	(1.234)	38	2	32	26	2
Ocupación:						
Profesionales, gerentes y directivos.	(162)	80	3	10	6	1
Comerciantes, empleados y funcionarios	(744)	60	4	25	11	*
Trabajadores especializados	(502)	45	2	36	17	—
Trabajadores no especializados	(256)	25	4	45	26	*
Propietarios agrícolas	(41)	32	—	27	39	2
Trabajadores agrícolas, pescadores, mineros y similares	(218)	11	1	37	47	4
Nivel de estudios:						
Menos de primarios	(967)	27	2	38	31	2
Primarios	(1.736)	45	2	34	19	*
Secundarios	(488)	70	4	17	9	*
Técnicos de grado medio	(171)	66	5	23	6	*
Universitarios o técnicos de grado superior	(140)	74	6	12	7	1
Nivel de ingresos mensuales:						
Menos de 5.000 pesetas	(1.846)	28	2	39	30	1
De 5.000 a 9.999 pesetas	(1.144)	62	2	27	9	—
De 10.000 a 19.999 pesetas	(314)	80	5	10	5	*
De 20.000 pesetas o más	(78)	76	6	12	6	—
Sin respuesta	(153)	47	5	24	18	6
Municipios de residencia:						
De 500.000 y más habitantes	(800)	58	5	25	11	1
De 95.001 a 500.000 habitantes.	(1.459)	52	2	33	13	*
De 10.001 a 95.000 habitantes	(876)	38	1	32	27	2
De 2.001 a 10.000 habitantes	(400)	15	2	35	47	1

2. Sí la tiene y sí la considera necesaria.
3. Sí la tiene y no la considera necesaria.
4. No la tiene y sí la considera necesaria.
5. No la tiene y no la considera necesaria.

ENCUESTA NACIONAL SOBRE RADIO Y T. V.

CUADRO 15

¿TIENE USTED TOCADISCOS?

¿LO CONSIDERA NECESARIO PARA UNA FAMILIA MAS O MENOS COMO LA SUYA?

(Ver clave explicativa a pie de página)

	Total	2 %	3 %	4 %	5 %	S. R. %
TOTAL	(3.535)	7	7	10	75	1
Sexo:						
Varones	(1.748)	9	8	11	71	1
Hembras	(1.787)	5	6	9	79	1
Edad:						
18 a 29 años	(596)	12	11	18	59	*
30 a 49 años	(1.695)	7	7	9	77	*
50 años o más	(1.234)	4	5	7	82	2
Ocupación:						
Profesionales, gerentes y directivos.	(162)	31	24	14	30	1
Comerciantes, empleados y funcionarios	(744)	9	10	13	68	*
Trabajadores especializados	(502)	4	4	13	79	—
Trabajadores no especializados	(256)	2	4	7	87	*
Propietarios agrícolas	(41)	2	12	7	77	2
Trabajadores agrícolas, pescadores, mineros y similares	(218)	—	—	6	90	4
Nivel de estudios:						
Menos de primarios	(967)	1	2	6	89	2
Primarios	(1.736)	4	6	11	79	*
Secundarios	(488)	15	14	13	58	*
Técnicos de grado medio	(171)	20	17	15	48	*
Universitarios o técnicos de grado superior	(140)	30	24	13	32	1
Nivel de ingresos mensuales:						
Menos de 5.000 pesetas	(1.846)	2	2	8	87	1
De 5.000 a 9.999 pesetas	(1.144)	8	8	13	71	—
De 10.000 a 19.999 pesetas	(314)	26	24	11	39	*
De 20.000 pesetas o más	(78)	36	29	14	21	—
Sin respuesta	(153)	8	9	11	66	6
Municipios de residencia:						
De 500.000 y más habitantes	(800)	10	10	14	65	1
De 95.001 a 500.000 habitantes.	(1.459)	8	8	10	74	*
De 10.001 a 95.000 habitantes	(876)	5	4	9	80	2
De 2.001 a 10.000 habitantes	(400)	*	2	7	90	1

2. Sí lo tiene y sí lo considera necesario.
3. Sí lo tiene y no lo considera necesario.
4. No lo tiene y sí lo considera necesario.
5. No lo tiene y no lo considera necesario.

ENCUESTAS DEL INSTITUTO

CUADRO 16

¿VE USTED LA TELEVISION NORMALMENTE?

	Total	Sí 3 %	No 5 %
TOTAL	(3.535)	54	46
Sexo:			
Varones	(1.748)	60	40
Hembras	(1.787)	46	54
Edad:			
18 a 29 años	(596)	63	37
30 a 49 años	(1.695)	58	42
50 años o más	(1.234)	42	58
Ocupación:			
Profesionales, gerentes y directivos	(162)	70	30
Comerciantes, empleados y funcionarios	(744)	66	34
Trabajadores especializados	(502)	59	41
Trabajadores no especializados	(256)	43	57
Propietarios agrícolas	(41)	46	54
Trabajadores agrícolas, pescadores, mineros y similares	(218)	36	64
Nivel de estudios:			
Menos de primarios	(1.736)	53	47
Primarios	(488)	71	29
Secundarios	(171)	77	23
Técnicos de grado medio			
Universitarios o técnicos de grado superior	(140)	74	26
Nivel de ingresos mensuales:			
Menos de 5.000 ptas	(1.846)	40	60
De 5.000 a 9.999 ptas	(1.144)	66	34
De 10.000 a 19.999 ptas	(314)	76	24
De 20.000 ptas, o más	(78)	73	27
Sin respuesta	(153)	55	45
Municipios de residencia:			
De 500.000 y más habitantes	(800)	60	40
De 95.001 a 500.000 habitantes	(1.459)	59	41
De 10.001 a 95.000 habitantes	(876)	47	53
De 2.001 a 10.000 habitantes	(400)	35	65

ENCUESTA NACIONAL SOBRE RADIO Y T. V.

C U A D R O 1 7

¿DONDE SUELE VER LA TV?

	Total	De los que ven la TV						S. R.	
		% No ve la TV	% Vé la TV	En mi casa					% S. R.
				%	4	5	6		
				%	%	%	%	%	
TOTAL	(3.535)	46	54	63	21	2	14	*	
Sexo:									
Varones	(1.748)	40	60	61	15	3	20	1	
Hembras	(1.787)	54	46	63	29	1	7	*	
Edad:									
18 a 29 años	(596)	37	63	61	21	1	17	*	
30 a 49 años	(1.695)	42	58	66	18	2	14	*	
50 años o más	(1.234)	58	42	58	26	3	13	*	
Ocupación:									
Profesionales, gerentes y directivos.	(162)	30	70	81	11	1	7	—	
Comerciantes, empleados y funcionarios	(744)	34	66	73	14	2	11	*	
Trabajadores especializados	(502)	41	59	54	21	1	24	*	
Trabajadores no especializados	(256)	57	43	44	26	5	23	2	
Propietarios agrícolas	(41)	54	46	37	16	21	26	—	
Trabajadores agrícolas, pescadores, mineros y similares	(218)	64	36	9	20	9	62	—	
Nivel de estudios:									
Menos de primarios	(967)	63	37	44	31	4	20	1	
Primarios	(1.736)	47	53	58	23	2	17	*	
Secundarios	(488)	29	71	79	12	1	8	*	
Técnicos de grado medio	(171)	23	77	84	10	2	4	—	
Universitarios o técnicos de grado superior	(140)	26	74	84	13	—	3	—	
Nivel de ingresos mensuales:									
Menos de 5.000 pesetas	(1.846)	60	40	38	33	3	25	1	
De 5.000 a 9.999 pesetas	(1.144)	34	66	74	15	2	9	—	
De 10.000 a 19.999 pesetas	(314)	24	76	90	7	*	3	—	
De 20.000 pesetas o más	(78)	27	73	89	7	—	2	2	
Sin respuesta	(153)	45	55	68	25	1	6	—	
Municipios de residencia:									
De 500.000 y más habitantes	(800)	40	60	78	13	1	8	—	
De 95.001 a 500.000 habitantes.	(1.459)	41	59	62	25	1	12	*	
De 10.001 a 95.000 habitantes	(876)	53	47	61	22	2	14	1	
De 2.001 a 10.000 habitantes	(400)	65	35	13	20	14	53	—	

4. En casa de algún familiar.
5. En centro social o cultural.
6. Bar o cafetería.

CUADRO 18

¿PODRÍA DECIRNOS COMO VE LA TV GENERALMENTE?

	Total	De las que ven la TV						S. R.	
		% No ve la TV	% Ve la TV	Muy bien	Bien	Regular	Mal		Muy mal
TOTAL	(3.535)	46	54	22	54	20	3	1	*
Sexo:									
Varones	(1.748)	40	60	18	57	21	3	1	*
Hembras	(1.787)	54	46	26	51	19	3	1	*
Edad:									
18 a 29 años	(596)	37	63	22	56	18	4	*	*
30 a 49 años	(1.695)	42	58	22	55	19	3	1	*
50 años o más	(1.234)	58	42	20	52	25	3	*	—
Ocupación:									
Profesionales, gerentes y directivos.	(162)	30	70	19	60	15	5	1	—
Comerciantes, empleados y funcionarios	(744)	34	66	19	55	20	4	1	1
Trabajadores especializados	(502)	41	59	18	59	20	3	*	—
Trabajadores no especializados	(256)	57	43	21	48	28	2	—	1
Proprietarios agrícolas	(41)	54	46	11	57	32	—	—	—
Trabajadores agrícolas, pescadores, mineros y similares	(218)	64	36	28	46	22	4	—	—

ENCUESTA NACIONAL SOBRE RADIO Y T. V.

CUADRO 18

(Continuación)

	Total	De las que ven la TV					S. R.			
		% No ve la TV	Vé la TV %	Muy bien %	Bien %	Regular %		Mal %	Muy mal %	
Nivel de estudios:										
Menos de primarios	(967)	63	37	28	49	20	3	*	1	*
Primarios	(1,736)	47	53	19	57	20	3	1	1	1
Secundarios	(488)	29	71	23	52	20	3	1	1	1
Técnicos de grado medio	(171)	23	77	18	56	21	3	2	2	2
Universitarios o técnicos de grado superior	(140)	26	74	20	55	19	6	—	—	—
Nivel de ingresos mensuales:										
Menos de 5.000 pesetas	(1,846)	60	40	22	52	22	3	1	1	*
De 5.000 a 9.999 pesetas	(1,144)	34	66	21	56	19	3	1	1	*
De 10.000 a 19.999 pesetas	(314)	24	76	21	53	23	3	*	*	—
De 20.000 pesetas o más	(78)	27	73	21	57	18	4	—	—	—
Sin respuesta	(153)	45	55	33	41	20	5	1	1	—
Municipios de residencia:										
De 500.000 y más habitantes	(800)	40	60	20	59	18	3	*	*	*
De 95.001 a 500.000 habitantes	(1,459)	41	59	25	50	21	3	1	1	*
De 10.001 a 95.000 habitantes	(876)	53	47	18	59	19	3	1	1	*
De 2.001 a 10.000 habitantes	(400)	65	35	23	41	27	8	1	1	—

ENCUESTAS DEL INSTITUTO

CUADRO 19

¿CUANTAS PERSONAS SUELEN VER LA TV EN EL MISMO APARATO QUE USTED?

	Total	De las que ven la T V						
		0	(3-9)	De 1 a 2	De 3 a 4	De 5 a 8	Más de 8	S. R.
		%	%	%	%	%	%	%
TOTAL	(3.535)	66	34	8	44	40	7	1
Sexo:								
Varones	(1.748)	62	38	7	43	42	7	1
Hembras	(1.787)	70	30	9	45	38	8	*
Edad:								
18 a 29 años	(596)	62	38	9	43	39	9	*
30 a 49 años	(1.695)	61	39	6	43	44	7	*
50 años o más	(1.234)	75	25	10	51	33	5	1
Ocupación:								
Profesionales, gerentes y directivos.	(162)	41	59	8	33	54	5	—
Comerciantes, empleados y funcionarios	(744)	51	49	8	46	38	7	1
Trabajadores especializados	(502)	68	32	8	45	38	8	1
Trabajadores no especializados	(256)	82	18	2	43	49	6	—
Propietarios agrícolas	(41)	83	17	14	29	57	—	—
Trabajadores agrícolas, pescadores, mineros y similares	(218)	96	4	—	62	25	13	—
Nivel de estudios:								
Menos de primarios	(967)	83	17	5	34	50	11	—
Primarios	(1.736)	69	31	7	44	41	7	1
Secundarios	(488)	43	57	8	56	32	4	*
Técnicos de grado medio	(171)	34	66	11	42	40	7	—
Universitarios o técnicos de grado superior	(140)	36	64	12	34	47	6	1
Nivel de ingresos mensuales:								
Menos de 5.000 pesetas	(1.846)	84	16	8	46	36	10	—
De 5.000 a 9.999 pesetas	(1.144)	50	50	7	44	43	5	1
De 10.000 a 19.999 pesetas	(314)	31	69	9	46	42	3	*
De 20.000 pesetas o más	(78)	32	68	6	53	30	11	—
Sin respuesta	(153)	63	37	14	38	28	16	4
Municipios de residencia:								
De 500.000 y más habitantes	(800)	52	48	11	49	35	4	1
De 95.001 a 500.000 habitantes	(1.459)	63	37	6	39	46	9	*
De 10.001 a 95.000 habitantes	(876)	71	29	7	49	39	5	—
De 2.001 a 10.000 habitantes	(400)	95	5	6	44	28	22	—

0. No la vé o no la tiene.
3 a 9. Tienen aparato de T. V.

ENCUESTA NACIONAL SOBRE RADIO Y T. V.

CUÁDRO 20

¿TIENE USTED APARATO DE TV?

	Total	No vé la TV	Vé la TV	De los que ven la T V		
				Si	No	S. R.
	%	%	%	%	%	%
TOTAL	(3.535)	46	54	63	37	*
Sexo:						
Varones	(1.748)	40	60	63	37	*
Hembras	(1.787)	54	46	64	36	—
Edad:						
18 a 29 años	(596)	37	63	61	39	—
30 a 49 años	(1.695)	42	58	67	33	—
50 años o más	(1.234)	58	42	59	41	*
Ocupación:						
Profesionales, gerentes y directivos.	(162)	30	70	83	17	—
Comerciantes, empleados y funcionarios	(744)	34	66	74	26	—
Trabajadores especializados	(502)	41	59	54	46	—
Trabajadores no especializados	(256)	57	43	42	58	—
Propietarios agrícolas	(41)	54	46	37	63	—
Trabajadores agrícolas, pescadores, mineros y similares	(218)	64	36	10	90	—
Nivel de estudios:						
Menos de primarios	(967)	63	37	45	55	—
Primarios	(1.736)	47	53	59	41	—
Secundarios	(488)	29	71	79	21	*
Técnicos de grado medio	(171)	23	77	85	15	—
Universitarios o técnicos de grado superior	(140)	26	74	86	14	—
Nivel de ingresos mensuales:						
Menos de 5.000 pesetas	(1.846)	60	40	40	60	—
De 5.000 a 9.999 pesetas	(1.144)	34	66	76	24	—
De 10.000 a 19.999 pesetas	(314)	24	76	90	10	—
De 20.000 pesetas o más	(78)	27	73	93	7	—
Sin respuesta	(153)	45	55	68	31	1
Municipios de residencia:						
De 500.000 y más habitantes	(800)	40	60	80	20	*
De 95.001 a 500.000 habitantes.	(1.459)	41	59	63	37	—
De 10.001 a 95.000 habitantes	(876)	53	47	62	38	—
De 2.001 a 10.000 habitantes	(400)	65	35	13	87	—

CUADRO 21

¿A QUE HORAS SUELE USTED VER LA TV? *

	Total	Ven la T V			S. R.		
		No vé la TV %	Vé la TV %	A mediodía %		Por la tarde %	Por la noche %
TOTAL	(3.535)	46	54	24	27	87	2
Sexo:							
Varones	(1.748)	40	60	22	20	88	3
Mujeres	(1.787)	53	47	27	36	85	2
Edad:							
18 a 29 años	(596)	37	63	26	24	88	2
30 a 49 años	(1.695)	42	58	24	25	88	2
50 años o más	(1.234)	58	42	25	33	81	3
Ocupación:							
Profesionales, gerentes y directivos	(162)	30	70	30	12	95	1
Comerciantes, empleados y funcionarios	(744)	34	66	28	19	89	2
Trabajadores especializados	(502)	41	59	13	22	85	3
Trabajadores no especializados	(256)	57	43	14	23	82	7
Propietarios agrícolas	(41)	54	46	16	21	95	5
Trabajadores agrícolas, pescadores, mineros y similares	(218)	64	36	5	24	81	4

ENCUESTA NACIONAL SOBRE RADIO Y T. V.

(Continuación)

CUADRO 21

	Total	Ven la T V				S. R.	
		% No ve la TV	% Vê la TV	% A mediodía	% Por la tarde		% Por la noche
Nivel de estudios:							
Menos de primarios	(967)	62	38	17	33	79	4
Primarios	(1.736)	46	54	22	30	86	2
Secundarios	(488)	29	71	40	34	22	1
Técnicos de grado medio	(171)	23	77	31	15	94	1
Universitarios o técnicos de grado superior	(140)	26	74	32	12	94	2
Nivel de ingresos mensuales:							
Menos de 5.000 pesetas	(1.846)	59	41	15	32	80	3
De 5.000 a 9.999 pesetas	(1.144)	34	66	29	26	90	2
De 10.000 a 19.999 pesetas	(314)	24	76	35	19	95	*
De 20.000 pesetas o más	(78)	27	73	37	14	95	2
Sin respuesta	(153)	46	54	27	27	81	7
Municipios de residencia:							
De 500.000 y más habitantes	(800)	40	60	32	20	86	2
De 95.001 a 500.000 habitantes	(1.459)	41	59	23	32	86	2
De 10.001 a 95.000 habitantes	(876)	53	47	23	24	89	3
De 2.001 a 10.000 habitantes	(400)	65	35	13	29	80	3

* Los porcentajes no suman cien porque los entrevistados podían dar más de una respuesta.

ENCUESTAS DEL INSTITUTO

C U A D R O 2 2

TIEMPO APROXIMADO QUE VE LA TV AL DÍA

	Total	% No ve la TV	Ve la TV	De los que ven la T V					S. R.	%
				% 1 hora y menos	2 horas	3 horas	4 horas	5 horas		
TOTAL	(3.535)	46	54	28	34	20	8	5	5	
Sexo:										
Varones	(1.748)	40	60	32	38	19	6	1	4	
Hembras	(1.787)	53	47	23	31	21	11	9	5	
Edad:										
18 a 29 años	(596)	37	63	29	33	20	9	6	3	
30 a 49 años	(1.695)	42	58	28	36	20	8	4	4	
50 años o más	(1.234)	58	42	29	34	18	9	5	5	
Ocupación:										
Profesionales, gerentes y directivos.	(162)	30	70	32	34	27	6	1	—	
Comerciantes, empleados y funcionarios	(744)	34	66	29	40	20	7	1	3	
Trabajadores especializados	(502)	41	59	35	39	15	5	1	5	
Trabajadores no especializados	(256)	57	43	28	35	17	3	4	13	
Proprietarios agrícolas	(41)	54	46	48	26	21	—	5	—	
Trabajadores agrícolas, pescadores, mineros y similares	(218)	64	36	55	29	9	3	—	4	

ENCUESTA NACIONAL SOBRE RADIO Y T. V.

(Continuación)

CUADRO 22

	Total	No vé la TV	Vé la TV	De los que ven la T V					S. R.		
				%	%	%	%	%		%	%
Nivel de estudios:											
Menos de primarios	(967)	62	38	33	32	14	9	5	7		
Primarios	(1.736)	46	54	29	33	19	9	5	5		
Secundarios	(488)	29	71	23	40	23	7	5	2		
Técnicos de grado medio	(171)	23	77	20	35	27	9	5	4		
Universitarios o técnicos de grado superior	(140)	26	74	32	34	25	5	3	1		
Nivel de ingresos mensuales:											
Menos de 5.000 pesetas	(1.846)	59	41	37	32	13	7	4	7		
De 5.000 a 9.999 pesetas	(1.144)	34	66	22	35	24	11	5	3		
De 10.000 a 19.999 pesetas	(314)	24	76	23	40	25	7	4	1		
De 20.000 pesetas o más	(78)	27	73	30	33	26	5	4	2		
Sin respuesta	(153)	46	54	23	41	19	7	5	5		
Municipios de residencia:											
De 500.000 y más habitantes	(800)	40	60	23	36	22	9	7	3		
De 95.001 a 500.000 habitantes	(1.459)	41	59	28	33	20	9	5	5		
De 10.001 a 95.000 habitantes	(876)	53	47	27	36	20	8	4	5		
De 2.001 a 10.000 habitantes	(400)	65	35	47	29	9	3	3	9		

DE LOS TIPOS DE PROGRAMAS DE TV QUE SEÑALAMOS A CONTINUACION ¿LE INTERESA?

	Total	% No ven la T V	% Ven la T V	¿LE INTERESA?			
				De noticias %	Variaciones y musicales %	Conciertos de música clásica %	Telefilms %
TOTAL	(3.535)	46	54	42	29	8	53
Sexo:							
Varones	(1.748)	40	60	51	24	8	48
Hembras	(1.787)	53	47	31	36	8	59
Edad:							
18 a 29 años	(596)	37	63	36	44	8	58
30 a 49 años	(1.695)	42	58	43	27	6	55
50 años o más	(1.234)	58	42	46	23	11	46
Ocupación:							
Profesionales, gerentes y directivos	(162)	30	70	56	25	14	46
Comerciantes, empleados y funcionarios	(744)	34	66	54	25	10	47
Trabajadores especializados	(502)	41	59	45	29	5	53
Trabajadores no especializados	(256)	57	43	34	25	3	44
Propietarios agrícolas	(41)	54	46	53	26	5	32
Trabajadores agrícolas, pescadores, mineros y similares	(218)	64	36	32	25	3	44
Nivel de estudios:							
Menos de primarios	(967)	62	38	27	27	4	59
Primarios	(1.736)	46	54	41	31	6	50
Secundarios	(488)	29	71	51	33	13	55
Técnicos de grado medio	(171)	23	77	59	28	13	53
Universitarios o técnicos de grado superior	(140)	26	74	66	16	15	41
Nivel de ingresos mensuales:							
Menos de 5.000 ptas.	(1.846)	59	41	33	30	6	50
De 5.000 a 9.999 ptas.	(1.144)	34	66	46	29	6	57
De 10.000 a 19.999 ptas.	(314)	24	76	56	30	15	54
De 20.000 ptas. o más	(78)	27	73	72	21	9	49
Sin respuesta	(153)	46	54	42	28	17	43
Municipios de residencia:							
De 500.000 y más habitantes	(800)	40	60	47	26	8	59
De 95.001 a 500.000 habitantes.	(1.459)	41	59	45	26	8	53
De 10.001 a 95.000 habitantes.	(876)	53	47	36	37	7	48
De 2.001 a 10.000 habitantes	(400)	65	35	32	35	4	45

* Los porcentajes no suman cien, porque cada entrevistado podía dar hasta tres respuestas.

ENCUESTA NACIONAL SOBRE RADIO Y T. V.

O 2 3

¿CÓMO LE GUSTARÍA DECIRNOS CUALES SON LOS TRES QUE SUELE VER CON MAS FRECUENCIA? *

De los que ven la T V

<i>Deportivos</i>	<i>Taurinos</i>	<i>Culturales</i>	<i>Seriales</i>	<i>Teatrales</i>	<i>Peliculas de largo metraje</i>	<i>Infantiles</i>	<i>Religiosos</i>	<i>Concursos</i>	<i>Femeninas</i>	<i>Todas</i>	<i>No opinan</i>
%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
38	24	12	12	16	38	5	5	1	*	1	3
57	29	14	3	11	32	3	3	1	—	1	2
14	17	9	24	21	45	8	8	1	*	1	3
37	18	8	10	17	43	4	2	1	—	1	2
39	21	13	13	15	39	6	5	1	*	1	2
36	32	13	14	16	31	4	7	1	—	2	4
39	18	26	4	18	24	4	4	1	—	—	4
51	22	15	4	16	35	2	4	1	—	1	1
57	26	10	6	12	34	2	2	1	*	—	3
46	47	6	10	8	48	3	3	—	—	3	4
63	32	16	—	26	26	5	—	—	—	—	—
57	35	9	4	8	24	8	8	—	—	8	5
32	31	5	18	12	43	8	8	1	—	—	4
38	26	10	15	15	41	5	5	1	*	2	3
42	15	16	5	19	31	4	4	1	*	1	1
37	11	27	4	19	29	4	5	—	—	—	3
37	23	21	3	21	30	3	3	1	—	—	1
38	33	9	15	13	38	6	6	1	—	2	3
39	19	12	12	17	40	5	5	1	—	*	3
37	13	23	6	19	33	3	4	*	1	—	1
37	16	14	2	11	25	2	7	4	2	5	4
20	22	10	16	23	39	6	10	—	1	4	4
34	20	11	8	10	44	6	5	1	*	—	2
38	23	13	13	13	37	5	6	1	*	3	3
35	23	12	11	25	33	6	5	1	—	—	2
53	40	7	12	26	32	4	4	1	—	—	2

ENCUESTAS DEL INSTITUTO

CUADRO 24

INDIQUENOS CUALES SON, EN SU OPINION, LOS TRES PROGRAMAS MEJORES DE TV
(FRECUENCIA ACUMULADA) *

	Total %	SEXO		EDAD		
		Varones %	Hembras %	% 18 a 29 años	% 30 a 49 años	% 50 ó más años
No ven la TV	46	40	53	37	42	58
Ven la TV	54	60	47	63	58	42
De los que ven la TV:	4	5	3	5	3	4
Amigos del lunes						
Bonanza	13	12	14	11	13	15
Concierto	3	4	3	4	2	5
El Santo	28	22	35	34	27	24
El fugitivo... ..	9	8	10	13	9	6
Estudio 1	11	10	12	11	12	11
En directo	12	18	4	12	12	13
La unión hace la fuerza	10	11	9	9	12	6
Los intocables... ..	18	19	18	22	19	14
Noche del sábado ...	13	12	14	15	12	12
Objetivo indiscreto ...	10	11	10	14	10	8
Reina por un día	12	5	20	9	12	13
Rueda de Prensa	4	6	2	3	4	4
Sesión de noche	8	9	8	10	10	5
Teledíario	18	24	12	14	19	21
Teledomingo	4	4	3	5	4	2
Otros programas	34	29	40	35	34	33
No opinan	26	27	24	21	25	30
TOTAL	(3.535)	(1.748)	(1.787)	(596)	(1.695)	(1.234)

* Los porcentajes no suman cien porque los entrevistados podían dar más de una respuesta.

ENCUESTA NACIONAL SOBRE RADIO Y T. V.

CUADRO 25

INDIQUENOS CUALES SON, EN SU OPINION, LOS TRES PROGRAMAS PEORES DE TV
(FRECUENCIAS ACUMULADAS) *

	Total	SEXO		EDAD		
		Varones	Hembras	% 18 a 29 años	% 30 a 49 años	% 50 ó más años
	%	%	%	%	%	%
No ven la TV	46	40	53	37	42	58
Ven la TV	54	60	47	63	58	42
De los que ven la TV:						
Concierto	18	16	20	22	19	12
Dibujos animados	2	2	2	2	1	2
Del hilo al ovillo	2	3	2	2	3	2
El Santo	2	3	2	3	3	2
Estudio 1	3	4	2	6	3	1
En directo	4	2	6	3	4	4
Inglés para todos	4	3	5	3	4	4
La unión hace la fuerza	2	2	3	4	2	2
Los intocables... ..	5	3	7	5	4	5
Novela (3,30)	2	2	1	2	2	1
Novela seriada (9,45).	2	3	1	3	2	2
Noche del Sábado	5	5	5	6	5	4
Objetivo indiscreto	7	8	7	5	8	7
Punto de vista	3	3	3	4	4	2
Reina por un día	16	21	11	20	17	14
Rueda de Prensa	9	8	8	11	10	5
Telediario	2	1	2	3	2	1
Testimonio	2	3	1	2	2	1
Otros Programas, en total 75	28	26	30	29	28	26
No opinan	48	49	50	39	47	60
TOTAL	(3.535)	(1.748)	(1.787)	(596)	(1.695)	(1.234)

* Los porcentajes no suman cien porque los entrevistados podían dar más de una respuesta.

ENCUESTAS DEL INSTITUTO

CUADRO 26

EN GENERAL COMO ESPECTADOR ¿ES USTED FAVORABLE O CONTRARIO A LA PUBLICIDAD EN LA TV?

	Total	De los que ven la T V					
		% No ve la T V	% V e la T V	Favorable	Contrario	No le gusta pe- ro la puede soportar	S. R.
				%	%	%	%
TOTAL	(3.535)	46	54	53	19	27	1
Sexo:							
Varones	(1.748)	40	60	49	24	26	1
Hembras	(1.787)	53	47	58	14	27	1
Edad:							
18 a 29 años	(596)	37	63	54	19	26	1
30 a 49 años	(1.695)	42	58	52	19	28	1
50 años o más	(1.234)	58	42	53	21	25	1
Ocupación:							
Profesionales, gerentes y directivos, Comerciantes, empleados y funcio- narios	(162)	30	70	34	33	32	1
Trabajadores especializados	(744)	34	66	49	25	26	*
Trabajadores no especializados	(502)	41	59	51	19	29	1
Propietarios agrícolas	(256)	57	43	64	18	16	2
Trabajadores agrícolas, pescadores, mineros y similares	(41)	54	46	42	26	32	—
	(218)	64	36	75	13	11	1
Nivel de estudios:							
Menos de primarios	(967)	62	38	65	15	18	2
Primarios	(1.736)	46	54	56	17	26	1
Secundarios	(488)	29	71	39	25	35	1
Técnicos de grado medio	(171)	23	77	44	27	29	—
Universitarios o técnicos de grado superior	(140)	26	74	34	35	30	1
Nivel de ingresos mensuales:							
Menos de 5.000 pesetas	(1.846)	59	41	62	17	20	1
De 5.000 a 9.999 pesetas	(1.144)	34	66	49	21	29	1
De 10.000 a 19.999 pesetas	(314)	24	76	44	26	30	—
De 20.000 pesetas o más	(78)	27	73	23	21	54	2
Sin respuesta	(153)	46	54	49	16	34	1
Municipios de residencia:							
De 500.000 y más habitantes	(800)	40	60	43	24	32	1
De 95.001 a 500.000 habitantes.	(1.459)	41	59	54	20	25	1
De 10.001 a 95.000 habitantes	(876)	53	47	54	17	28	1
De 2.001 a 10.000 habitantes	(400)	65	35	68	13	18	1

ENCUESTA NACIONAL SOBRE RADIO Y T. V.

C U A D R O 27

¿CREE USTED QUE LA PUBLICIDAD EN TV ES EXCESIVA, APROPIADA O INSUFICIENTE?

	Total	De los que ven la T V					
		% No vé la T V	Ve la T V	De los que ven la T V			S. R.
				% Excesiva	% Apropiaada	% Insuficiente	
		%	%	%	%	%	
TOTAL	3.535)	46	54	50	46	2	2
Sexo:							
Varones	(1.748)	40	60	53	44	2	1
Hembras	(1.787)	53	47	47	49	2	2
Edad:							
18 a 29 años	(596)	37	63	49	47	2	2
30 a 49 años	(1.695)	42	58	53	45	1	1
50 años o más	(1.234)	58	42	48	47	3	2
Ocupación:							
Profesionales, gerentes y directivos.	(162)	30	70	66	32	1	1
Comerciantes, empleados y funcionarios	(744)	34	66	53	44	2	1
Trabajadores especializados	(502)	41	59	51	44	3	2
Trabajadores no especializados	(256)	57	43	47	47	2	4
Propietarios agrícolas	(41)	54	46	47	53	—	—
Trabajadores agrícolas, pescadores, mineros y similares	(218)	64	36	33	63	1	3
Nivel de estudios:							
Menos de primarios	(967)	62	38	41	53	3	3
Primarios	(1.736)	46	54	47	50	2	1
Secundarios	(488)	29	71	60	38	1	1
Técnicos de grado medio	(171)	23	77	59	38	2	1
Universitarios o técnicos de grado superior	(140)	26	74	68	31	1	—
Nivel de ingresos mensuales:							
Menos de 5.000 pesetas	(1.846)	59	41	41	54	3	2
De 5.000 a 9.999 pesetas	(1.144)	34	66	56	42	1	1
De 10.000 a 19.999 pesetas	(314)	24	76	58	41	1	*
De 20.000 pesetas o más	(78)	27	73	70	28	—	2
Sin respuesta	(153)	46	54	49	46	1	4
Municipios de residencia:							
De 500.000 y más habitantes	(800)	40	60	60	38	1	1
De 95.001 a 500.000 habitantes.	(1.459)	41	59	49	47	3	1
De 10.001 a 95.000 habitantes	(876)	53	47	48	49	1	2
De 2.001 a 10.000 habitantes	(400)	65	35	32	64	1	3

ENCUESTAS DEL INSTITUTO

C U A D R O 2 8

¿POR QUE MEDIO SE ENTERA DE CUALES SON LOS PROGRAMAS QUE HABRA CADA DIA EN TV?

	Total	% No ve la T V	% Ve la T V	De los que ven la T V							% S. R.
				% Otros (familias y amigos)	% Por la prensa diaria	% Por la radio	% Por Tele-Radio	% Por otras revistas	% Por la misma T V en sus avances	% No suele conocerlo de antemano	
TOTAL	(3.535)	46	54	3	44	2	8	3	24	15	1
Sexo:											
Varones	(1.748)	40	60	2	48	2	8	3	21	15	1
Mujeres	(1.787)	53	47	4	38	2	8	2	29	15	2
Edad:											
18 a 29 años	(596)	37	63	1	43	1	10	4	24	15	2
30 a 49 años	(1.695)	42	58	3	44	3	8	2	26	13	1
50 años o más	(1.234)	58	42	4	43	2	7	2	22	19	1
Ocupación:											
Profesionales, gerentes y directivos.	(162)	30	70	1	52	1	8	3	23	12	—
Comerciantes, empleados y funcionarios	(744)	34	66	2	52	1	10	2	22	11	—
Trabajadores especializados	(502)	41	59	1	45	2	5	3	25	17	2
Trabajadores no especializados	(256)	57	43	4	36	6	7	5	18	23	1
Proprietarios agrícolas	(41)	54	46	—	64	—	5	5	5	21	—
Trabajadores agrícolas, pescadores, mineros y similares	(218)	64	36	5	27	8	4	1	15	40	—

ENCUESTA NACIONAL SOBRE RADIO Y T. V.

(Continuación)

CUADRO 28

	Total	% No ve la T V	% Ve la T V	De los que ven la T V							% S. R.
				% Otros (familia- res y amigos)	% Por la prensa diaria	% Por la radio	% Por Tele-Radio	% Por otras revistas	% Por la misma T V en sus avances	% No suele conocerlo de antemano	
Nivel de estudios:											
Menos de primarios	(967)	62	38	7	34	2	7	4	24	20	2
Primarios	(1.736)	46	54	2	43	3	6	2	26	17	1
Secundarios	(488)	29	71	1	50	1	13	3	23	8	1
Técnicos de grado medio	(171)	23	77	1	52	1	13	4	21	8	—
Universitarios o técnicos de grado superior	(140)	26	74	—	55	2	6	2	20	15	—
Nivel de ingresos mensuales:											
Menos de 5.000 pesetas	(1.846)	59	41	4	40	3	7	3	23	20	*
De 5.000 a 9.999 pesetas	(1.144)	34	66	2	45	1	9	3	27	12	1
De 10.000 a 19.999 pesetas	(314)	24	76	1	52	1	9	2	26	9	—
De 20.000 pesetas o más	(78)	27	73	—	45	—	9	—	28	16	2
Sin respuesta	(153)	46	54	4	54	2	8	1	18	12	1
Municipios de residencia:											
De 500.000 y más habitantes	(800)	40	60	2	47	1	8	2	28	11	1
De 95.001 a 500.000 habitantes	(1.459)	41	59	2	47	2	8	3	23	15	*
De 10.001 a 95.000 habitantes	(876)	53	47	2	36	3	11	2	27	17	2
De 2.001 a 10.000 habitantes	(400)	65	35	6	40	6	4	2	14	27	2

ENCUESTAS DEL INSTITUTO

C U A D R O 2 9

¿DEJA USTED DE ASISTIR A UN ESPECTACULO CUANDO SE ENTERA DE QUE LO TELEVISAN?

	Total	De los que ven la T V					No procede en su zona %	S. R. %	
		No ve la T V %	Vé la T V %	Siempre %	Frecuentemente %	Algunas veces %			Nunca %
TOTAL	(3.535)	46	54	23	8	16	36	8	9
Sexo:									
Varones	(1.748)	40	60	22	8	17	37	8	8
Hembras	(1.787)	53	47	24	7	15	36	9	9
Edad:									
18 a 29 años	(596)	37	63	18	8	17	38	10	9
30 a 49 años	(1.695)	42	58	22	8	16	38	8	8
50 años o más	(1.234)	58	42	29	6	15	33	7	10
Ocupación:									
Profesionales, gerentes y directivos.	(162)	30	70	16	8	12	47	9	8
Comerciantes, empleados y funcionarios	(744)	34	66	21	10	17	39	7	6
Trabajadores especializados	(502)	41	59	22	8	19	38	7	6
Trabajadores no especializados	(256)	57	43	35	5	15	26	8	11
Propietarios agrícolas	(41)	54	46	32	5	11	36	11	5
Trabajadores agrícolas, pescadores, mineros v similares	(218)	64	36	24	3	10	20	24	19

ENCUESTA NACIONAL SOBRE RADIO Y T. V.

(Continuación)

CUADRO 29

	Total	De los que ven la T V					S. R.		
		% No ve la T V	% Ve la T V	% Siempre	% Frecuentemente	% Algunas veces		% Nunca	% No procede en su zona
Nivel de estudios:									
Menos de primarios	(967)	62	38	30	8	13	34	4	11
Primarios	(1.736)	46	54	25	7	14	33	11	10
Secundarios	(488)	29	71	18	9	22	39	7	5
Técnicos de grado medio	(171)	23	77	15	12	21	40	5	7
Universitarios o técnicos de grado superior	(140)	26	74	17	8	13	50	6	6
Nivel de ingresos mensuales:									
Menos de 5.000 pesetas	(1.846)	59	41	27	6	14	33	9	11
De 5.000 a 9.999 pesetas	(1.144)	34	66	21	8	16	40	7	8
De 10.000 a 19.999 pesetas	(314)	24	76	20	10	20	36	10	4
De 20.000 pesetas o más	(78)	27	73	18	9	16	45	5	7
Sin respuesta	(153)	46	54	19	11	12	39	8	11
Municipios de residencia:									
De 500.000 y más habitantes	(800)	40	60	32	15	24	28	—	1
De 95.001 a 500.000 habitantes	(1.459)	41	59	21	6	14	38	10	11
De 10.001 a 95.000 habitantes	(876)	53	47	19	4	12	46	8	11
De 2.001 a 10.000 habitantes	(400)	65	35	22	1	11	27	26	13

ENCUESTAS DEL INSTITUTO

C U A D R O 3 0

SI UN PROGRAMA DE TV ES DE SU AGRADO, ¿DEJA DE IR A OTRO LUGAR PARA VER DICHO PROGRAMA?

	Total	No ve la TV	Ve la TV	De los que ven la TV					S. R.	
				%	%	%	%	%		%
				%	%	%	%	%		
TOTAL	(3.535)	46	54	29	15	27	27	2		
Sexo:										
Varones	(1.748)	40	60	28	17	28	26	1		
Hembras	(1.787)	53	47	29	14	26	28	3		
Edad:										
18 a 29 años	(596)	37	63	23	12	29	33	3		
30 a 49 años	(1.695)	42	58	28	18	27	25	2		
50 años o más	(1.234)	58	42	33	14	25	26	2		
Ocupación:										
Profesionales, gerentes y directivos	(162)	30	70	24	15	30	30	1		
Comerciantes, empleados y funcionarios	(744)	34	66	27	18	26	28	1		
Trabajadores especializados	(502)	41	59	26	17	28	27	2		
Trabajadores no especializados	(256)	57	43	33	11	24	29	3		
Propietarios agrícolas	(41)	54	46	42	5	21	32	—		
Trabajadores agrícolas, pescadores, mineros y similares	(218)	64	36	23	11	29	32	5		
Nivel de estudios:										
Menos de primarios	(967)	62	38	38	13	23	23	3		
Primarios	(1.736)	46	54	30	15	26	27	2		
Secundarios	(488)	29	71	21	18	30	30	1		
Técnicos de grado medio	(171)	23	77	21	20	32	27	—		
Universitarios o técnicos de grado superior	(140)	26	74	17	15	31	35	2		
Nivel de ingresos mensuales:										
Menos de 5.000 pesetas	(1.846)	59	41	32	13	24	28	3		
De 5.000 a 9.999 pesetas	(1.144)	34	66	28	17	28	25	2		
De 10.000 a 19.999 pesetas	(314)	24	76	21	19	29	31	*		
De 20.000 pesetas o más	(78)	27	73	21	7	42	28	2		
Sin respuesta	(153)	46	54	25	12	25	34	4		
Municipios de residencia:										
De 500.000 y más habitantes	(800)	40	60	21	22	31	25	1		
De 95.001 a 500.000 habitantes	(1.459)	41	59	33	14	24	27	2		
De 10.001 a 95.000 habitantes	(876)	53	47	28	14	28	28	2		
De 2.001 a 10.000 habitantes	(400)	65	35	28	9	23	34	6		

ENCUESTA NACIONAL SOBRE RADIO Y T. V.

C U A D R O 3 1

EN GENERAL ¿DIRIA USTED QUE LA TV HA INFLUIDO EN SU VIDA FAMILIAR?

	Total %	%No vé la T V	Vé la T V %	De los que ven la T V			
				% laborablemente Sí,	% desfavorablemente Sí,	% no ha influido No,	S. R. %
TOTAL	(3.535)	46	54	51	3	43	3
Sexo:							
Varones	(1.748)	40	60	52	3	42	3
Hembras	(1.787)	53	47	48	3	45	4
Edad:							
18 a 29 años	(596)	37	63	46	3	46	5
30 a 49 años	(1.695)	42	58	51	4	42	3
50 años o más	(1.234)	58	42	49	3	45	3
Ocupación:							
Profesionales, gerentes y directivos.	(162)	30	70	59	3	34	4
Comerciantes, empleados y funcionarios	(744)	34	66	52	4	42	2
Trabajadores especializados	(502)	41	59	51	2	45	2
Trabajadores no especializados	(256)	57	43	58	2	35	5
Propietarios agrícolas	(41)	54	46	32	—	63	5
Trabajadores agrícolas, pescadores, mineros y similares	(218)	64	36	30	4	61	5
Nivel de estudios:							
Menos de primarios	(967)	62	38	52	3	40	5
Primarios	(1.736)	46	54	48	3	45	4
Secundarios	(488)	29	71	50	5	44	1
Técnicos de grado medio	(171)	23	77	51	2	44	3
Universitarios o técnicos de grado superior	(140)	26	74	56	3	39	2
Nivel de ingresos mensuales:							
Menos de 5.000 pesetas	(1.846)	59	41	46	3	46	5
De 5.000 a 9.999 pesetas	(1.144)	34	66	53	3	41	3
De 10.000 a 19.999 pesetas	(314)	24	76	55	4	41	*
De 20.000 pesetas o más	(78)	27	73	47	5	46	2
Sin respuesta	(153)	46	54	46	6	43	5
Municipios de residencia:							
De 500.000 y más habitantes	(800)	40	60	49	5	43	3
De 95.001 a 500.000 habitantes.	(1.459)	41	59	54	2	42	2
De 10.001 a 95.000 habitantes	(876)	53	47	46	3	46	5
De 2.001 a 10.000 habitantes	(400)	65	35	38	3	50	9

ENCUESTAS DEL INSTITUTO

CUADRO 3 2

¿SABIA QUE EXISTE UN CANAL DE TV (U. H. F.)?

	Total	% No ve la T V	Ve la T V	De los que ven la T V		
				Si	No	S. R.
				%	%	%
TOTAL	(3.535)	46	54	86	18	1
Sexo:						
Varones	(1.748)	40	60	89	11	*
Hembras	(1.787)	53	47	84	15	1
Edad:						
18 a 29 años	(596)	37	63	88	11	1
30 a 49 años	(1.695)	42	58	89	10	1
50 años o más	(1.234)	58	42	81	19	*
Ocupación:						
Profesionales, gerentes y directivos.	(162)	30	70	97	2	1
Comerciantes, empleados y funcionarios	(744)	34	66	94	6	*
Trabajadores especializados	(502)	41	59	89	11	—
Trabajadores no especializados	(256)	57	43	80	19	1
Propietarios agrícolas	(41)	54	46	68	32	—
Trabajadores agrícolas, pescadores, mineros y similares	(218)	64	36	46	53	1
Nivel de estudios:						
Menos de primarios	(967)	62	38	74	25	1
Primarios	(1.736)	46	54	86	14	*
Secundarios	(488)	29	71	94	5	1
Técnicos de grado medio	(171)	23	77	97	3	—
Universitarios o técnicos de grado superior	(140)	26	74	97	2	1
Nivel de ingresos mensuales:						
Menos de 5.000 pesetas	(1.846)	59	41	77	23	*
De 5.000 a 9.999 pesetas	(1.144)	34	66	93	6	1
De 10.000 a 19.999 pesetas	(314)	24	76	97	2	1
De 20.000 pesetas o más	(78)	27	73	98	—	2
Sin respuesta	(153)	46	54	81	18	1
Municipios de residencia:						
De 500.000 y más habitantes	(800)	40	60	96	4	*
De 95.001 a 500.000 habitantes.	(1.459)	41	59	86	14	*
De 10.001 a 95.000 habitantes	(876)	53	47	89	10	1
De 2.001 a 10.000 habitantes	(400)	65	35	53	46	1

ENCUESTA NACIONAL SOBRE RADIO Y T. V.

CUADRO 33

¿SE HA ENTERADO USTED DEL CAMBIO DE PROGRAMACION EN TVE?

	Total	No vé la T V	Vé la T V	De los que ven la T V		
				Si	No	S. R.
	%	%	%	%	%	%
TOTAL	(3.535)	46	54	81	18	1
Sexo:						
Varones	(1.748)	40	60	83	17	—
Hembras	(1.787)	53	47	81	18	1
Edad:						
18 a 29 años	(596)	37	63	86	14	—
30 a 49 años	(1.695)	42	58	83	16	1
50 años o más	(1.234)	58	42	76	24	—
Ocupación:						
Profesionales, gerentes y directivos.	(162)	30	70	94	6	—
Comerciantes, empleados y funcionarios	(744)	34	66	87	12	1
Trabajadores especializados	(502)	41	59	82	18	—
Trabajadores no especializados	(256)	57	43	75	24	1
Propietarios agrícolas	(41)	54	46	68	32	—
Trabajadores agrícolas, pescadores, mineros y similares	(218)	64	36	47	52	1
Nivel de estudios:						
Menos de primarios	(967)	62	38	72	27	1
Primarios	(1.736)	46	54	79	20	1
Secundarios	(488)	29	71	89	10	1
Técnicos de grado medio	(171)	23	77	95	5	—
Universitarios o técnicos de grado superior	(140)	26	74	96	4	—
Nivel de ingresos mensuales:						
Menos de 5.000 pesetas	(1.864)	59	41	73	27	—
Dé 5.000 a 9.999 pesetas	(1.144)	34	66	86	13	1
De 10.000 a 19.999 pesetas	(314)	24	76	92	7	1
De 20.000 pesetas o más	(78)	27	73	96	2	2
Sin respuesta	(153)	46	54	84	15	1
Municipios de residencia:						
De 500.000 y más habitantes	(800)	40	60	86	14	*
De 95.001 a 500.000 habitantes.	(1.459)	41	59	83	17	*
De 10.001 a 95.000 habitantes	(876)	53	47	83	16	1
De 2.001 a 10.000 habitantes	(400)	65	35	57	42	1

ENCUESTAS DEL INSTITUTO

CUADRO 34

¿TIENE USTED APARATO DE RADIO?

	Total	Sí %	No %	S. R. %
TOTAL	(3.535)	89	11	*
Sexo:				
Varones	(1.748)	90	10	*
Hembras	(1.787)	88	12	*
Edad:				
18 a 29 años	(596)	92	8	*
30 a 49 años	(1.695)	92	8	*
50 o más años	(1.234)	82	18	*
Ocupación:				
Profesionales, gerentes y directivos	(162)	98	1	1
Comerciantes, empleados y funcionarios ...	(744)	92	8	*
Trabajadores especializados	(502)	94	6	—
Trabajadores no especializados	(256)	86	14	—
Propietarios agrícolas	(41)	78	22	—
Trabajadores agrícolas, pescadores, mineros y similares	(218)	72	28	—
Nivel de estudios:				
Menos de primarios	(967)	80	20	*
Primarios	(1.736)	90	10	—
Secundarios	(488)	95	5	*
Técnicos de grado medio	(171)	96	4	—
Universitarios o técnicos de grado superior.	(140)	96	3	1
Nivel de ingresos mensuales:				
Menos de 5.000 ptas.	(1.846)	83	17	*
De 5.000 a 9.999 ptas.	(1.144)	95	5	—
De 10.000 a 19.999 ptas.	(314)	97	3	*
De 20.000 ptas. o más	(78)	98	1	1
Sin respuesta	(153)	95	5	—
Municipios de residencia:				
De 500.000 y más habitantes	(800)	93	7	*
De 95.001 a 500.000 habitantes	(1.459)	92	8	*
De 10.001 a 95.000 habitantes	(876)	86	14	*
De 2.001 a 10.000 habitantes	(400)	76	24	—

ENCUESTA NACIONAL SOBRE RADIO Y T. V.

CUADRO 35

NUMERO DE APARATOS DE RADIO QUE POSEEN LOS ENTREVISTADOS

	Total	No tienen apa- rato de radio	%Tienen aparato	De los que tienen aparato			S. R.
				1 aparato	2 aparatos	3 ó más aparatos	
	%	%	%	%	%		
TOTAL	(3.535)	11	89	81	14	2	3
Sexo:							
Varones	(1.748)	10	90	77	16	4	3
Hembras	(1.787)	12	88	84	11	2	3
Edad:							
18 a 29 años	(596)	8	92	74	18	4	4
30 a 49 años	(1.695)	8	92	80	14	3	3
50 años o más	(1.234)	18	82	83	11	2	4
Ocupación:							
Profesionales, gerentes y directivos.	(162)	7	99	49	35	13	3
Comerciantes, empleados y funcio- narios	(744)	8	92	73	19	5	3
Trabajadores especializados	(502)	6	94	85	10	2	3
Trabajadores no especializados ...	(256)	14	86	92	6	—	2
Propietarios agrícolas	(41)	22	78	97	—	3	—
Trabajadores agrícolas, pescadores, mineros y similares	(218)	28	72	92	4	—	4
Nivel de estudios:							
Menos de primarios	(967)	20	80	89	6	1	4
Primarios	(1.736)	10	90	85	11	2	2
Secundarios	(488)	5	95	64	24	7	5
Técnicos de grado medio	(171)	4	96	61	27	10	2
Universitarios o técnicos de grado superior	(140)	3	97	45	38	14	3
Nivel de ingresos mensuales:							
Menos de 5.000 pesetas	(1.846)	17	83	89	7	1	3
De 5.000 a 9.999 pesetas	(1.144)	5	95	77	17	3	3
De 10.000 a 19.999 pesetas ...	(314)	3	97	58	32	8	2
De 20.000 pesetas o más	(78)	1	99	41	27	26	6
Sin respuesta	(153)	5	95	76	16	5	3
Municipios de residencia:							
De 500.000 y más habitantes ...	(800)	7	93	76	17	4	3
De 95.001 a 500.000 habitantes.	(1.459)	8	92	79	14	4	3
De 10.001 a 95.000 habitantes ...	(876)	14	86	83	11	1	5
De 2.001 a 10.000 habitantes ...	(400)	24	76	88	8	1	3

ENCUESTAS DEL INSTITUTO

CUADRO 36

¿A QUE HORA SUELE USTED ESCUCHAR LA RADIO?*

	Total	De los que tienen aparato de radio							S. R. %	
		% No tienen aparato	% Tienen aparato de radio	% No la escuchan en absoluto	% Por la mañana	% A mediodía	% Por la tarde	% Por la noche		% Todo el día
TOTAL	(3,535)	11	89	25	18	26	25	30	8	2
Sexo:										
Varones	(1,748)	10	90	31	11	28	14	37	4	2
Hembras	(1,787)	12	88	19	27	23	35	23	12	1
Edad:										
18 a 29 años	(596)	8	92	22	27	24	21	23	10	1
30 a 49 años	(1,695)	8	92	26	18	24	24	29	8	2
50 años o más	(1,234)	18	82	25	14	29	26	35	7	2
Ocupación:										
Profesionales, gerentes y directivos.	(162)	1	99	44	14	25	11	33	1	—
Comerciantes, empleados y funcionarios	(744)	8	92	34	12	29	11	33	5	2
Trabajadores especializados	(502)	6	94	23	14	28	25	35	8	2
Trabajadores no especializados	(256)	14	86	17	12	28	23	41	7	2
Propietarios agrícolas	(41)	22	78	19	13	41	6	44	3	6
Trabajadores agrícolas, pescadores, mineros y similares	(218)	28	72	25	8	20	20	53	3	1

ENCUESTA NACIONAL SOBRE RADIO Y T. V.

(Continuación)

CUADRO 36

	Total	No tienen aparato %	% Tienen aparato de radio	De los que tienen aparato de radio					% S. R.	
				% No la escuchan en absoluto	% Por la mañana	% A mediodía	% Por la tarde	% Por la noche		% Todo el día
Nivel de estudios:										
Menos de primarios	(967)	20	80	18	19	23	33	31	10	2
Primarios	(1,736)	10	90	22	18	28	25	31	10	2
Secundarios	(488)	5	95	36	17	27	14	28	3	1
Técnicos de grado medio	(171)	4	96	36	18	26	14	28	2	1
Universitarios o técnicos de grado superior	(140)	3	97	40	15	24	12	32	1	—
Nivel de ingresos mensuales:										
Menos de 5,000 pesetas	(1,848)	17	83	17	16	29	30	36	9	1
De 5,000 a 9,999 pesetas	(1,144)	5	95	27	21	26	22	26	7	2
De 10,000 a 19,999 pesetas	(314)	3	97	47	13	17	15	20	3	*
De 20,000 pesetas o más	(78)	1	99	48	14	14	17	23	1	4
Sin respuesta	(153)	5	95	25	28	18	19	21	10	3
Municipios de residencia:										
De 500,000 y más habitantes	(800)	7	93	32	20	17	25	22	7	1
De 95,001 a 500,000 habitantes	(1,459)	8	92	23	18	27	26	31	9	2
De 10,001 a 95,000 habitantes	(876)	14	86	25	19	33	23	33	7	1
De 2,001 a 10,000 habitantes	(400)	24	76	17	13	25	21	40	12	4

* Los porcentajes no suman cien, porque cada entrevistado podía dar hasta tres respuestas.

CUADRO 37

TIEMPO APROXIMADO QUE ESCUCHA LA RADIO AL DIA

	Total	No tienen aparato de ra- dio o no lo escuchan	% Escuchan la radio	De los que escuchan la radio						S. R. %
				1 hora %	2 horas %	3 horas %	4 horas %	5 ó más horas %		
TOTAL	(3.535)	33	67	38	22	13	8	15	4	
Sexo:										
Varones	(1.748)	38	62	53	23	10	3	6	5	
Hembras	(1.787)	28	72	26	21	16	12	21	4	
Edad:										
18 a 29 años	(596)	29	71	33	21	16	9	17	4	
30 a 49 años	(1.695)	31	69	40	22	13	7	13	5	
50 años o más	(1.234)	38	62	42	21	11	8	14	4	
Ocupación:										
Profesionales, gerentes y directivos.	(162)	45	55	67	18	8	1	2	4	
Comerciantes, empleados y funcio- narios	(744)	39	61	52	23	9	5	6	5	
Trabajadores especializados	(502)	28	72	40	23	10	8	15	4	
Trabajadores no especializados ...	(256)	28	72	41	28	10	9	9	3	
Proprietarios agrícolas	(41)	37	63	65	15	8	—	4	8	
Trabajadores agrícolas, pescadores, mineros y similares	(218)	46	54	49	23	15	4	4	5	

ENCUESTA NACIONAL SOBRE RADIO Y T. V.

(Continuación)

CUADRO 37

	Total	% No tienen aparato de ra- dio o no lo escuchan	% Escuchan la radio	De los que escuchan la radio						% S. R.
				1 hora %	2 horas %	3 horas %	4 horas %	5 ó más horas		
Nivel de estudios:										
Menos de primarios	(967)	34	66	35	22	13	9	16	5	
Primarios	(1,736)	29	71	37	21	14	8	16	4	
Secundarios	(488)	39	61	44	26	11	6	8	5	
Técnicos de grado medio	(171)	38	62	56	20	11	3	7	3	
Universitarios o técnicos de grado superior	(140)	43	57	67	16	9	1	3	4	
Nivel de ingresos mensuales:										
Menos de 5.000 pesetas	(1,846)	32	68	36	23	13	9	15	4	
De 5.000 a 9.999 pesetas	(1,144)	31	69	38	20	15	7	15	5	
De 10.000 a 19.999 pesetas	(314)	48	52	61	15	7	6	7	4	
De 20.000 pesetas o más	(78)	49	51	51	25	8	3	5	8	
Sin respuesta	(153)	29	71	34	26	14	7	13	6	
Municipios de residencia:										
De 500.000 y más habitantes	(800)	36	64	35	20	14	9	16	6	
De 95.001 a 500.000 habitantes	(1,459)	29	71	42	22	12	7	14	3	
De 10.001 a 95.000 habitantes	(876)	35	65	35	24	13	9	14	5	
De 2.001 a 10.000 habitantes	(400)	37	63	40	19	14	7	15	5	

CUADRO 38

¿QUE EMISORA ESPAÑOLA SUELE USTED ESCUCHAR CON MAS FRECUENCIA? CLASIFICACION SEGUN LA PROPIEDAD DE LA EMISORA

	Total	No tienen aparato de ra- dio o no lo escuchan %	Escuchan la radio %	De los que escuchan la radio					S. R. %
				R. E. M. C. A. R. %	Emisoras paraguaites C. O. P. E. %	Emisoras nacionales %	Emisoras privadas %		
TOTAL	(3.535)	33	67	12	4	21	56	7	
Sexo:									
Varones	(1.748)	38	62	12	3	27	52	6	
Mujeres	(1.787)	28	72	12	5	15	61	7	
Edad:									
18 a 29 años	(596)	29	71	18	7	18	50	7	
30 a 49 años	(1.695)	31	69	13	3	21	56	7	
50 años o más	(1.234)	38	62	8	3	21	62	6	
Ocupación:									
Profesionales, gerentes y directivos	(162)	45	55	6	2	40	44	8	
Comerciantes, empleados y funcionarios	(744)	39	61	11	3	25	53	8	
Trabajadores especializados	(502)	28	72	12	4	20	56	8	
Trabajadores no especializados	(256)	28	72	15	4	20	56	5	
Propietarios agrícolas	(41)	37	63	8	8	35	49	—	
Trabajadores agrícolas, pescadores, mineros y similares	(218)	46	54	19	3	25	49	4	

ENCUESTA NACIONAL SOBRE RADIO Y T. V.

(Continuación)

CUADRO 38

	Total	No tienen aparato, de radio o no lo escuchan %	Escuchan la radio %	De los que escuchan la radio					S. R. %	
				R. E. M. C. A. R. S. %	Emitoras parrotquales C. O. P. E. %	Emitoras nacionales %	Emitoras privadas %			
Nivel de estudios:										
Menos de primarios	(967)	34	66	10	3	15	66	6		
Primarios	(1,736)	29	71	15	4	19	56	6		
Secundarios	(488)	39	61	8	6	31	47	8		
Técnicos de grado medio	(171)	38	62	12	3	30	45	10		
Universitarios o técnicos de grado superior	(140)	43	57	5	1	47	41	6		
Nivel de ingresos mensuales:										
Menos de 5.000 pesetas	(1,846)	32	68	12	3	19	60	6		
De 5.000 a 9.999 pesetas	(1,144)	31	69	13	4	21	56	6		
De 10.000 a 19.999 pesetas	(314)	48	52	9	8	29	46	8		
De 20.000 pesetas o más	(78)	49	51	8	3	39	32	18		
Sin respuesta	(153)	29	71	11	7	24	49	9		
Municipios de residencia:										
De 500.000 y más habitantes	(800)	36	64	2	2	23	65	8		
De 95.001 a 500.000 habitantes	(1,459)	29	71	19	5	18	52	6		
De 10.001 a 95.000 habitantes	(876)	35	65	8	4	23	60	5		
De 2.001 a 10.000 habitantes	(400)	37	63	15	4	21	52	8		

ENCUESTAS DEL INSTITUTO

CUADRO 39

EN CONJUNTO, ¿QUE OPINION TIENE USTED SOBRE LA CALIDAD DE LOS PROGRAMAS DE RADIO EN LA ACTUALIDAD?

	Total	No tienen aparato de radio o no lo escuchan	Escuchan la radio	De los que escuchan la radio					S. R.
				Muy malos	Malos	Regulares	Buenos	Muy buenos	
		%	%	%	%	%	%	%	%
TOTAL	(3.535)	33	67	1	3	28	58	6	4
Sexo:									
Varones	(1.748)	38	62	1	4	29	56	5	5
Hembras	(1.787)	28	72	1	2	26	61	7	3
Edad:									
18 a 29 años	(596)	29	71	2	4	29	56	6	3
30 a 49 años	(1.695)	31	69	*	2	29	58	6	5
50 años o más	(1.234)	38	62	1	3	24	61	6	5
Ocupación:									
Profesionales, gerentes y directivos.	(162)	45	55	4	4	34	46	2	10
Comerciantes, empleados y funcionarios	(744)	39	61	1	5	31	51	6	6
Trabajadores especializados	(502)	28	72	1	3	33	58	4	1
Trabajadores no especializados	(256)	28	72	1	1	23	69	4	2
Propietarios agrícolas	(41)	37	63	4	—	23	46	4	23
Trabajadores agrícolas, pescadores, mineros y similares	(218)	46	54	—	1	22	67	6	4

ENCUESTA NACIONAL SOBRE RADIO Y T. V.

(Continuación)

CUADRO 39

	Total	No tienen aparato de radio o no lo escuchan %	Escuchan la radio %	De los que escuchan la radio					Muy malos %	Malos %	Regulares %	Buenos %	Muy buenos %	S. R. %
				Muy malos %	Malos %	Regulares %	Buenos %	Muy buenos %						
Nivel de estudios:														
Menos de primarios	(967)	34	66	1	2	23	64	6	4					
Primarios	(1,736)	29	71	*	2	26	63	6	3					
Secundarios	(488)	39	61	1	6	38	44	6	5					
Técnicos de grado medio	(171)	38	62	1	8	35	43	5	8					
Universitarios o técnicos de grado superior	(140)	43	57	4	6	37	36	3	14					
Nivel de ingresos mensuales:														
Menos de 5.000 pesetas	(1,846)	32	68	1	2	25	63	6	3					
De 5.000 a 9.999 pesetas	(1,144)	31	69	1	2	29	59	6	3					
De 10.000 a 19.999 pesetas	(314)	48	52	1	7	36	43	2	11					
De 20.000 pesetas o más	(78)	49	51	3	8	30	46	3	10					
Sin respuesta	(153)	29	71	2	4	30	47	6	11					
Municipios de residencia:														
De 500.000 y más habitantes	(800)	36	64	*	1	31	59	5	4					
De 95.001 a 500.000 habitantes	(1,459)	29	71	1	3	30	55	6	5					
De 10.001 a 95.000 habitantes	(876)	35	65	1	4	19	66	6	4					
De 2.001 a 10.000 habitantes	(400)	37	63	*	1	27	61	6	5					

DE LOS TIPOS DE PROGRAMAS QUE SEÑALAMOS A CONTINUACION ¿LE
 ESCUCHAR CON MAS FRECUENCIA?

	Total	No tienen aparato de radio o no lo escuchan	Escuchan la radio %	Entrevistas y programas cara al publico %	Música ligera %	Música folklórica %
TOTAL	(3.535)	33	67	24	56	33
Sexo:						
Varones	(1.748)	38	62	24	49	33
Hembras	(1.787)	28	72	24	61	34
Edad:						
18 a 29 años	(596)	29	71	26	78	33
18 a 29 años	(1.695)	31	69	26	57	34
30 a 49 años	(1.234)	38	62	20	41	33
Ocupación:						
Profesionales, gerentes y directivos.	(162)	45	55	21	52	22
Comerciantes, empleados y funcionarios	(744)	39	61	26	51	29
Trabajadores especializados	(502)	28	72	27	57	33
Trabajadores no especializados	(256)	28	72	29	52	42
Proprietarios agrícolas	(41)	37	63	19	39	35
Trabajadores agrícolas, pescadores, mineros y similares	(218)	46	54	16	60	51
Nivel de estudios:						
Menos de primarios	(967)	34	66	22	53	43
Primarios	(1.736)	29	71	26	57	33
Secundarios	(488)	39	61	24	57	21
Técnicos de grado medio	(171)	38	62	25	60	26
Universitarios o técnicos de grado superior	(140)	43	57	19	45	15
Nivel de ingresos mensuales:						
Menos de 5.000 ptas.	(1.846)	32	68	24	53	37
De 5.000 a 9.999 ptas.	(1.144)	31	69	27	58	32
De 10.000 a 19.999 ptas.	(314)	48	52	20	62	19
De 20.000 ptas. o más	(78)	49	51	15	58	15
Sin respuesta	(153)	29	71	8	62	28
Municipios de residencia:						
De 500.000 y más habitantes	(800)	36	64	34	59	34
De 95.001 a 500.000 habitantes.	(1.459)	29	71	22	50	36
De 10.001 a 95.000 habitantes.	(876)	35	65	23	64	28
De 2.001 a 10.000 habitantes	(400)	37	63	15	59	35

* Los porcentajes no suman cien, porque cada entrevistado podía dar hasta tres respuestas.

ENCUESTA NACIONAL SOBRE RADIO Y T. V.

R O 4 0

IMPORTARIA DECIRNOS CUALES SON LOS TRES TIPOS QUE SUELE

(FRECUENCIA MODULADA) *

De los que escuchan la radio											
Series	Emissiones deportivas	Programas teatrales	Programas religiosos	Programas de variedades	Conferencias o charlas infantiles	Programas infantiles	Música clásica	Noticias	Emissiones pesqueras	Femeninos	No opinan
%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
37	27	17	14	19	8	3	18	11	*	*	2
12	49	17	9	18	11	2	22	15	*	—	3
58	7	20	18	19	6	5	16	7	*	*	2
34	27	16	6	25	7	3	17	7	*	*	1
36	29	16	11	18	7	3	18	10	*	*	2
40	23	20	22	17	11	4	19	13	*	—	3
6	30	16	9	6	12	1	55	22	—	—	4
3	42	19	10	20	13	2	27	14	—	—	4
25	48	17	7	21	8	3	18	9	—	—	1
32	43	11	11	21	9	1	9	11	—	—	2
8	39	8	15	4	19	—	15	19	—	—	12
25	31	9	13	16	4	4	4	17	—	—	2
54	19	17	17	17	5	3	8	8	*	*	2
37	28	16	13	21	8	4	17	11	*	—	2
13	33	22	12	21	14	3	34	11	—	*	2
8	26	22	9	17	15	3	36	9	—	—	5
6	29	19	9	4	13	—	50	26	—	—	6
44	25	17	17	20	6	3	12	10	*	—	2
32	30	18	11	19	10	3	20	11	*	*	2
18	27	18	9	14	12	3	41	14	—	1	6
10	40	15	10	5	8	—	50	15	—	—	8
28	12	18	14	24	11	8	25	12	—	—	5
33	23	20	9	17	7	2	23	8	*	*	2
38	30	18	15	20	10	5	20	8	—	—	3
37	23	18	15	19	7	3	16	14	—	*	1
41	24	12	16	16	6	2	5	19	2	—	5

ENCUESTAS DEL INSTITUTO

CUADRO 41

EN SU OPINION, ¿CREE USTED QUE LOS PROGRAMAS DE LAS DOS EMISORAS ESTATALES SON MEJORES, IGUAL O PEORES QUE LOS DE LAS DEMAS EMISORAS?

	Total	No tienen aparato de radio o no lo escuchan %	Escuchan la radio %	De los que escuchan la radio						S. R. %
				Los estatales son mejores %	Los estatales son algo mejores %	Mds o menos iguales %	Los estatales son algo peores %	Los estatales son mucho peores %	No conocen más que un tipo de emisora %	
TOTAL	(3,535)	33	67	15	15	39	7	1	2	21
Sexo:										
Varones	(1,748)	38	62	19	18	36	7	1	2	17
Hembras	(1,787)	28	72	11	12	42	7	1	3	24
Edad:										
18 a 29 años	(596)	29	71	15	19	38	9	2	2	15
30 a 49 años	(1,695)	31	69	14	14	42	6	1	2	21
50 años o más	(1,234)	38	62	15	15	37	6	1	2	24
Ocupación:										
Profesionales, gerentes y directivos.	(162)	45	55	19	31	30	1	3	4	12
Comerciantes, empleados y funcionarios	(744)	39	61	18	19	36	7	2	1	17
Trabajadores especializados	(502)	28	72	17	13	45	8	1	1	15
Trabajadores no especializados	(256)	28	72	13	14	39	6	1	1	26
Proprietarios agrícolas	(41)	37	63	8	27	19	4	—	4	38
Trabajadores agrícolas, pescadores, mineros y similares	(218)	46	54	16	15	33	5	1	3	27

ENCUESTA NACIONAL SOBRE RADIO Y T. V.

(Continuación)

CUADRO 41

	Total	No tienen aparato de radio o no lo escuchan	Escuchan la radio	De los que escuchan la radio						S. R.		
				%	%	%	%	%	%		%	
Nivel de estudios:												
Menos de primarios	(967)	34	66	13	9	43	8	1	2	24		
Primarios	(1,736)	29	71	12	15	40	7	1	2	23		
Secundarios	(488)	39	61	23	19	37	6	1	2	12		
Técnicos de grado medio	(171)	38	62	28	23	25	6	1	2	15		
Universitarios o técnicos de grado superior	(140)	43	57	21	30	25	3	3	4	14		
Nivel de ingresos mensuales:												
Menos de 5.000 pesetas	(1,846)	32	68	14	13	41	6	1	2	23		
De 5.000 a 9.999 pesetas	(1,144)	31	69	15	15	38	8	1	3	20		
De 10.000 a 19.999 pesetas	(314)	48	52	20	21	35	6	2	4	12		
De 20.000 pesetas o más	(78)	49	51	23	38	18	3	—	—	18		
Sin respuesta	(153)	29	71	14	17	37	5	1	5	21		
Municipios de residencia:												
De 500.000 y más habitantes	(800)	36	64	10	14	51	10	2	*	13		
De 95.001 a 500.000 habitantes	(1,459)	29	71	13	16	36	6	1	2	6		
De 10.001 a 95.000 habitantes	(876)	35	65	22	14	37	5	1	4	17		
De 2.001 a 10.000 habitantes	(400)	37	63	11	13	38	7	*	2	29		

ENCUESTAS DEL INSTITUTO

CUADRO 42

EN GENERAL COMO OYENTE DE LA RADIO ¿SE MUESTRA USTED FAVORABLE O DESFAVORABLE A LA PUBLICIDAD EN LA RADIO?

	Total	No tienen aparato de radio o no lo escuchan %	Escuchan la radio %	De los que escuchan la radio			
				Es favorable a la publicidad %	No le gusta aunque la soporta %	Si de él dependiera la suprimiría %	S. R. %
TOTAL	(3.535)	33	67	46	35	17	2
Sexo:							
Varones	(1.748)	38	62	44	33	20	3
Hembras	(1.787)	28	72	47	38	13	2
Edad:							
18 a 29 años	(596)	29	71	39	36	23	2
30 a 49 años	(1.695)	31	69	48	34	16	2
50 años o más	(1.234)	38	62	46	37	13	4
Ocupación:							
Profesionales, gerentes y directivos.	(162)	45	55	19	45	30	6
Comerciantes, empleados y funcionarios	(744)	39	61	43	33	22	2
Trabajadores especializados	(502)	28	72	39	39	21	1
Trabajadores no especializados	(256)	28	72	57	29	10	4
Propietarios agrícolas	(41)	37	63	68	12	12	8
Trabajadores agrícolas, pescadores, mineros y similares	(218)	46	54	63	23	11	3
Nivel de estudios:							
Menos de primarios	(967)	34	66	57	29	11	3
Primarios	(1.736)	29	71	47	37	14	2
Secundarios	(488)	39	61	27	41	29	3
Técnicos de grado medio	(171)	38	62	34	38	26	2
Universitarios o técnicos de grado superior	(140)	43	57	24	39	28	9
Nivel de ingresos mensuales:							
Menos de 5.000 pesetas	(1.846)	32	68	53	32	12	3
De 5.000 a 9.999 pesetas	(1.144)	31	69	38	40	20	2
De 10.000 a 19.999 pesetas	(314)	48	52	30	39	27	4
De 20.000 pesetas o más	(78)	49	51	20	33	42	5
Sin respuesta	(153)	29	71	39	33	24	4
Municipios de residencia:							
De 500.000 y más habitantes	(800)	36	64	34	42	21	3
De 95.001 a 500.000 habitantes.	(1.459)	29	71	43	38	17	2
De 10.001 a 95.000 habitantes	(876)	35	65	54	29	14	3
De 2.001 a 10.000 habitantes	(400)	37	63	63	24	11	2

ENCUESTA NACIONAL SOBRE RADIO Y T. V.

C U A D R O 4 3

¿CREE USTED QUE LA PUBLICIDAD RADIADA ES EXCESIVA, APROPIADA O INSUFICIENTE?

	Total %	No tienen aparato de ra- dio o no lo escuchan %	Escuchan la radio %	De los que escuchan la radio			
				Excesiva %	Apropiada %	Insuficiente %	S. R. %
TOTAL	(3.535)	33	67	49	47	1	3
Sexo:							
Varones	(1.748)	38	62	53	43	1	3
Hembras	(1.787)	28	72	46	50	1	3
Edad:							
18 a 29 años	(596)	29	71	56	41	1	2
30 a 49 años	(1.695)	31	69	49	47	1	3
50 años o más	(1.234)	38	62	45	50	1	4
Ocupación:							
Profesionales, gerentes y directivos.	(162)	45	55	74	20	—	6
Comerciantes, empleados y funcio- narios	(744)	39	61	57	38	2	3
Trabajadores especializados	(502)	28	72	53	45	1	1
Trabajadores no especializados ...	(256)	28	72	37	58	2	3
Propietarios agrícolas	(41)	37	63	23	65	—	12
Trabajadores agrícolas, pescadores, mineros y similares	(218)	46	54	32	60	1	7
Nivel de estudios:							
Menos de primarios	(967)	34	66	37	59	1	3
Primarios	(1.736)	29	71	47	49	1	3
Secundarios	(488)	39	61	67	29	1	3
Técnicos de grado medio	(171)	38	62	68	29	1	2
Universitarios o técnicos de grado superior	(140)	43	57	71	23	—	6
Nivel de ingresos mensuales:							
Menos de 5.000 pesetas	(1.846)	32	68	40	55	1	4
De 5.000 a 9.999 pesetas	(1.144)	31	69	57	40	2	1
De 10.000 a 19.999 pesetas	(314)	48	52	70	27	—	3
De 20.000 pesetas o más	(78)	49	51	69	18	—	13
Sin respuesta	(153)	29	71	49	44	1	6
Municipios de residencia:							
De 500.000 y más habitantes ...	(800)	36	64	58	39	*	3
De 95.001 a 500.000 habitantes.	(1.459)	29	71	54	43	1	2
De 10.001 a 95.000 habitantes ...	(876)	35	65	37	57	2	4
De 2.001 a 10.000 habitantes ...	(400)	37	63	33	59	2	6

ENCUESTAS DEL INSTITUTO

C U A D R O 4 4

¿ESCUCHA USTED LOS «DIARIOS HABLADOS» DE RADIO NACIONAL DE ESPAÑA?

	Total	No tienen aparato de re- cibo o no lo escuchan %	Escuchan la radio %	De los que escuchan la radio		
				Sí	No	S. R.
				%	%	%
TOTAL	(3.535)	33	67	79	21	*
Sexo:						
Varones	(1.748)	38	62	86	14	*
Hembras	(1.787)	28	72	73	27	*
Edad:						
18 a 29 años	(596)	29	71	71	28	1
30 a 49 años	(1.695)	31	69	80	20	*
50 años o más	(1.234)	38	62	82	18	*
Ocupación:						
Profesionales, gerentes y directivos.	(162)	45	55	82	18	—
Comerciantes, empleados y funcio- narios	(744)	39	61	82	18	*
Trabajadores especializados	(502)	28	72	86	14	—
Trabajadores no especializados ...	(256)	28	72	79	20	1
Propietarios agrícolas	(41)	37	63	96	4	—
Trabajadores agrícolas, pescadores, mineros y similares	(218)	46	54	83	16	1
Nivel de estudios:						
Menos de primarios	(967)	34	66	77	22	1
Primarios	(1.736)	29	71	80	20	*
Secundarios	(488)	39	61	77	22	1
Técnicos de grado medio	(171)	38	62	77	23	—
Universitarios o técnicos de grado superior	(140)	43	57	82	18	—
Nivel de ingresos mensuales:						
Menos de 5.000 pesetas	(1.846)	32	68	82	18	*
De 5.000 a 9.999 pesetas	(1.144)	31	69	77	22	1
De 10.000 a 19.999 pesetas ...	(314)	48	52	71	29	—
De 20.000 pesetas o más	(78)	49	51	64	33	3
Sin respuesta	(153)	29	71	69	31	—
Municipios de residencia:						
De 500.000 y más habitantes ...	(800)	36	64	74	25	1
De 95.001 a 500.000 habitantes.	(1.459)	29	71	80	20	*
De 10.001 a 95.000 habitantes ...	(876)	35	65	76	23	1
De 2.001 a 10.000 habitantes ...	(400)	37	63	87	13	—

ENCUESTA NACIONAL SOBRE RADIO Y T. V.

CUADRO 45

¿CUALES? EL DE LAS 2,30

(Ver clave explicatoria al pie de página)

	Total	1	2	De los que escuchan los diarios		
				Sí	No	S. R.
				%	%	%
TOTAL	(3.535)	47	53	72	27	1
Sexo:						
Varones	(1.748)	47	53	65	34	1
Hembras	(1.787)	48	52	78	21	1
Edad:						
18 a 29 años	(596)	48	52	75	23	2
30 a 49 años	(1.695)	45	55	68	31	1
50 años o más	(1.234)	50	50	76	24	*
Ocupación:						
Profesionales, gerentes y directivos.	(162)	55	45	62	38	—
Comerciantes, empleados y funcionarios	(744)	49	51	72	27	1
Trabajadores especializados	(502)	38	62	67	32	1
Trabajadores no especializados	(256)	43	57	54	43	3
Propietarios agrícolas	(41)	39	61	84	16	—
Trabajadores agrícolas, pescadores, mineros y similares	(218)	55	45	47	53	—
Nivel de estudios:						
Menos de primarios	(967)	49	51	67	32	1
Primarios	(1.736)	44	56	73	26	1
Secundarios	(488)	52	48	75	24	1
Técnicos de grado medio	(171)	52	48	76	24	—
Universitarios o técnicos de grado superior	(140)	53	47	59	41	—
Nivel de ingresos mensuales:						
Menos de 5.000 pesetas	(1.846)	44	56	69	30	1
De 5.000 a 9.999 pesetas	(1.144)	46	54	76	23	1
De 10.000 a 19.999 pesetas	(314)	63	37	62	38	—
De 20.000 pesetas o más	(78)	65	35	67	26	7
Sin respuesta	(153)	51	49	84	16	—
Municipios de residencia:						
De 500.000 y más habitantes	(800)	53	47	72	27	1
De 95.001 a 500.000 habitantes.	(1.459)	43	57	71	28	1
De 10.001 a 95.000 habitantes	(876)	50	50	74	25	1
De 2.001 a 10.000 habitantes	(400)	45	55	67	32	1

1. No tienen aparato, o no la escucha, o no escucha los diarios hablados.
2. Escucha los diarios y radio.

ENCUESTAS DEL INSTITUTO

CUADRO 46

EL DE LAS 10,00

(Ver clave explicatoria al pie de página)

	Total	1	2	De los que escuchan los diarios hablados		
				Si	No	S. R.
				%	%	%
TOTAL	(3.535)	47	53	69	30	1
Sexo:						
Varones	(1.748)	47	53	73	26	1
Hembras	(1.787)	48	52	64	35	1
Edad:						
18 a 29 años	(596)	48	52	57	41	2
30 a 49 años	(1.695)	45	55	69	30	1
50 años o más	(1.234)	50	50	75	25	*
Ocupación:						
Profesionales, gerentes y directivos.	(162)	55	45	71	29	—
Comerciantes, empleados y funcionarios	(744)	49	51	66	33	1
Trabajadores especializados	(502)	38	62	68	31	1
Trabajadores no especializados	(256)	43	57	81	16	3
Propietarios agrícolas	(41)	39	61	76	20	4
Trabajadores agrícolas, pescadores, mineros y similares	(218)	55	45	87	13	—
Nivel de estudios:						
Menos de primarios	(967)	49	51	72	27	1
Primarios	(1.736)	44	56	69	30	1
Secundarios	(488)	52	48	65	34	1
Técnicos de grado medio	(171)	52	48	67	33	—
Universitarios o técnicos de grado superior	(140)	53	47	61	37	2
Nivel de ingresos mensuales:						
Menos de 5.000 pesetas	(1.846)	44	56	73	26	1
De 5.000 a 9.999 pesetas	(1.144)	46	54	64	35	1
De 10.000 a 19.999 pesetas	(314)	63	37	67	33	—
De 20.000 pesetas o más	(78)	65	35	41	48	11
Sin respuesta	(153)	51	49	68	32	—
Municipios de residencia:						
De 500.000 y más habitantes	(800)	53	47	64	35	1
De 95.001 a 500.000 habitantes.	(1.459)	43	57	70	29	1
De 10.001 a 95.000 habitantes	(876)	50	50	69	30	1
De 2.001 a 10.000 habitantes	(400)	45	55	71	28	1

1. No tienen aparato, o no la escucha, o no escucha los diarios hablados.
 2. Escucha los diarios hablados.

ENCUESTA NACIONAL SOBRE RADIO Y T. V.

CUADRO 47

¿ESCUCHA OTROS DIARIOS HABLADOS? ¿CUALES?

(Ver clave explicativa a pie de página)

	Total	1	% Escucha otros diarios	9 mañana	12 noche	8 noche	4 tarde	1 madrugada	8 mañana	10 mañana	% Varios y varios sin especificar	S. R. %
TOTAL	(3.535)	94	6	7	3	2	2	3	2	1	64	16
Sexo:												
Varones	(1.748)	93	7	9	5	2	3	4	3	1	61	12
Mujeres	(1.787)	94	6	6	1	2	—	2	1	1	67	20
Edad:												
18 a 29 años	(596)	94	6	—	—	—	3	8	3	3	56	27
30 a 49 años	(1.695)	93	7	9	3	4	1	—	1	—	63	13
50 años o más	(1.234)	94	6	9	6	—	1	—	1	—	70	13
Ocupación:												
Profesionales, gerentes y directivos, Comerciantes, empleados y funcionarios	(162)	93	7	17	—	—	—	—	—	—	75	8
Trabajadores especializados	(744)	94	6	2	11	2	2	7	7	—	54	15
Trabajadores no especializados	(502)	93	7	9	3	—	—	6	—	3	73	6
Propietarios agrícolas	(256)	93	7	16	—	—	5	5	—	—	42	32
Trabajadores agrícolas, pescadores, mineros y similares	(41)	90	10	—	—	—	—	—	—	—	75	25
Trabajadores agrícolas, pescadores, mineros y similares	(218)	95	5	10	—	—	10	—	—	—	70	10

(Continuación)

CUADRO 47

	Total	%	1	%	Escucha otros diarios	%	9 mañana	%	12 noche	%	8 noche	%	4 tarde	%	1 madrugada	%	8 mañana	%	10 mañana	%	Varios y varios sin especificar	%	S. R.	%
Nivel de estudios:																								
Menos de primarios	(967)	96	4	2	5	2	2	2	2	2	2	2	2	2	—	2	2	2	2	2	66	19		
Primarios	(1.736)	93	7	10	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	—	—	—	1	1	61	18		
Secundarios	(488)	93	7	—	3	—	—	3	—	—	—	—	—	—	3	3	9	—	—	72	13			
Técnicos de grado medio	(171)	94	6	10	10	—	—	—	—	—	—	—	10	—	—	—	—	—	—	70	—			
Universitarios o técnicos de grado superior	(140)	91	9	15	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	8	—	—	—	—	69	8			
Nivel de ingresos mensuales:																								
Menos de 5.000 pesetas	(1.846)	93	7	6	2	3	6	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2	—	—	63	13		
De 5.000 a 9.999 pesetas	(1.144)	94	6	10	4	1	10	4	4	1	1	1	—	—	3	3	3	3	3	3	63	13		
De 10.000 a 19.999 pesetas	(314)	95	5	—	13	—	—	—	13	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	74	13			
De 20.000 pesetas o más	(78)	90	10	13	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	74	13			
Sin respuesta	(153)	97	3	25	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	25	—	—	—	—	50	—			
Municipios de residencia:																								
De 500.000 y más habitantes	(800)	95	5	2	2	—	2	2	2	—	—	—	—	—	2	2	5	5	5	65	15			
De 95.001 a 500.000 habitantes	(1.459)	93	7	14	4	1	14	4	4	1	2	2	2	2	3	3	1	1	—	60	15			
De 10.001 a 95.000 habitantes	(876)	93	7	—	2	3	—	2	2	3	2	3	2	2	3	2	2	2	—	78	10			
De 2.001 a 10.000 habitantes	(400)	95	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	—	—	—	—	49	26			

1. No tiene aparato, no escucha la radio o sólo escucha los diarios hablados de las 2.30 y 10 de la noche.

ENCUESTA NACIONAL SOBRE RADIO Y T. V.

CUADRO 48

EN GENERAL, ¿QUE OPINION LE MERECEN LOS «DIARIOS HABLADOS?»

(Ver clave explicatoria al pie de página)

	Total	1	Escuchan los diarios	De los que escuchan los diarios hablados					S. R.	
				%	%	Muy interesantes	Interesantes	Poco interesantes		Nada interesantes
						%	%	%		%
TOTAL	(3.535)	47	53	23	67	5	1	4		
Sexo:										
Varones	(1.748)	47	53	26	65	5	1	3		
Hembras	(1.787)	48	52	20	68	6	1	5		
Edad:										
18 a 29 años	(596)	48	52	20	68	6	1	5		
30 a 49 años	(1.695)	45	55	22	69	5	*	4		
50 años o más	(1.234)	50	50	27	63	5	1	4		
Ocupación:										
Profesionales, gerentes y directivos.	(162)	55	45	19	67	10	—	4		
Comerciantes, empleados y funcionarios	(744)	49	51	27	65	4	*	4		
Trabajadores especializados	(502)	38	62	24	65	6	1	4		
Trabajadores no especializados	(256)	43	57	22	64	5	1	8		
Propietarios agrícolas	(41)	39	61	32	64	4	—	—		
Trabajadores agrícolas, pescadores, mineros y similares	(218)	55	45	28	63	6	—	3		
Nivel de estudios:										
Menos de primarios	(967)	49	51	22	65	8	1	4		
Primarios	(1.736)	44	56	23	69	3	1	4		
Secundarios	(488)	52	48	27	63	6	—	4		
Técnicos de grado medio	(171)	52	48	29	60	5	1	5		
Universitarios o técnicos de grado superior	(140)	53	47	18	61	14	2	5		
Nivel de ingresos mensuales:										
Menos de 5.000 pesetas	(1.846)	44	56	24	66	5	1	4		
De 5.000 a 9.999 pesetas	(1.144)	46	54	23	68	5	*	4		
De 10.000 a 19.999 pesetas	(314)	63	37	26	62	7	2	3		
De 20.000 pesetas o más	(78)	65	35	11	63	15	—	11		
Sin respuesta	(153)	51	49	25	65	4	1	5		
Municipios de residencia:										
De 500.000 y más habitantes	(800)	53	47	16	69	7	1	7		
De 95.001 a 500.000 habitantes.	(1.459)	43	57	26	66	4	1	3		
De 10.001 a 95.000 habitantes	(876)	50	50	20	73	3	1	3		
De 2.001 a 10.000 habitantes	(400)	45	55	32	50	12	—	6		

1. No tiene aparato, no escucha la radio o no escucha los diarios.

CUADRO 49

SI NO ESCUCHA LOS DIARIOS HABLADOS ¿POR QUE?

	De los que escuchan los diarios hablados.										S. R.	%
	1	2	3	4	5	6	7	Otros motivos				
Total												
TOTAL	86	14	32	27	12	18	3	3	5			
	(3,535)											
Sexo:												
Varones	91	9	35	17	16	17	4	6	5			
Hembras	80	20	29	32	10	18	3	3	5			
	(1,748)											
	(1,787)											
Edad:												
18 a 29 años	80	20	37	30	11	12	3	4	3			
30 a 49 años	86	14	36	21	12	21	2	2	6			
50 años o más	88	12	19	35	11	15	7	7	6			
	(596)											
	(1,695)											
	(1,234)											
Ocupación:												
Profesionales, gerentes y directivos.	90	10	43	13	6	19	6	—	13			
Comerciantes, empleados y funcionarios	89	11	38	16	14	22	7	6	3			
Trabajadores especializados	90	10	18	30	24	24	2	2	—			
Trabajadores no especializados	84	16	24	25	15	25	3	—	8			
Proprietarios agrícolas	98	2	—	—	100	—	—	—	—			
Trabajadores agrícolas, pescadores, mineros y similares	91	9	—	40	20	10	10	—	20			
	(162)											
	(744)											
	(502)											
	(256)											
	(41)											
	(218)											

ENCUESTA NACIONAL SOBRE RADIO Y T. V.

(Continuación)

CUADRO 49

	De los que escuchan los diarios hablados							S. R.	
	1	2	3	4	5	6	7		Otros motivos
Total	%	%	%	%	%	%	%	%	
Nivel de estudios:									
Menos de primarios	(967)	15	17	33	15	15	5	6	9
Primarios	(1.736)	85	31	29	29	11	3	1	4
Secundarios	(488)	87	13	46	19	11	3	6	3
Técnicos de grado medio	(171)	86	14	58	8	17	—	—	—
Universitarios o técnicos de grado superior	(140)	90	10	58	14	—	—	—	14
Nivel de ingresos mensuales:									
Menos de 5.000 pesetas	(1.846)	87	13	13	34	17	21	5	6
De 5.000 a 9.999 pesetas	(1.144)	84	16	43	23	9	14	3	4
De 10.000 a 19.999 pesetas	(314)	85	15	62	9	9	11	2	7
De 20.000 pesetas o más	(78)	82	18	65	—	—	21	—	14
Sin respuesta	(153)	78	28	40	33	3	18	—	3
Municipios de residencia:									
De 500.000 y más habitantes	(800)	84	16	46	20	8	16	3	4
De 95.001 a 500.000 habitantes	(1.459)	86	14	35	25	14	14	3	6
De 10.001 a 95.000 habitantes	(876)	85	15	15	31	13	26	6	6
De 2.001 a 10.000 habitantes	(400)	92	8	9	58	6	15	—	6

1. No tiene aparato, no lo escucha, o escucha los diarios.
2. No escucha los diarios.
3. Tiene T. V., escucha los telediarios.
4. No le gustan, no le interesan, le aburren, no entiende.
5. La oye en el casino, no tiene ocasión, no está en casa a esas horas ó no escucha la radio a esas horas.
6. No tiene tiempo, tiene que hacer otras cosas.
7. No se interesa por los asuntos políticos.

ENCUESTAS DEL INSTITUTO

CUADRO 50

¿ESCUCHA USTED EL TERCER PROGRAMA DE RADIO NACIONAL?

	Total	No tienen aparato de radio o no lo escuchan %	Escucha la radio %	De los que escuchan la radio			
				Sí %	No %	%No lo conocen	S. R. %
TOTAL	(3.535)	33	67	6	40	51	3
Sexo:							
Varones	(1.748)	38	62	8	42	48	2
Hembras	(1.787)	28	72	5	40	52	3
Edad:							
18 a 29 años	(596)	29	71	8	44	45	3
30 a 49 años	(1.695)	31	69	5	41	52	3
50 años o más	(1.234)	38	62	7	40	50	3
Ocupación:							
Profesionales, gerentes y directivos. Comerciantes, empleados y funcio- narios	(162)	45	55	11	53	36	—
Trabajadores especializados	(744)	39	61	8	44	45	3
Trabajadores no especializados ...	(502)	28	72	6	45	48	1
Propietarios agrícolas	(256)	28	72	5	41	51	3
Trabajadores agrícolas, pescadores, mineros y similares	(41)	37	63	8	46	46	—
	(218)	46	54	8	39	44	9
Nivel de estudios:							
Menos de primarios	(967)	34	66	5	38	52	5
Primarios	(1.736)	29	71	6	41	51	2
Secundarios	(488)	39	61	8	46	43	3
Técnicos de grado medio	(171)	38	62	9	46	43	2
Universitarios o técnicos de grado superior	(140)	43	57	6	46	48	—
Nivel de ingresos mensuales:							
Menos de 5.000 pesetas	(1.846)	32	68	5	40	52	3
De 5.000 a 9.999 pesetas	(1.144)	31	69	7	40	51	2
De 10.000 a 19.999 pesetas ...	(314)	48	52	7	51	40	2
De 20.000 pesetas o más	(78)	49	51	10	40	45	5
Sin respuesta	(153)	29	71	7	54	36	3
Municipios de residencia:							
De 500.000 y más habitantes	(800)	36	64	9	46	43	2
De 95.001 a 500.000 habitantes.	(1.459)	29	71	6	41	52	1
De 10.001 a 95.000 habitantes ...	(876)	35	65	4	36	56	4
De 2.001 a 10.000 habitantes ...	(400)	37	63	7	43	44	6

ENCUESTA NACIONAL SOBRE RADIO Y T. V.

C U A D R O 5 1

¿SE HA ENTERADO USTED DE LA EXISTENCIA DE NUEVAS EMISORAS DE FRECUENCIA MODULADA (F.M.)?

	Total	Sí %	No %	S. R. %
TOTAL	(3.535)	48	45	7
Sexo:				
Varones	(1.748)	54	38	8
Hembras	(1.787)	40	53	7
Edad:				
18 a 29 años	(596)	61	32	7
30 a 49 años	(1.695)	50	43	7
50 años o más	(1.234)	36	56	8
Ocupación:				
Profesionales, gerentes y directivos	(162)	78	18	4
Comerciantes, empleados y funcionarios	(744)	62	29	9
Trabajadores especializados	(502)	54	40	6
Trabajadores no especializados	(256)	37	55	8
Propietarios agrícolas	(41)	24	61	15
Trabajadores agrícolas, pescadores, mineros y similares	(218)	20	68	12
Nivel de estudios:				
Menos de primarios	(967)	30	62	8
Primarios	(1.736)	45	48	7
Secundarios	(488)	72	20	8
Técnicos de grado medio	(171)	81	15	4
Universitarios o técnicos de grado superior	(140)	79	17	4
Nivel de ingresos mensuales:				
Menos de 5.000 ptas	(1.846)	35	57	8
De 5.000 a 9.999 ptas	(1.144)	58	36	6
De 10.000 a 19.999 ptas	(314)	75	20	5
De 20.000 ptas, o más	(78)	70	18	12
Sin respuesta	(153)	44	48	8
Municipios de residencia:				
De 500.000 y más habitantes	(800)	51	43	6
De 95.001 a 500.000 habitantes	(1.459)	51	43	6
De 10.001 a 95.000 habitantes	(876)	46	45	9
De 2.001 a 10.000 habitantes	(400)	26	61	13

ENCUESTAS DEL INSTITUTO

CUADRO 52

¿ESCUCHA ALGUNA EMISORA DE F. M.?

(Ver clave explicatoria al pie de página)

	Total	1	Escuchan la radio	De los que escuchan la radio		
				Sí	No	S. R.
		%	%	%	%	%
TOTAL	(3.535)	64	36	19	80	1
Sexo:						
Varones	(1.748)	61	39	19	80	1
Hembras	(1.787)	66	34	19	79	2
Edad:						
18 a 29 años	(596)	52	48	24	74	2
30 a 49 años	(1.695)	62	38	18	81	1
50 años o más	(1.234)	73	27	18	81	1
Ocupación:						
Profesionales, gerentes y directivos.	(162)	52	48	25	75	—
Comerciantes, empleados y funcionarios	(744)	58	42	20	79	1
Trabajadores especializados	(502)	56	44	20	77	3
Trabajadores no especializados	(256)	67	33	16	81	3
Propietarios agrícolas	(41)	80	20	25	75	—
Trabajadores agrícolas, pescadores, mineros y similares	(218)	86	14	26	71	3
Nivel de estudios:						
Menos de primarios	(967)	75	25	17	81	2
Primarios	(1.736)	64	36	18	81	1
Secundarios	(488)	51	49	21	77	2
Técnicos de grado medio	(171)	48	52	32	68	—
Universitarios o técnicos de grado superior	(140)	49	51	22	78	—
Nivel de ingresos mensuales:						
Menos de 5.000 pesetas	(1.846)	70	30	17	81	2
De 5.000 a 9.999 pesetas	(1.144)	56	44	20	79	1
De 10.000 a 19.999 pesetas	(314)	59	41	19	81	—
De 20.000 pesetas o más	(78)	54	46	22	72	6
Sin respuesta	(152)	62	38	29	68	3
Municipios de residencia:						
De 500.000 y más habitantes	(800)	62	38	19	79	2
De 95.001 a 500.000 habitantes.	(1.459)	61	39	20	79	1
De 10.001 a 95.000 habitantes	(876)	65	35	15	84	1
De 2.001 a 10.000 habitantes	(400)	77	23	30	66	4

1. No tiene aparato, no la escucha o no se ha enterado de la existencia de F. M.

CUADRO 53

SI NO LA ESCUCHA, ¿POR QUE?

(Ver clave explicativa a pie de página)

	1		2		3		4		5		6		7		S. R.
	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	
TOTAL	(3,535)	71	29	66	10	6	3	2	2	3	3	3	3	5	
Sexo:															
Varones	(1,748)	70	30	65	12	6	3	2	2	1	3	4	4	4	
Mujeres	(1,787)	73	27	63	9	5	3	3	4	4	3	3	6		
Edad:															
18 a 29 años	(596)	64	36	63	12	6	3	2	2	3	3	2	6		
30 a 49 años	(1,695)	69	31	65	11	6	2	2	2	2	3	4	5		
50 años o más	(1,234)	78	22	67	8	5	5	2	2	2	3	4	4		
Ocupación:															
Profesionales, gerentes y directivos.	(162)	65	35	50	7	16	4	4	4	—	4	13	2		
Comerciantes, empleados y funcionarios	(744)	67	33	65	10	6	5	2	2	*	3	3	6		
Trabajadores especializados	(502)	66	34	66	12	5	1	2	2	2	2	5	5		
Trabajadores no especializados	(256)	72	28	61	21	9	—	—	—	—	1	1	7		
Propietarios agrícolas	(41)	85	15	66	17	—	—	—	—	—	—	17	—		
Trabajadores agrícolas, pescadores, mineros y similares	(218)	89	11	63	8	8	4	—	—	—	4	—	13		

ENCUESTAS DEL INSTITUTO

(Continuación)

CUADRO 53

	De los que no escuchan las emisoras de F. M.										
	1	2	3	4	No tienen tiempo, no pueden	5	Ven la T V	6	7	Otras razones	S. R.
Total	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Nivel de estudios:											
Menos de primarios	79	21	70	7	6	3	—	3	2	4	5
Primarios	(967)										
Secundarios	71	29	63	13	5	4	2	2	3	3	5
Técnicos de grado medio	62	38	61	8	5	3	3	3	6	4	7
Universitarios o técnicos de grado superior	(171)	65	35	72	7	3	3	—	2	3	3
	(140)	62	38	55	9	—	8	—	4	11	2
Nivel de ingresos mensuales:											
Menos de 5.000 pesetas	75	25	68	9	5	4	1	2	2	3	6
De 5.000 a 9.999 pesetas	(1.846)										
De 10.000 a 19.999 pesetas	66	34	61	14	4	3	3	2	5	4	4
De 20.000 pesetas o más	(314)	68	32	52	10	11	5	2	6	7	4
	(78)	65	35	67	—	4	4	4	7	—	7
Sin respuesta	(153)	73	27	56	5	—	2	2	—	10	5
Municipios de residencia:											
De 500.000 y más habitantes	69	31	67	6	7	2	3	3	4	1	7
De 95.001 a 500.000 habitantes	(800)										
De 10.001 a 95.000 habitantes	70	30	64	10	7	4	2	2	3	5	3
De 2.001 a 10.000 habitantes	(876)	70	30	59	18	3	2	3	3	4	5
	(400)	84	16	74	2	3	—	—	—	3	13

1. No tiene aparato de radio, no lo escucha, no se ha enterado de la existencia, o escucha alguna de estas emisoras.
2. No escucha las emisoras de F. M.
3. No tiene adaptado en aparato de radio por F. M.
4. No llega ninguna emisora de F. M. o no la puede coger.
5. No sabe cuáles son, o no sabe cogerlas, no sabe las horas.
6. No tiene costumbre, pone otras emisoras, o sale un tipo de programa.
7. No le interesa, no se ha preocupado.

Información

Información

A) Cuestiones políticas

ALEMANIA

1. Encuesta sobre las actitudes políticas fundamentales de la población

El Instituto EMNID de Investigación de la Opinión Política, de Bielefeld, conjuntamente con los institutos de Ciencias Políticas y de Investigación Sociológica Comparada de la universidad de Colonia, ha realizado una investigación pluritemática en octubre de 1965 sobre la actitud de la población frente a cuestiones políticas fundamentales. Así, había de ser destacada, sobre todo, la actitud de los consultados frente al radicalismo de derechas y examinada la firmeza de su «conciencia democrática».

Primeramente, se presentaba a cada consultado 20 tarjetas, en cada una de las cuales figuraba impreso un concepto, con la pregunta:

«Dígame usted, por favor, de cada palabra si conviene más bien a la democracia, o más bien al nacional-socialismo, o a ninguno de ambos.»

Se entregaba entonces al consultado una hoja, en la que figuraba impreso un esquema correspondiente para la clasificación de las tarjetas.

Así, por ejemplo, el 75 por 100 de los consultados consideraron el concepto «seguridad personal» (1) como pertinente «más bien a la democracia», mientras que el 11 por 100 opinaron que no convenía a «ninguno de ambos» y solo el 2 por 100 la atribuyeron al nacional-socialismo (el 12 por 100 no tomaron posición frente a la pregunta sobre la ordenación del concepto «seguridad personal»).

El concepto que fue emparejado con la democracia con más frecuencia, a saber, por el 90 por 100 de los consultados, fue «libertad» (2). Siguen «bienestar» (3) (82 por 100) «seguridad pública» (4) y «legalidad» (5) (un 79 por 100 cada uno de ellos); «justicia» (6) (77 por 100), «bien común» (7) y «seguridad personal» (ambos, un 75 por 100), «orden» (8) (69 por 100), «éxito» (9) (65 por 100) y «eficiencia» (10) (59 por 100). Fueron clasificados con más frecuencia como «más bien pertinentes al nacional-socialismo» los siguientes conceptos: «despotismo» (11) (89 por 100), «opresión» (12) (81 por 100), «engaño al pue-

(*) Ofrecemos a continuación una serie de resultados de diversas encuestas realizadas por otros Institutos de Opinión Pública en algunos países, agrupados por temas.

- (1) Geborgenheit, en el original.
- (2) Freiheit, en el original.
- (3) Wohlstand, en el original.
- (4) Sicherheit, en el original.
- (5) Gesetzlichkeit, en el original.
- (6) Gerechtigkeit, en el original.
- (7) Gemeinwohl, en el original.
- (8) Ordnung, en el original.
- (9) Erfolg, en el original.
- (10) Leistung, en el original.
- (11) Gewaltherrschaft, en el original.
- (12) Unterdrückung, en el original.

INFORMACION

blo» (13) y amenaza» (14) (cada uno un 74 por 100), «seducción» (15) (58 por 100), «confusión» (16) (52 por 100) y «mando» (17) (46 por 100).

Una proporción relativamente alta de los consultados no se pudo decidir frente a los conceptos «torpeza» (18) y «corrupción» (19). Entre los restantes, la «torpeza» fue atribuida más frecuentemente a la democracia y, la «corrupción», al nacional-socialismo. Quedaron repartidas equilibradamente las tarjetas en las que figuraba la palabra «fortaleza» (20): un 38 por 100 de los consultados creen que la fortaleza se acomoda mejor con la democracia o, respectivamente, con el régimen nacional-socialista.

A la pregunta:

«¿Se acuerda usted todavía o sabe aproximadamente a través de lo que haya leído u oído qué condiciones caracterizaban (21) la República de Weimar, es decir, la época de 1919 a 1933?»

el 20 por 100 respondieron «me acuerdo todavía» y otro 23 por 100, de oídas o por lecturas, tienen conocimientos en alguna medida sobre las circunstancias que imperaban durante ese lapso. Más de la mitad de los consultados (53 por 100) dijeron no tener idea alguna sobre la República de Weimar y el 4 por 100 no adoptó postura frente a la pregunta.

A aquellos que poseen conocimientos, por propia experiencia o por informaciones de segunda mano, sobre la República de Weimar, se presentó otra vez las veinte tarjetas. Tenían que clasificarlas según que el concepto correspondiente conviniese a la República de Weimar o no fuese éste, en su opinión, el caso.

Entre estos consultados (43 por 100) fueron atribuidos con más frecuencia a la República de Weimar los siguientes conceptos: «libertad» (30 por 100), «legalidad» y «confusión» (un 28 por 100 cada uno), «torpeza» (27 por 100), «justicia» (23 por 100) y «bien común» (22 por 100). Como no convenientes a la República de Weimar se considera, sobre todo, los conceptos siguientes: «despotismo» (32 por 100), «opresión», «bienestar» y «fortaleza» (un 29 por 100 para cada uno de estos tres últimos); «mando», «engaño al pueblo» y «seguridad personal» (24 por 100); «seducción» y «seguridad pública» (23 por 100), «eficiencia» (21 por 100) y «orden» (20 por 100).

Se había de analizar también la firmeza de la actitud democrática fundamental frente a una ideología radical de derechas mediante las preguntas siguientes:

- (13) Volksbetrug, en el original.
- (14) Bedrohung, en el original.
- (15) Verführung, en el original.
- (16) Wirrwarr, en el original.
- (17) Führung, en el original.
- (18) Schwerfälligkeit, en el original.
- (19) Korruption, en el original.
- (20) Stärke, en el original.
- (21) "... wie es bei uns... aussah?".

CUESTIONES POLITICAS

«Dos hombres discuten sobre valor o nulidad de democracia y dictadura. Uno dice: «Democracia o dictadura», no es cuestión tan importante, en modo alguno: lo principal es que haya verdaderos hombres de Estado a la cabeza.»

El otro dice: «La dictadura es siempre un peligro. Yo prefiero la democracia en cualquier caso.»

¿Cuál de estas dos opiniones aprueba usted mejor?»

«Dos hombres conversan sobre la política exterior de la República Federal. Uno dice: «Considerado en el fondo, nosotros desarrollamos hoy, como pueblo vencido, una política de ejecución frente a los vencedores.»

El otro dice: «Considerado en el fondo, la política de alianza con el Occidente no es una política de ejecución, sino que responde a los intereses alemanes.»

¿A qué opinión se adhiere usted?»

«Más de medio millón de personas han votado por el N. P. D. (22) en las elecciones para la Dieta Federal. ¿Desearía usted que, en el futuro, un partido como éste fuese más fuerte o estaría usted en contra de ello?»

Las dos primeras preguntas debían facilitar a los consultados la decisión por una de ambas opiniones mediante la posibilidad de la proyección de opiniones propias a personas ficticias y mediante formulaciones previas, así como mediante el moderado «mejor».

Más de tres cuartas partes de los consultados (77 por 100) se decidieron, en el caso de la primera pregunta, por la cita: «Yo prefiero la democracia en cualquier caso». Solo el 17 por 100 eligió la primera afirmación y el 6 por 100 no adoptó postura.

Sobre el tema «política exterior de la República Federal», la mayoría de los consultados (59 por 100) se adhirió a la afirmación según la cual esa política responde a «los intereses alemanes» y no es una política de ejecución. Pero, de todos modos, uno de cada cuatro (25 por 100) considera justa la opinión de que la República Federal desarrolla una «política de ejecución frente a los vencedores». La proporción de los que no adoptaron postura frente a esta pregunta es también mayor (16 por 100) que la correspondiente a la primera pregunta.

Considerando que el N. P. D., en las elecciones para la Dieta Federal del 19 de septiembre de 1965, solo alcanzó una proporción de electores del 2,0 por 100, el resultado de la tercera pregunta es particularmente interesante: casi uno de cada diez consultados (9 por 100) expresa el deseo de que «un partido como ese» pueda encontrar en el futuro más adhesión. Otra «reserva» de consultados que tienden hacia la misma actitud podría contener el grupo, relativamente grande, de los «sin opinión» frente a esta pregunta (19 por 100). Escasamente tres cuartas partes de los consulta-

(22) Partido Nacional-democrático, fundado poco antes de las elecciones de septiembre de 1965, entre otros, por miembros del fracasado y ya disuelto partido del Reich alemán, considerado como nacional-socialista (T.).

INFORMACION

dos (72 por 100) declararon estar contra un fortalecimiento del N. P. D. o de «un partido como ese».

Seguidamente se presentó a los consultados una tarjeta en la que figuraba el siguiente texto:

«No se debería tolerar que en nuestro país las personas fuesen de diversa opinión en las cuestiones vitales fundamentales, tales como las buenas costumbres, la vida familiar y la fe en Dios.»

Entonces se formulaba la pregunta:

«Dígame, por favor, si usted considera esta frase correcta, en parte correcta, más bien falsa o enteramente falsa.»

Casi la mitad de los consultados (47 por 100) rechazan en absoluto la «uniformización espiritual» pedida en esa frase, y otro cuarto (24 por 100) opina que esa frase es «más bien falsa». Solo el 15 por 100 afirman entera o parcialmente tal pensamiento (6 por 100, «correcta»); (9 por 100 «en parte, correcta»), y el 15 por 100 restante no indicó posición.

Los consultados que habían calificado la frase de «correcta» o «en parte, correcta» (15 por 100) siguieron informando sobre con qué medios, en su opinión, debería procurarse esa no-tolerancia de un pluralismo espiritual—manifiestamente, con la meta de una «unificación de la sociedad»:

«En su opinión, ¿qué debería ocurrir para imponerlo?»

El problema planteado por la primera pregunta fue entendido de modo muy diferente por los distintos consultados. Muchos ven solo **un** lado del problema, por ejemplo, **solo** la diversidad de las confesiones religiosas, **solo** el pluralismo político o **solo** la desviación de los modos de comportamiento de los jóvenes de las ideas de los adultos—es decir, del problema de generaciones. Esto muestran también las respuestas a la segunda pregunta, de las que se reproducirá, mediante citas, algunas de las correspondientes a cada categoría de respuestas:

Mediante la reunión de las comunidades confesionales (2 por 100).

«Ambas confesiones deberían ser reunidas / Solo una organización religiosa común / Se debería aspirar a una comunidad confesional / En mi opinión, debería haber solo una fe, pues solo hay un Dios / Iglesia unitaria / Reunión, puesto que la cristiandad es el baluarte contra el comunismo mundial.»

Mediante unificación (2 por 100).

«Más unificación / Debería haber más unidad / Reunirse y ponerse de acuerdo / Debe fortalecerse la armonía en el interior del pueblo.»

CUESTIONES POLITICAS

Mediante ilustración (2 por 100).

«Emprender más labor de ilustración / Ello podría ocurrir solamente mediante ilustración y, entre la juventud, mediante educación / Ilustración en iglesias y escuelas / En primer lugar, son los pedagogos quienes deberían preocuparse por esto—también la vida familiar debería ocuparse, con ilustración / Educar ya a los niños en ese sentido / Los educadores deben ser ejemplos.»

Mediante la ley (1 por 100).

«Modificar la Ley Fundamental / Crear un fundamento legal / Crear a cada respecto para todas las personas leyes igualmente vigentes, sanas y soportables / Las mismas leyes para cada región / Igualar las leyes, con respecto a la moral y las buenas costumbres, en todas las regiones / Medidas de justicia más fuertes.»

Mediante intervención dura (1 por 100).

«Dureza, dureza / Intervenir mejor, hay demasiados asesinatos y asaltos / Castigar a los perversos castrándolos / Poner en razón a la juventud empleando la dureza y eliminar a los cabezas de hongo / Conducir, sobre todo, a la juventud más rigidamente / Dura educación por los padres / Dura intervención de los padres / Dura y estricta vigilancia de los cines.»

No se puede modificar nada (1 por 100).

«No se puede hacer nada: democracia es democracia / Solo se puede imponer en una dictadura / Todas las personas no pueden pensar y sentir de la misma manera, eso no sucederá nunca / No imponerlo, o debería ocurrir un milagro / Esas cosas no se pueden realizar.»

Expondremos finalmente los resultados obtenidos mediante las dos preguntas siguientes:

«¿Qué Estado es mejor?, ¿el Estado en el que, en primer lugar, interesa el bienestar y la libertad individual o el Estado en el que interesa solamente el bienestar y la libertad del pueblo?»

«¿Deberíamos comprar los alemanes, sobre todo, productos alemanes o es igual de dónde sean los productos con tal de que sean buenos y de buen precio?»

Mientras que, con la pregunta citada primeramente, había de com-

INFORMACION

probarse el nivel de las proporciones de la población que conceden prioridad al derecho a vida propia, a individualidad o a la obligación para lo colectivo, la «comunidad del pueblo»; en la segunda pregunta, las personas informantes habían de adoptar posición ante la alternativa «economía nacional cerrada» — «economía internacional de tráfico, de división de trabajo».

El 57 por 100 de los consultados dieron preferencia al bien del Estado o al «bienestar y la libertad» de **todo** el pueblo, sobre «el bienestar y la libertad» **individuales**. La actitud individualista, que concede primacía al derecho del individuo, es representada por el 37 por 100 de los consultados. El 6 por 100 no adoptan postura.

Más de dos tercios de los consultados (68 por 100) consideran justo el regirse, en la decisión de compra, por el precio y calidad del producto, y no por el país de su procedencia. De todos modos, escasamente uno de cada tres prefiere sin el menor reparo el «made in Germany», bien por consideraciones proteccionistas referidas a productos particulares o a todas las ramas de la economía, o por la aspiración a una economía autárquica, como correspondía, por ejemplo, a los principios fundamentales del orden económico introducido en el III Reich. Solo el 3 por 100 de los consultados no se pudo decidir por ninguna de ambas alternativas.

B) Política internacional

GRECIA

1. *Ha aumentado el número de los contrarios a la O. T. A. N.*

En Grecia, desde 1952 Estado miembro de la O. T. A. N., el Instituto GALLUP, ha estudiado repetidamente el conocimiento y las opiniones sobre el pacto del Atlántico Norte. Se formuló a una muestra representativa de la población las siguientes preguntas:

POLITICA INTERNACIONAL

		Mayo 1962 %	Abril 1964 %	Dic. 1964 Enero 1965 %
«¿Ha oído o leído algo sobre el pacto del Atlántico Norte, es decir, la O. T. A. N.?»	Sí	83	77	72
	No	17	23	28
		100	100	100
«¿Es Grecia Estado miembro de la O. T. A. N.?»	Sí	96	97	96
	No	4	—	—
	Sin posición	—	3	4
		100	100	100
«¿Está usted de acuerdo o no con que Grecia sea miembro de la O. T. A. N.?»	De acuerdo	81	73	55
	En desacuerdo	5	14	19
	Sin indicación	14	13	26
		100	100	100

DINAMARCA

2. ¿Un plebiscito en 1966 sobre la permanencia en la O. T. A. N.?

El Instituto GALLUP danés estudia regularmente desde 1949, mediante encuestas, la pregunta: «¿Está usted a favor o en contra de la participación de Dinamarca en el Pacto Atlántico (O. T. A. N.)?» (Dinamarca es de los doce miembros fundadores de la O. T. A. N., en abril de 1949). La proporción de los que no adoptan postura frente a esta pregunta, fue inhabitualmente elevada en la última encuesta:

	A favor %	En contra %	Sin oposición %	%
1949	47	26	27	100
1951	49	27	24	100
1953	48	24	28	100
1955	47	24	29	100
1957	56	18	26	100
1959	43	17	40	100
1961	53	10	37	100
1963	50	11	39	100
1965 (abril)	45	19	36	100
1965 (noviembre)	41	13	46	100

INFORMACION

Además, en otoño de 1965 fue estudiada la pregunta:

«En 1969, es decir, dentro de 3 años aproximadamente, el pacto Atlántico actual caduca, en el sentido de que sus miembros pueden someter a revisión su participación. Se ha propuesto por ello que se debería realizar entonces un plebiscito sobre nuestra participación futura. Tal propuesta, ¿le parece a usted buena o mala idea?»

	Total %	Agrupación según las respuestas a la pregunta por la actitud frente a la participación danesa.		
		A favor %	En contra %	Sin oposición %
Buena propuesta	41	51	73	23
Mala propuesta	16	29	14	4
Sin posición	43	20	13	73
	100	100	100	100

3. Actitudes frente a un ingreso en la C. E. E.

En Dinamarca, que—como la Gran Bretaña—es uno de los Estados fundadores de la Zona Europea de Comercio Libre (fundación de la E. F. T. A., el 4-1-1960), se repitió a fines de 1965 una encuesta sobre las actitudes frente a un ingreso en la C. E. E., en la que se formuló las preguntas siguientes:

- a) *«¿Está usted a favor o en contra de un ingreso de Dinamarca en el Mercado Común (de los seis países), supuesto que ingrese también la Gran Bretaña?»*
- b) *«Y, en el caso de que Inglaterra no se incorpore, ¿estaría usted entonces a favor o en contra del ingreso de Dinamarca?»*

El ingreso británico, manifiestamente (vid. respuestas a la pregunta «b»), no es visto como un supuesto para la incorporación de Dinamarca al Mercado Común por la mayoría de aquellos consultados que se pronuncian de principio por ese paso:

POLITICA INTERIOR DE LOS ESTADOS

Pregunta "a"				Pregunta "b"			
A favor del ingreso %	En contra del ingreso %	Sin indicación %	%	A favor del ingreso %	En contra del ingreso %	Sin indicación %	%
1961	53	8	38	100	—	—	—
1962	41	9	51	100	57	22	21
1963	49	7	44	100	48	27	25
1964	50	9	41	100	51	27	22
1965	51	4	45	100	56	24	20

C) Política interior de los Estados

ESTADOS UNIDOS

1. Las elecciones presidenciales de 1968.

El Instituto GALLUP americano hizo responder hace poco a una muestra representativa de la población la siguiente pregunta:

«Imagínese un momento que hoy se celebrase elecciones presidenciales. ¿A quién desearía usted la victoria en el caso de que el vicepresidente Humphrey fuese el candidato demócrata y Richard Nixon el republicano?»

El reparto de las respuestas—antes y después de la «conversión» de los sin opinión—muestra casi las mismas proporciones de consultados que se pronuncian por uno u otro candidato supuesto:

Humphrey	47 %	51 %
Nixon	45 %	49 %
Sin opinión	8 %	— %
	100 %	100 %

A la presentación de una lista de políticos **republicanos**, la mayoría de los candidatos nombró a Nixon como el «mejor candidato republicano a la Presidencia» para 1968; los porcentajes señalados, según las simpatías del partido de los consultados, correspondientes a los cuatro políticos mencionados con más frecuencia son los siguientes:

Partidarios del:

Partido republicano		Partido demócrata		Consultados independientes	
Nixon	33 %	Lodge	17 %	Nixon	21 %
Lodge	15 %	Nixon	14 %	Lodge	15 %
Goldwater	11 %	Rockefeller	13 %	Romney	12 %
Romney	10 %	Scranton	11 %	Goldwater	10 %

INFORMACION

Como buenas cualidades de Nixon, señalan sus partidarios, sobre todo, sinceridad, seriedad, buen carácter, empeño y su formación. Además, fueron formuladas las preguntas siguientes:

«¿Cree usted que él (Nixon) tiene el deseo de ser un día presidente?»	Sí	77 %
	No	16 %
	Sin posición	7 %
		100 %
«¿Cree usted que él (Nixon) conseguirá alguna vez ser designado candidato republicano a la Presidencia?»	Sí	24 %
	No	64 %
	Sin posición	12 %
		100 %
«¿Vería usted con gusto que Nixon fuese presidente en el futuro, en cualquier momento?»	Sí	31 %
	No	57 %
	Sin posición	12 %
		100 %

2. La confianza en los partidos políticos.

El partido demócrata ha perdido la gran ventaja que tenía todavía en el verano de 1964 sobre los republicanos como «garantizador de la paz». En agosto de 1964, en una encuesta de GALLUP, tres veces más consultados habían pronunciado su confianza en los demócratas que en los republicanos como el «partido de la paz».

A principios de febrero de este año fueron estudiadas de nuevo las preguntas sobre si los demócratas o los republicanos ofrecen las mejores garantías

- a) para el mantenimiento de la paz, y
- b) para el mantenimiento del bienestar.

Así, se mostró que el partido gubernamental posee, mucho más que la oposición, la confianza de la población respecto del mantenimiento del bienestar y que su ventaja en la causa de la paz, sin embargo, es solo escasa:

	<i>Mejor partido de la paz</i>	<i>Para el mante- nimiento del bienestar</i>
	%	%
Los demócratas	28	48
Los republicanos	25	19
Iguals, sin diferencia	31	21
Sin posición	16	12
	100	100

POLITICA INTERIOR DE LOS ESTADOS

ALEMANIA

3. *La consideración de la voluntad del elector.*

En noviembre de 1965, el Instituto EMNID de Investigación de la opinión política preguntó a una muestra representativa de la población:

«¿Cree usted que, en su política y, especialmente, en las negociaciones para la formación de una coalición gubernamental, los partidos tienen en cuenta la voluntad del elector, expresada a través de su voto en las elecciones, o no lo cree?»

Junto al resultado general:

<i>La voluntad del elector</i>	
— es tomada en cuenta	13
— es tomada en cuenta parcialmente	45
— no es tomada en cuenta	31
Sin posición	11
	100

Reproducimos aquí también los resultados parciales según las simpatías de partido correspondientes a algunos años pasados:

<i>La voluntad del elector</i>						
		Es tomada en cuenta	Es tomada en cuenta parcialmente	No es tomada en cuenta	Sin posición	
		%	%	%	%	%
Oct. 1956	CDU/CSU (1)	29	40	24	7	100
	SPD (2)	16	36	39	9	100
Oct. 1958	CDU/CSU	29	49	21	1	100
	SPD	12	41	46	1	100
Febrero 1962	CDU/CSU	14	53	18	15	100
	SPD	7	44	42	7	100
Noviembre 1965	CDU/CSU	23	54	15	8	100
	SPD	8	40	46	7	100

(1) Unión Cristiano-demócrata, Unión Cristiano-social.
 (2) Partido Social-demócrata de Alemania.

INFORMACION

De esta composición se deduce que los partidarios del C. D. U.-C. S. U. juzgan en absoluto más positivamente en esta cuestión que los consultados simpatizantes del S. P. D. Particularmente fuerte es la diferencia entre las proporciones de los que creen en la consideración de la voluntad del elector en la encuesta más reciente, realizada poco después de las elecciones para la Dieta Federal (C. D. U.-C. S. U.: 15 por 100; S. P. D.: 46 por 100).

Para su comparación, exponemos a continuación otra vez los resultados totales obtenidos en algunos de los años pasados mediante esta formulación:

La voluntad del elector

	<i>Es tenida en cuenta</i>	<i>Es tenida en cuenta parcialmente</i>	<i>No es tenida en cuenta</i>	<i>Sin oposición</i>	
	%	%	%	%	%
Octubre 1956	16	39	35	10	100
Octubre 1957	19	39	34	8	100
Octubre 1958	18	46	34	2	100
Noviembre 1959	11	51	30	8	100
Marzo 1961	13	55	26	6	100
Febrero 1962	10	45	26	19	100
Noviembre 1965	13	45	31	11	100

D) Política social

GRAN BRETAÑA

1. Encuesta sobre el problema de la automatización.

Sobre las consecuencias de la automatización realizó el Instituto Gallup británico una encuesta en octubre de 1965. En ella, el 22 por 100 de los consultados expresaron la esperanza de que la automatización repercuta —directa o indirectamente— sobre su propia actividad profesional.

El 42 por 100 opinaron que la automatización demostrará ser «una cosa buena» para sí mismos y para sus semejantes, y solo el 16 por 100 creyeron que demostrará ser «una cosa mala».

En 1960 ya había sido estudiada una pregunta respecto a las repercusiones sobre el mercado laboral:

«¿Cree usted que la automatización, es decir, el empleo creciente de computadores y de la dirección automática de la industria, llevará a un porcentaje mayor de parados o no?»

POLITICA SOCIAL

	Marzo 1960 %	Octubre 1965 %
Llevará a mayor paro	41	46
No llevará a mayor paro	31	31
Sin posición	28	23
	100 %	100 %

Así pues, aunque domina la opinión de que la automatización ocasionará un aumento de paro, los consultados son más bien optimistas en la estimación de las consecuencias para ellos personalmente.

ALEMANIA

2. *El 43 por 100 de la población aprueba la propuesta: «Una hora más de trabajo».*

En enero de 1966, el Instituto EMNID de Investigación de la Opinión formuló a una muestra representativa de la población de la República Federal la pregunta siguiente:

«El canciller federal Erhard ha pedido a los empleados alemanes que presten una hora adicional de trabajo a la semana como contribución al aseguramiento de la situación económica de la República Federal. ¿Considera usted tal propuesta buena o mala?»

El 43 por 100 de los consultados calificaron esta propuesta de «buena». El 23 por 100 opinaron: «regular»; el 28 por 100 rechazaron la hora más de trabajo, y el 6 por 100 se abstuvo de opinar.

Aquí, la actitud de los consultados frente a los Sindicatos, que, como se sabe, rechazan este llamamiento, es en gran parte decisiva para su opinión en la cuestión sobre el establecimiento de una hora adicional de trabajo a la semana. La proporción de los que aprueban el llamamiento del canciller no era, entre los partidos de los sindicatos, con un 31 por 100, ni siquiera la mitad de la correspondiente a los consultados orientados negativamente frente a los sindicatos, tres cuartas partes de los cuales (74 por 100) aprobaron la propuesta. La relación entre la actitud frente a ambas cuestiones (actitud frente a los sindicatos y frente a la propuesta: «Una hora más de trabajo») está asegurada estadísticamente.

Otra fuerte dependencia de la imagen de opinión es la que existe de la característica «edad»: conforme aumenta la edad, los consultados adoptan una actitud más positiva frente al proyecto de una hora más de trabajo. Mientras que el 40 por 100 de los consultados más jóvenes, de dieciséis a veintiún años, rechazan una prolongación del horario laboral, la proporción de los contrarios a la propuesta es, entre los de sesenta y cinco años y mayores, de un 17 por 100; pero ya en el grupo de cincuenta a sesenta

INFORMACION

y cinco años, que personalmente, quedaría más afectado por este trabajo adicional que los mayores de sesenta y cinco años, esta proporción, de 23 por 100, es también muy baja.

En la agrupación según los grupos profesionales, como era de esperar, se distinguen las actitudes de los empleados (obreros, auxiliares, funcionarios) de las del resto de los consultados (trabajadores por cuenta propia y profesiones liberales, agricultores y pensionistas). Los obreros son los empleados que muestran el rechazo más decisivo: el 38 por 100 están en contra y solo el 31 por 100 a favor de la propuesta. El extremo opuesto lo ocupan los trabajadores por cuenta propia y las profesiones liberales. Entre éstos, el 66 por 100 aprueban la propuesta y solo el 10 por 100 la rechazan.

Los consultados simpatizantes con el C. D. U.-C. S. U. y con el F. D. P. (23) muestran una actitud positiva casi unánime frente a la propuesta (59-61 por 100, a favor; 14-18 por 100, en contra). Entre los partidarios del S. P. D., casi la mitad (45 por 100) rechaza una hora de trabajo adicional a la semana y solo una cuarta parte de estos consultados (26 por 100) aprueba el llamamiento del canciller federal.

E) Tiempo libre

GRAN BRETAÑA

1. La asistencia a espectáculos y lugares de recreo.

He aquí la pregunta y los resultados de una encuesta realizada por el Instituto Gallup británico en noviembre de 1965:

«En cuáles de estos lugares ha estado usted, y cuándo por última vez.»

	% Opera, ópera	Concierto	% Teatro, ballet	Museo	Partido de fútbol	Parque zoológico	% Jardín botánico, parque	Cine
	%	%	%	%	%	%	%	%
Durante los seis meses pasados ...	9	5	15	14	15	15	10	52
Hace más de seis meses y menos de doce meses ...	7	6	13	11	6	17	9	15
Hace más de un año ...	30	26	35	42	29	43	30	27
Nunca todavía, o sin indicación ...	54	63	37	33	50	25	51	6
	100	100	100	100	100	100	100	100

(23) Partido Demócrata Libre.

ALEMANIA

2. *Encuesta sobre la asistencia al cine.*

El Instituto EMNID de Investigación de la Opinión estudió en diciembre de 1965 las costumbres de asistencia al cine de los alemanes occidentales. Primeramente, con la pregunta:

«¿Ha ido usted al cine durante las cuatro semanas pasadas?»

se obtuvo una proporción de un 21 por 100 de «asistentes al cine». Cuatro quintas partes de los alemanes occidentales, por lo tanto, o no van, o van tan raramente al cine, que su última asistencia a una proyección fue cuatro semanas antes de la encuesta.

La proporción de los que han ido al cine por lo menos una vez durante las cuatro semanas anteriores—que, en adelante, llamaremos «asistentes al cine»—depende, sobre todo, de la edad de los consultados. Entre los consultados más jóvenes, los comprendidos entre los dieciséis y veintiún años de edad, la proporción es de un 60 por 100 y disminuye de grupo en grupo de edades hasta un 7 por 100 (entre los consultados de sesenta y cinco años y mayores).

Las mayores proporciones de «asistentes al cine» fueron halladas entre empleados, a saber: el 31 por 100 de los auxiliares, el 27 por 100 de los funcionarios y el 23 por 100 de los obreros. Más próxima al promedio general es la proporción correspondiente entre los «trabajadores por cuenta propia y profesiones liberales» (19 por 100). Más escasas son las proporciones de «asistentes al cine» en el grupo de los agricultores (13 por 100) y de los pensionistas (7 por 100).

En la división de los resultados según el nivel de ingresos de los consultados se halló una correlación positiva: los consultados del grupo de mayores ingresos (1.200 marcos mensuales y más) señalan una proporción de «asistentes al cine» doble (25 por 100) a la de los consultados del menor nivel de ingresos (menos de 400 marcos) (12 por 100). Por otras investigaciones es conocido el hecho de que también la proporción de los poseedores de televisor aumenta conforme es más elevado el nivel de ingresos. La posesión de televisor, por lo tanto, no repercute necesariamente de modo desfavorable sobre la asistencia al cine. Suponemos que existe cierta «saciedad» de televisión precisamente entre las clases más acomodadas, entre las cuales no desempeña un papel importante el considerar que los gastos ocasionados por la adquisición del televisor deberían ser compensados mediante un uso más frecuente del mismo.

Otra correlación positiva resulta en la división por el tamaño de la localidad. La proporción de los «asistentes al cine» sube de un 16 por 100 (entre las localidades con menos de 2.000 habitantes) a un 26 por 100 (ciudades con 100.000 habitantes y más).

La **frecuencia** de asistencia al cine durante las cuatro semanas anteriores a la encuesta fue estudiada mediante la pregunta:

INFORMACION

«¿Con qué frecuencia ha ido usted al cine durante las cuatro semanas pasadas?»

Esta pregunta fue formulada solamente a «asistentes al cine», es decir, a personas que habían respondido afirmativamente a la primera pregunta. Para la valoración de la segunda pregunta, estos «asistentes al cine» han sido convertidos en 100 por 100.

Frecuencia de asistencia al cine durante las cuatro semanas

Una vez	51 %
Dos veces	28 %
Tres veces	10 %
Cuatro veces	7 %
Cinco veces	2 %
Seis veces y más	2 %
Sin indicación	1 %
	100 *

Mientras que la pregunta sobre si se había ido al cine durante las cuatro semanas anteriores había arrojado solo escasas diferencias específicas de sexo (hombres: 23 por 100; mujeres: 19 por 100), la investigación de la frecuencia de asistencia mostró una diferencia considerable de las costumbres de asistencia. Reuniendo a aquellos consultados que habían ido al cine por lo menos cuatro veces durante el lapso estudiado, resulta, para los hombres, una suma de un 15 por 100 y, para las mujeres, solo una suma de un 6 por 100 (para todos los asistentes al cine, 11 por 100).

La proporción de estos «asistentes regulares al cine», que, por lo tanto, en su promedio, van al cine por lo menos una vez a la semana, es de un 14 por 100 a un 18 por 100 entre los consultados menores de 30 años; y, de un 8 por 100 o menos, entre los de 30 años y mayores.

De aquellos auxiliares que, según la definición de la primera pregunta, se cuentan entre los «asistentes al cine» (31 por 100), solo uno de cada siete (6 por 100) van al cine «regularmente» (cuatro veces o más durante las cuatro semanas anteriores). Los «asistentes al cine» entre los obreros muestran una frecuencia mayor de asistencia: el 14 por 100 de ellos, es decir, aproximadamente uno de cada siete, es asistente «regular», según la definición de la segunda pregunta.

El cuadro siguiente ofrece una visión general de los resultados de ambas formulaciones, correspondientes a los grupos socio-estadísticos más importantes:

* Valores redondeados.

TIEMPO LIBRE

Preguntas del EMNID	1.ª Pregunta				2.ª Pregunta					
	«¿Ha ido usted al cine durante las cuatro semanas pasadas?»				«¿Con qué frecuencia ha ido usted al cine durante las cuatro semanas pasadas?» (Formulada solamente a «asistentes al cine» según la 1.ª pregunta).					
	Si	No	Sin indicación		Una vez	Dos veces	Tres veces	Cuatro veces y más	Sin indicación	
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
TOTAL	21	78	1	100	51	28	10	11	1	100*
Hombres	23	77	0	100	50	24	9	15	1	100*
Mujeres	19	80	1	100	51	32	10	6	0	100*
Grupos de edades										
De 16 a 21 años ...	60	40	1	100*	38	28	15	18	1	100
De 21 a 25 años ...	51	49	0	100	44	32	9	14	1	100
De 25 a 30 años ...	30	70	0	100	40	40	5	15	0	100
De 30 a 50 años ...	15	84	1	100	66	19	11	4	0	100
De 50 a 65 años ...	10	89	1	100	67	21	4	8	0	100
65 años y mayores.	7	93	0	100	—	—	—	—	—	**
Grupos profesionales										
Obreros, jornaleros.	23	77	0	100	43	30	12	14	1	100
Auxiliares	31	69	1	100*	63	21	9	6	1	100
Funcionarios y auxiliares de organismos públicos ...	27	72	1	100	50	30	10	10	0	100
Trabajadores por cuenta propia y profesiones liberales	19	80	0	100*	48	35	4	13	0	100
Agricultores	13	87	0	100	—	—	—	—	—	**
Pensionistas	7	92	1	100	—	—	—	—	—	**
Ingresos familiares (mensuales netos)										
Menos de 400 marcos	12	87	1	100	—	—	—	—	—	**
De 400 a 600	16	83	1	100	—	—	—	—	—	**
De 600 a 800	18	81	0	100*	52	19	14	15	0	100
De 800 a 1.200 ...	23	77	1	100*	53	33	8	6	1	100*
1.200 marcos y más.	25	74	1	100	54	25	8	13	1	100*
Tamaño de la localidad										
Menos de 2.000 habitantes	16	83	1	100	56	31	4	8	1	100
De 2.000 a 10.000 habitantes	19	81	0	100	47	27	7	19	0	100
De 10.000 a 100.000 habitantes	21	78	0	100*	55	26	10	10	0	100*
De 100.000 habitantes y más	26	74	1	100*	47	29	13	9	1	100*

* Valores redondeados.

** No es posible indicación alguna a causa del escaso tamaño absoluto de este grupo.

INFORMACION

3. Uno de cada tres practica deportes regularmente.

En octubre de 1965 el Instituto EMNID de Investigación de la Opinión formuló a una muestra representativa de la población de Alemania Occidental la pregunta siguiente:

«¿Practica usted regularmente algún deporte cualquiera?»

Uno de cada cinco consultados (20 por 100) respondió afirmativamente. De todos modos, la proporción es esencialmente más elevada entre los jóvenes que entre los más maduros: mientras que, por ejemplo, casi uno de cada dos consultados comprendidos en las edades de 16 a 21 años practica deportes regularmente (46 por 100), la proporción correspondiente entre los más maduros (de 64 años y mayores) es sólo de un 7 por 100.

Los hombres son «más activos en el deporte» que las mujeres, de las que sólo 15 por 100 se ocupan deportivamente (mientras que los hombres—reunidos todos los grupos de edades—lo hacen en un 26 por 100).

La división según los grupos profesionales de los consultados muestra que, relativamente, la mayoría de los deportistas (34 por 100) están representados entre los auxiliares. Entre los funcionarios, son el 29 por 100; entre los trabajadores por cuenta propia, un 22 por 100; y, entre los obreros, un 18 por 100, los que practican deportes regularmente. Entre los agricultores, la «proporción de deportistas» es inferior: de un 8 por 100.

El recuento según el tamaño de la localidad muestra también que, donde se practica menos deporte, es en el campo. Causa de ello podría ser no sólo la falta de gimnasios, aparatos y baños en muchos municipios campesinos, sino también el que, tanto los ocupados en la agricultura como los que «pendulan» entre su vivienda en el campo y su trabajo en las ciudades, disponen de menos tiempo libre que el promedio de los habitantes de ciudades.

TIEMPO LIBRE

Pregunta del EMNID:

«¿Practica usted regularmente algún deporte cualquiera?»

	Sí %	No %	Sin indicación %	%
TOTAL	20	79	1	100
Hombres	26	73	1	100
Mujeres	15	85	0	100
Grupos de edades:				
De 16 a 21 años	46	54	1	100*
De 21 a 25 años	40	60	0	100
De 25 a 30 años	26	75	0	100*
De 30 a 50 años	19	80	1	100
De 50 a 65 años	12	88	0	100
65 años y mayores	7	93	0	100
Grupos profesionales:				
Obreros, jornaleros	18	82	0	100
Auxiliares	34	65	1	100
Funcionarios y auxiliares de organismos públicos	29	70	1	100
Trabajadores por cuenta propia y profesiones liberales	22	77	1	100
Agricultores	8	91	0	100*
Pensionistas	8	92	1	100*
Ingresos familiares (mensuales netos):				
Menos de 400 marcos	9	91	0	100
De 400 a 600 marcos	9	91	0	100
De 600 a 800 marcos	17	83	1	100*
De 800 a 1.200 marcos	24	75	0	100*
1.200 marcos y más	28	71	1	100
Tamaño de la localidad:				
Menos de 2.000 habitantes	15	84	1	100
De 2.000 a 10.000 habitantes	23	77	0	100
De 10.000 a 100.000 habitantes	18	82	0	100
De 100.000 habitantes y más	24	76	1	100*

* Valores redondeados.

En este dominio del comportamiento durante el tiempo libre apenas son de esperar a corto plazo grandes transformaciones de las costumbres. Efectivamente, los resultados obtenidos por la reciente encuesta se cubren casi por completo con los dos de otra sobre el mismo texto, que había realizado el Instituto EMNID en la primavera de 1964.

Como en 1964, también se ha preguntado en la reciente encuesta a ese 20 por 100 de «deportivamente activos»:

INFORMACION

«¿De qué tipo de deportes se trata?»

En el cuadro siguiente reproducimos separadamente para hombres y mujeres los valores obtenidos mediante esta formulación:

	Total %	Hombres %	Mujeres %
Natación	5	5	5
Atletismo ligero, gimnasia con aparatos, gimnasia	5	4	6
Fútbol	4	7	0
Deportes de invierno	1	2	1
Bolos	1	2	0
Tenis de mesa	1	2	0
Tenis	1	1	1
Balonmano	1	1	0
Otros	5	7	3
Sin indicación	1	1	2
Proporción de los que practican regularmente un deporte	20*	26*	15*

* Menciones múltiples.

A «otros» pertenecen los deportes acuáticos (piragua, remo en canoa, vela, remo, esquí acuático), deportes de motor, boxeo, lucha libre, atletismo pesado, «body building», yudo, equitación, patinaje sobre ruedas, montañismo, baloncesto, balón-puño, rugby, balón-volea, hockey sobre césped, volante, esgrima, aviación. Aisladamente fueron mencionadas también las siguientes actividades, de las que algunas apenas pueden ser calificadas como deportes:

«Pesca con caña / Pesca / Caza / Prácticas de bombero / Tiro / Instrucción en el club de perros pastores / Baile / Danza popular / Ajedrez / Solución de problemas / Skat (especie de tresillo) / Billar.»

Correspondiendo con la división expuesta anteriormente según la característica «sexo», se ha realizado también recuentos según la «edad», «ingresos», «grupo profesional» y «tamaño de la localidad». Así resultó, por ejemplo, que la participación en la natación desciende una proporción de un 12 por 100 entre los comprendidos entre los 16 y 21 años de edad, a un 1 por 100 entre los de 65 años y mayores. Pero ya también entre el nivel de edades mediano, de 36 a 50 años, sólo el 5 por 100 indican «natación» como deporte practicado regularmente. Es también sorprendente que, entre los habitantes de grandes ciudades nadan regularmente el 7 por 100; y, por el contrario, entre los que viven en localidades con menos de 2.000 habitantes, sólo el 3 por 100.

Con respecto al fútbol, la división por edades muestra un cuadro semejante al de la natación. Aquí sin embargo, la actividad en el campo es esencialmente mayor que en las ciudades medianas y grandes.

Atletismo ligero, gimnasia con aparatos y gimnasia son practicados

TIEMPO LIBRE

por los auxiliares y los funcionarios con mucha mayor frecuencia que por los que pertenecen a los demás grupos profesionales. La proporción de los «activos» oscila aquí—en la división de edades—del 16 por 100 entre los más jóvenes al 4 por 100 entre los más maduros.

ITALIA

4. Solo el 7 por 100 practica deportes.

También el Instituto GALLUP italiano ha investigado si la población practica deportes, y qué clase de ellos. En la encuesta, realizada en el otoño de 1965—aproximadamente al mismo tiempo que la investigación del EMNID en Alemania sobre el mismo tema—, se formuló la pregunta:

«¿Practica usted personalmente algún deporte cualquiera?»

Sólo a aquellos, aproximadamente un 7 por 100, que habían respondido afirmativamente a esta pregunta, se les siguió preguntando:

«¿Qué tipo de deporte practica usted? ¿Y qué otro?»

El 93 por 100 de los consultados, a saber, el 88 por 100 de los hombres y el 98 por 100 de las mujeres, indicaron no practicar deporte alguno. Incluso entre los comprendidos entre los 18 y 34 años de edad, el 87 por 100 no practican deportes, mientras que la proporción de los no-deportistas es de un 94 por 100 entre los que tienen de 35 a 49 años; y de incluso un 97 por 100 entre los de 50 años y mayores.

En la comprensión de las ramas particulares se mostró que ninguna de ellas es practicada siquiera por un 2 por 100 de la población:

Caza	1,7 %
Fútbol	1,2 %
Deportes de invierno (esquí, patín, hockey sobre hielo, etc.)	1,0 %
Natación	0,9 %
Pesca	0,6 %
Tenis	0,5 %
Gimnasia	0,4 %
Equitación	0,3 %
Bolos, Bocha, Bowling	0,6 %
Otros tipos de deportes	0,6 %
Ninguno	93,1 %

100 *

* Menciones múltiples.

F) Turismo

ALEMANIA

1. Los viajes de vacaciones del año 1965.

Según los resultados de una encuesta del Instituto EMNID de Investigación de la Opinión, en noviembre de 1965, han hecho cuatro de cada diez alemanes occidentales, durante el año 1965, un viaje de vacaciones. La pregunta era esta:

«¿Ha emprendido usted en este año un viaje de vacaciones o no le ha sido ello posible en 1965?»

La proporción de los que han realizado tal viaje apenas se ha transformado frente a los porcentajes obtenidos para el año anterior:

	1961 %	1962 %	1964 %	1965 %
Habían viajado	35	42	43	41
No habían viajado	64	56	57	58
Sin indicación	1	2	1	1
	100	100	100*	100

* Valores redondeados.

Las proporciones de los «viajeros de vacaciones», en los grupos particulares de población, oscilan—según los resultados de la encuesta más reciente—, entre un valor mínimo de un 11 por 100, entre los agricultores, y un valor máximo, de un 59 por 100, entre el grupo profesional de los auxiliares. A más edad de los consultados, disminuye la proporción de los que habían hecho un viaje de vacaciones en 1965 desde un 57 por 100 (entre los comprendidos entre los 16 y 18 años de edad) a un 31 por 100 (entre los de 65 y mayores).

Cuanto más elevado es el número de los miembros de la familia, y menores los ingresos familiares, tanto menor es la proporción de los viajeros de vacaciones. En 1965 habían viajado durante sus vacaciones el 54 por 100 de los consultados solteros, el 38 por 100 de los casados y el 33 por 100 de los viudos o divorciados.

A la pregunta por la meta de viaje:

«¿A dónde ha ido usted?»,

formulada solamente a los consultados que habían viajado, el 18 por 100 indicaron metas de viaje en el extranjero y, el 24 por 100, metas en el

TURISMO

interior; el 1 por 100 no dio indicación. Como una parte de los consultados habían emprendido varios viajes o, en un solo viaje, habían visitado varias zonas, la suma de las indicaciones, de 42 por 100, sobrepasa la proporción de consultados que habían hecho viaje de vacaciones (41 por 100).

En particular, las metas de viaje se reparten como sigue:

<hr/>	
Alemania	
Sur de Baviera y Alpes	5 %
Norte y Este de Baviera	1 %
Zona del lago de Constanza	1 %
Selva Negra, Suabia, zona del Neckar	4 %
Rin, Mosela y sus cordilleras	3 %
Mar del Norte	2 %
Mar Báltico	2 %
Otras zonas de Alemania septentrional	5 %
Berlín y Alemania Oriental	1 %
	<hr/>
	24 %
Extranjero	
Austria	5 %
Suiza	1 %
Italia	4 %
España y Portugal	2 %
Estados del Benelux	1 %
Francia	1 %
Escandinavia e Inglaterra	1 %
Yugoslavia, Bulgaria, Rumanía	1 %
Otras metas de viaje, (extranjero)	2 %
	<hr/>
	18 %
<hr/>	

En el grupo «Otras metas de viaje» (extranjero) fueron registradas entre otras, las siguientes menciones:

«Liechtenstein / Mónaco / Checoslovaquia / Hungría / Grecia / Turquía / Estambul / Crucero por el Mediterráneo / Marruecos / Serengeti / EE. UU. / Chicago / Brasil.»

El análisis de la proporción de los que habían viajado por el extranjero, según su edad y nivel de ingresos, da explicaciones interesantes:

INFORMACION

Consultados:	Proporción de los que, en las vacaciones de 1965,		
	habían viajado	Entre ellos: habían emprendido un viaje al extranjero	Entre ellos: habían emprendido un viaje a Francia
— de 16 a 18 años	57 %	12 %	4 %
— de 18 a 21 años	52 %	26 %	3 %
— de 21 a 25 años	47 %	33 %	2 %
— de 25 a 30 años	44 %	24 %	2 %
— de 30 a 50 años	38 %	18 %	1 %
— de 50 a 65 años	42 %	18 %	1 %
— de 65 años y mayores	31 %	7 %	0 %

Así, pues, mientras que la proporción de los que hacen un viaje de vacaciones disminuye regularmente conforme aumenta la edad, la proporción de los que fueron al extranjero alcanza entre los consultados comprendidos entre los 21 y 25 años de edad su nivel más elevado: en este grupo de edades han viajado al extranjero dos de cada tres que han hecho cualquier viaje. Sin embargo, entre los viajeros a Francia se muestra claramente el efecto de los esfuerzos en pro del intercambio juvenil entre los dos países.

A mayor nivel de ingresos es también mayor la proporción de los que han hecho un viaje de vacaciones, como también, absoluta y relativamente, la proporción de los que han viajado al extranjero:

Ingresos familiares netos	Viajes de vacaciones en 1965 %	Entre ellos: viajes al extranjero en 1965 %
Menos de 400 marcos	28	10
De 400 a 600 marcos	29	14
De 600 a 800 marcos	36	15
De 800 a 1.200 marcos	45	20
1.200 marcos y más	53	31

En abril de 1965, el Instituto EMNID de Investigación de la Opinión había efectuado una investigación sobre los viajes de vacaciones realizados ya en 1965 o previstos para el mismo año. El 50 por 100 de los consultados habían afirmado entonces proyectar un viaje de vacaciones para 1965 o haberlo emprendido ya durante los primeros meses del año. La comparación con la investigación reciente muestra que la realización de viajes en 1965 ha quedado detrás de las intenciones.

TURISMO

2. La elección entre Nueva York y Moscú.

La elección de los alemanes occidentales entre Nueva York y Moscú como metas de viaje recaería, en dos tercios de los casos, sobre Nueva York y, sólo en uno de cada cinco, sobre Moscú. La pregunta estudiada repetidamente desde hace varios años por el Instituto EMNID de Investigación de la Opinión reza así:

«Si usted ganase un premio en un certamen, o un viaje en la televisión, y tuviese la posibilidad de escoger entre un viaje a Nueva York y un viaje a Moscú, ¿qué elegiría usted?»

Los resultados recientes están confrontados en el cuadro siguiente con los resultados obtenidos desde 1960:

	Junio 1960 %	Abril 1962 %	Abril 1963 %	Julio 1964 %	Octubre 1965 %
Nueva York	68	63	67	70	64
Moscú	19	12	16	17	20
{ Ninguno de los dos	13	25	17	13	16
{ Sin posición					
	100	100	100	100	100

Frente a la encuesta realizada en 1964, se ha trasladado, por lo tanto, el voto de los consultados a favor de Moscú: la relación entre Nueva York y Moscú era, según la investigación de 1964, aproximadamente, de 4:1; según la reciente encuesta, aproximadamente, de 3:1.

Los consultados que no adoptan postura (16 por 100) expresan en gran parte su repugnancia por tal viaje, con indiferencia por su meta, sea occidental u oriental.

Poco afán por viajar muestran—al menos, con esta formulación—las mujeres, los consultados más maduros, los de escasos ingresos y los de instrucción primaria.

El atractivo de Moscú como meta de viaje aparece para los hombres relativamente mayor que para las mujeres; y los más jóvenes se decidirán con relativa mayor frecuencia que los más maduros por un viaje a Moscú. Interesante es la división de las opiniones, sobre todo, en el análisis según nivel de instrucción y las simpatías de partido de los consultados. Así, a nivel de instrucción más elevado, no sólo disminuye notablemente la proporción de los «sin opinión y poco dispuestos a viajar», sino que se reduce también, además, el porcentaje de los que elegirían Nueva York:

INFORMACION

	Instrucción					
	Primaria %	Bachillerato elemental %	Bachillerato superior o universitaria %	Partidarios del: U. C. S. U. %	S. P. D. %	F. D. P. %
Nueva York	65	62	53	69	65	59
Moscú	17	28	41	15	24	24
Sin posición	18	10	6	15	11	16
	100	100	100	100	100	100

A los que se decidieron por una u otra meta de viaje se les hizo otra pregunta por los motivos de esa decisión:

«¿Por qué elegiría usted Nueva York (o Moscú)?»

**MOTIVOS PARA LA ELECCION DE NUEVA YORK
COMO META DE VIAJE:**

Nueva York como metrópoli	15 %
«Más interesante», «más familiar», «más agradable», etc.	10 %
«Miedo» (de un viaje a Moscú)	10 %
Nueva York, como capital del mundo libre ...	9 %
Interés por América y los americanos	7 %
Rechazo general contra Moscú (Rusia)	4 %
Relaciones personales en Nueva York (en EE. UU.)	3 %
Sentimiento de compenetración con EE. UU. ...	3 %
Interés por los viajes en barco o avión	3 %
Motivos lingüísticos	2 %
Malas experiencias en Rusia (Moscú)	1 %
Ya he estado en Moscú	1 %
Otros motivos	2 %
Sin posición	2 %
Consultados que prefieren Nueva York	64 % *

* Menciones múltiples.

Frecuentemente hubo respuestas como estas:

«Nueva York es la metrópoli del mundo / Nueva York, con certeza, tiene que ofrecerme algo más interesante y más moderno / Me siento más atraído por América / Soy afín / Moscú me resulta inquietante / No tendría valor para ir a Moscú / Porque sé que podré volver de EE. UU. / Porque se puede mover uno más libremente / Porque en Nueva

TURISMO

York la libertad está como en su casa / Porque me gustaría conocer EE. UU. / Para conocer la diferencia entre el viejo y el nuevo mundo / La raza rusa no me interesa / Porque mi hija está allí / Porque tenemos más amistad con los americanos que con los rusos / Interesante viaje por mar / Porque domino el idioma / He estado en Rusia; con una vez, basta / Ya me son conocidas las condiciones de vida en Moscú.»

En «Otros motivos» fueron reunidas, entre otras, las siguientes menciones:

«Viaje de estudios / Porque si tuviese el dinero necesario para ello, emigraría a Estados Unidos / Porque duraría más el viaje / Mejor clima / Mejor nivel de vida / Motivo puramente sentimental / Me gustaría echar un vistazo al Occidente, en primer lugar / Para ver la estatua de la libertad / Visitaría la tumba de Kennedy / Quisiera conocer al Presidente Johnson.»

MOTIVOS PARA LA ELECCION DE MOSCU COMO META DE VIAJE:

Para conocer las condiciones de vida en Rusia.	6 %
Moscú, como ciudad interesante	6 %
Para comparar, para formar un juicio personal.	4 %
Una ocasión única: a Nueva York se puede ir más fácilmente	2 %
América ya es conocida, se sabe mucho de ella.	1 %
Por causa de los estudios, motivos profesionales	1 %
Otros motivos	1 %
Sin posición	0 %
Consultados que prefieren Moscú	20 % *

* Menciones múltiples.

Menciones típicas de los consultados fueron:

«Me gustaría conocer la mentalidad y la vida del pueblo ruso / Para conocer el pueblo y su cultura / Me atraería más, me daría, con certeza, más experiencias / Porque me imagino a Moscú tan romántico... / Porque Moscú es una ciudad más histórica, la considero más digna de verse / Quisiera ver alguna vez el Kremlin / Para conocer el comunismo en su propio país, en paz / Para estudiar los logros del comunismo / Para informarme sobre las circunstancias rusas sin ser influido por la Prensa / Quisiera formarme una opinión propia sobre el Este / Es más fácil ir a Nueva York alguna vez / De América se sabe todo, de Moscú no se sabe nada / Por motivos profesionales (histórico-artísticos).»

INFORMACION

En «Otros motivos» se contienen respuestas como:

«Tengo miedo al agua / Porque me gustaría viajar por tierra / Me mareo, y por lo tanto queda excluida Nueva York / Por motivos puramente geográficos / Puramente sentimentales / Para probar a los rusos que no somos revanchistas / Porque los rusos me son más simpáticos, a pesar de haber sido prisionero de ellos / Porque estuve allí durante la guerra / Las personas me resultan más naturales.»

G) Transportes

GRAN BRETAÑA

1. Encuesta sobre cuestiones de la seguridad de tráfico.

De las tres vías de tráfico: raíl, aire y carretera, en opinión de dos tercios escasos de la población británica consultada, el ferrocarril ha probado durante los años pasados la mayor medida de seguridad de tráfico. Esto opinaron el 62 por 100; el 26 por 100 creyeron que el tráfico aéreo es el más seguro y el 5 por 100 supusieron la mayor seguridad en la circulación por carretera (7 por 100 sin opinión).

A las preguntas sobre si el número anual de accidentes mortales en la circulación por carretera y aérea, en su estado actual, es «inevitable», o si es posible reducir el número de víctimas, resultó el cuadro siguiente:

<i>El actual número anual de accidentes mortales:</i>	<i>Circulación por carretera %</i>	<i>Circulación aérea %</i>
— puede ser disminuído	78	44
— es inevitable	13	31
Sin posición	9	25
	100	100

Casi tres cuartos de los consultados consideran una buena medida que la limitación de velocidad a 50 millas por hora se extienda a más carreteras, y la pregunta sobre si habría de establecerse una limitación de velocidad en las autopistas es respondida afirmativamente por el 69 por 100 de los consultados («no»: 24 por 100; sin posición: 7 por 100). El 75 por 100 de los consultados creen que en un próximo futuro serán inevitables limitaciones de la circulación rodada en los centros de las ciudades importantes.

A la pregunta sobre de qué modo debería solucionar el ministro de Transportes el problema de concentración circulatoria en los centros de las grandes ciudades, los consultados se decidieron por la siguientes propuestas:

TRANSPORTES

Prohibición de la circulación a todos los vehículos privados en los centros de las ciudades	15 %
Limitar la circulación de vehículos privados en los centros de las ciudades mediante el establecimiento de unas cuotas especiales para la entrada en el centro de la ciudad	8 %
Limitar la circulación de vehículos privados creando más medios públicos de transporte, más frecuentes y más baratos	50 %
«Nada de ello» o sin indicación	29 %
	<hr/>
	100 % *

* Menciones múltiples.

El trabajo de campo de esta investigación se realizó entre el 4 de noviembre y el 7 de diciembre de 1965.

Bibliografia

Recensiones

Libertad de expresión y Ley de Prensa

En marzo último, las Cortes Españolas han aprobado una nueva ley de Prensa, que viene a cambiar el panorama de la información en España.

Con motivo de esta ley, que autoriza en España la libertad de Prensa e Imprenta (1), se han publicado ya varios libros, recogiendo en ellos

(1) Ley 14/1966 de 18 de marzo, de Prensa e Imprenta. "B. O. E.", número 67 de 19 de marzo de 1966.

(2) LEY DE PRENSA E IMPRENTA. "Boletín Oficial del Estado". Colección de Textos Legales. Madrid 1966. Primera Edición. 207 págs. Sumario: Discursos ante el Pleno de las Cortes Españolas en defensa del dictamen de la Comisión de Información y Turismo sobre el proyecto de Ley de Prensa e Imprenta. Discurso del Excmo. Sr. D. Manuel Fraga Iribarne. Discurso del Sr. D. Francisco Abella Martín. Ley de Prensa e Imprenta. Índice analítico.

LIBERTAD DE PRENSA E IMPRENTA. España 1966. Servicio Informativo Español. Secretaria General Técnica. Ministerio de Información y Turismo. 174 págs. Índice: Crónica de un debate parlamentario. Discurso del Excmo. Sr. D. Francisco Abella, Presidente de la Comisión dictaminadora de la Ley de Prensa e Imprenta, en el Pleno de las Cortes Españolas del día 15 de marzo de 1966. Discurso del Excmo. Sr. Ministro de Información y Turismo, D. Manuel Fraga Iribarne, para la presentación al Pleno de las Cortes Españolas del Proyecto de Ley de Prensa e Imprenta. Ley 14/1966, de 18 de marzo, de Prensa e Imprenta. Glosas y comentarios: I. Prensa Nacional. II. Prensa extranjera. Información gráfica. Chistes y caricaturas.

EL NUEVO DERECHO DE PRENSA E IMPRENTA.—Oficina de Textos Legales. Mi-

los antecedentes, el texto legal, los Decretos que la complementan y comentarios técnicos de Prensa nacional y extranjera sobre el sentido y alcance de esta ley (2) que ha suscitado múltiples comentarios, dentro y fuera de España.

En vísperas de ser aprobada la ley, un periódico inglés ha lanzado al viento la importante noticia de haber nacido una costumbre nueva en Inglaterra, a saber: «el dar por supuesto que España es un país mojigato cuya censura de Prensa impide a la gente estar informada» (3). Ciertamente que la información

nisterio de Información y Turismo. 206 páginas, 1966. Índice: Discurso del Excelentísimo Sr. Ministro de Información y Turismo para la presentación al Pleno de las Cortes Españolas del Proyecto de Ley de Prensa e Imprenta. Ley 14/1966, de 18 de marzo, de Prensa e Imprenta. Legislación de desarrollo.

LEY DE PRENSA E IMPRENTA EN ESPAÑA. Revista Española de Documentación 1965. Número 3, págs. 237 y ss. M.

(3) "Es costumbre en Inglaterra el dar por supuesto que España..." España no se rezaga. Catholic Herald. Londres 11 de marzo 1966.

Ya desde el comienzo del periodismo se hace un tópico de la falta de libertad de Prensa en España, Beaumarchais dice en su Fígaro: "Me dicen que se ha establecido en Madrid la libertad de Prensa y que se puede imprimir libremente todo siempre que mis escritos no se refieran a la autoridad, al culto, ni a la política, ni a la moral, ni a las autoridades, ni a los presos, ni a la opera, ni a los demás espectáculos, y siempre bajo la inspección de dos o tres censores."

es un bien y la falta de información o la mala información, un mal, pero en el caso de España, la atención mundial ha estado, y está, especialmente pendiente de cualquier deficiencia, mientras se pasan por alto situaciones análogas de otros países. Y muchas veces la información que sobre España se tiene es altamente defectuosa. Hace mucho tiempo ya que Ortega, al rectificar al «Times» de Londres, a causa de dar información deficiente sobre los temas de España, calificó a este hecho de la mala información, de problema grave, ya que podría desencadenar un enorme y gigantesco problema mundial el que pudiera cobrar visos de credibilidad, tan solo la sospecha de que el ciudadano inglés no está bien informado (4).

Uno de los libros a reseñar, «libertad de Prensa e Imprenta», tiene el gran acierto ambientador de seleccionar más de cincuenta páginas de glosas y comentarios de personalidades, de prensa nacional y extranjera. De esas manifestaciones extranjeras sobre nuestra reciente ley de Prensa, en algunos casos, se pone en tela de juicio la nueva libertad (5), y, por consiguiente, conviene matizar esos extremos.

No deja de ser significativo que, el «Times», con motivo de haber decidido alteraciones formales en lo publicitario, y en favor de lo informativo, afirme, desde su larga experiencia, que en materia de Prensa «cambiar es ley de vida». Razón de

más para que cada nueva ley de Prensa tenga planteamientos nuevos.

En cualquier caso, la libertad de Prensa es una realidad en la calle y si de algún modo el mutismo busca su origen causal en la falta de libertad, desde la nueva ley de Prensa, como síntoma, inequívoco, se vuelve a la vieja costumbre de vocearse la Prensa por los vendedores. (Ver Gaceta de la Prensa Española número 179 de 15 de mayo de 1966. En portada).

La libertad de Prensa está vigente en el sentimiento y en la conciencia del pueblo español y forma parte de su público opinar. Hace tiempo Mailfer dijo que la Prensa libre es un poder soberano porque representa y forma a la vez la opinión pública. Y es que efectivamente, hay una opinión pública que impulsa a la Prensa, y en el caso de España, los vientos no podían ser más favorables: de las 119 enmiendas presentadas al proyecto, y de las 900 intervenciones habidas en la Comisión de Cortes, ninguna de ellas se pronunció en contra del principio de la libertad de Prensa que presidió el espíritu elaborador de esta Ley. Y esto, digámoslo, es nuevo en un país donde siempre hubo doctrina frente a la libertad de Prensa (6). Lo cual, no significa, por supuesto, que el modo de entender esa libertad sea en todos los casos ordenado.

Lo que prueba esto—como se ha escrito en Destino—es que la nueva ley respondía a una necesidad apremiante e inelaplazable de nuestra

(4) Ortega. La rebelión de las masas. Epílogo para ingleses.

(5) "The Times". Londres 17 de marzo 1966: ¿Hasta qué punto se está moviendo España en dirección a la libertad de Prensa? Libertad de Prensa e Imprenta, pág. 172.

(6) Véase la libertad de la Imprenta. Pedro Gómez Aparicio. Apuntes para una historia del periodismo español. Gaceta de la Prensa Española, núm. 151. Enero 1964.

Prensa en el estado actual de la sociedad española (7).

La Ley de Prensa de 1966 «pertenece a ese grupo de disposiciones legales que antes de su promulgación tiene vida, vigencia, en el sentimiento y en la conciencia de la colectividad», ha dicho el Ponente (8).

La palabra vigencia es un concepto jurídico que Ortega traduce a términos sociológicos diciendo que es el alfa y omega de toda la sociología, y que toda vigencia es social. Si lo que está vigente es precisamente una ley, tiene esta vigencia la ventaja de poder ser actuada, es decir, que cuando el individuo porque tiene menester, recurre a ella, ésta se dispara automáticamente. En este sentido, la opinión particular aunque sea de muchos, no está socialmente vigente y al contrario, cuando en una sociedad está vigente un estado de opinión, puede afirmarse sin lugar a dudas que se trata de una opinión pública.

«¿Qué es lo que supone, en la vida de la sociedad de nuestro tiempo, esta gran parcela de la Prensa dentro de ese sector gigantesco, y tan influyente, constituido por los medios de información pública? Cuando hablamos de palabras acuñadas, como «Opinión pública», ¿qué queremos decir? ¿Quién opina y qué es la opinión pública? Cuando hablamos de Prensa y su libertad, ¿para qué es esa libertad y para quién funciona? El derecho de opinar y discutir, ¿desde dónde y hasta dónde puede llegar?» (9).

(7) Destino. Todos somos liberales, número 1.500 de 7 mayo 1966, página 49.

(8) Discurso en Cortes del Excmo. Sr. F. Abella. Ley de Prensa e Imprenta. "Boletín Oficial del Estado", página 45.

(9) Discurso del Ministro de Información y Turismo, D. Manuel Fraga Iri-

barne, en las Cortes Españolas con motivo de la Ley de Prensa.

Con estos interrogantes del Ministro de Información ante las Cortes, en ocasión de solicitar la aprobación del proyecto de Ley de Prensa e Imprenta, se relacionan los términos libertad de expresión y opinión pública y, como base en estos equivalentes y en razón de los fines el Ministro perfila un perspectivismo histórico de la Ley de Prensa, enmarcado dentro de la modernidad del Estatuto de la información:

«Os presentamos hoy a vuestra consideración el Estatuto de la Prensa y de la Imprenta. Seguirán después—así lo esperamos—los Estatutos de Radio, de Televisión y de las Artes representativas, una vez que tengamos los elementos suficientes para prepararlos con todas las garantías» (10).

No debe extrañar la inclusión de las bellas Artes porque todas las bellas Artes son maneras de decir y no todo los decires se reducen a la palabra escrita o hablada.

Por esta razón, por ser la libertad de Prensa una forma de la libertad de expresión, es parte del Estatuto de la información, concebido éste, no tanto como el derecho de una minoría más o menos representativa a expresarse libremente, sino como el deber de informar con veracidad y eficacia a los habitantes de un país, pues en la nueva concepción de la Prensa y de los demás medios de comunicación de masas, estos, y aquella en particular, no son sino servicios de carácter público que tienen por objeto satisfacer el derecho del hombre a ser informado. La libertad de Prensa es una consecuencia de la liber-

barne, en las Cortes Españolas con motivo de la Ley de Prensa.

(10) Id.

tad de expresión, pero ambas libertades no tienen por qué ser coincidentes.

«Es menester, ha dicho el procurador Sr. Abella, no confundir la libertad de expresión con la libertad de Prensa. Aquélla ocupa uno de los primeros lugares entre los derechos del hombre, porque es la prolongación y la práctica de la libertad individual de pensar; mientras que la libertad de Prensa se centra en torno al uso que puede hacerse de una técnica, de un medio de difusión de las ideas (11).

En España, la libertad de Prensa tiene historia paradójica. Con esa etiqueta nos fue traída por los franceses a punta de bayoneta la ley de prensa de 1810, que fue una literaria y formal declaración de libertad, ajena al problema real de tiradas insuficientes, de empresas no libres, de ausencia de canales de distribución y carentes de difusión mínima bastante, e incluso ignorante del hecho social del analfabetismo, que hacía utópica, sin periódicos o sin saber leer, la participación o disfrute en una libertad esencial que debió comenzar siendo libertad real con garantías formales. Después hemos tenido otras leyes de Prensa, una liberales y otras no. La de 1879 la hace el partido conservador y en 1883 hacen otra los liberales. Esta ley liberal y la siguiente de 1887 establecían el depósito previo como control de la libertad: «No se principiará a repartir ni vender ningún número de periódico hasta dos horas después

de haberse entregado el ejemplar al Fiscal de Imprenta».

Y es que el grado de libertad real en toda sociedad política se mide mejor que por las declaraciones de una constitución formal, con un psicoscopio. No basta con proclamar la libertad. Es preciso tener en cuenta los condicionamientos sociales de cada momento, para poner los remedios que hagan posibles esa libertad. André Toulemon, ese prestigioso abogado de París que une a su especialización largos años de experiencia en la resolución de problemas sobre Prensa, no duda en afirmar que «en un régimen democrático donde una infinidad de opiniones y de creencias se reparten el imperio de los espíritus, el problema de la libertad de la Prensa se hace muy difícil; se trata, en efecto, de garantizar la libertad y al mismo tiempo de fijarla en sus justos límites» (12).

Ya desde 1959 se venía gestando en el Ministerio de Información y Turismo una Ley de Bases de la Información, proyecto que llevaba catorce formulaciones, cuando el profesor Fraga fue designado titular del Departamento. Con el nuevo Ministro de Información se hizo un nuevo planeamiento sin desconocer los antecedentes pero fijándose como meta, el logro de un Estatuto de la Información que por razones de eficacia se programó «en una serie de textos legislativos que contemplaran cada uno las respectivas especialidades». De ahí partió en 1962, el proyecto de ley de Prensa e Imprenta—pieza esencial del Estatuto de la Información—, proyecto que en 1965 previo trámite

(11) Abella. Discurso de presentación en las Cortes del Proyecto de Ley de Prensa e Imprenta. En Ley de Prensa e Imprenta del "Boletín Oficial del Estado", página 47.

(12) Code de la Presse. Liberté de la Presse. Librairie Sirey. París 1964.

RECENSIONES

fecundo de informes y dictámenes, llegó a ser anteproyecto de ley que el Gobierno envió a las Cortes el 13 de agosto de 1965. Dos meses más tarde un nuevo Presidente de las Cortes se dirige por primera vez a la Prensa para entregarles precisamente, y con espíritu ilusionado, ejemplares del Boletín Oficial de las Cortes (núm. 889 de 15 de octubre de 1965) donde está inserto el proyecto de Ley de Prensa e Imprenta.

Si la Ley de régimen jurídico es la Carta Magna del Estado de Derecho en España, de la sumisión del Estado a la ley, la ley de Prensa —ha dicho Fraga—, «tiene como principio inspirador lograr el máximo desarrollo y el máximo despliegue posible de la libertad de la persona para la expresión de su pensamiento, conjugando adecuadamente el ejercicio de aquella libertad con las exigencias inexcusables del bien común, de la paz social y de un recto orden de convivencia para todos los españoles».

Esta ley española de libertad de Prensa es fruto de maduras experiencias para una España de aquí y de ahora sin merma de todo el horizonte y todo el perspectivismo que adecuadamente se incorpora: «En una época de cambio como la que vivimos en nuestra España y en nuestro mundo, el hacer leyes para una generación o para dos es la gran tarea».

El realismo de esta afirmación precedente se revalida teniendo en cuenta que se trata de programar el futuro en materia tan quebradiza como es la vigencia de una libertad y más, aún en un país como España, donde «La libertad, lejos de consistir en la beatífica posesión de un estado de cosas, se cifra más

bien en el hecho mismo de la lucha por conquistarlas, en la actualización de energía que esto supone» según el pensamiento d'orsiano.

De esta nueva frontera lograda, se entiende que el régimen español no es un sistema cerrado, una constitución pétrea sino por el contrario «un orden político en proceso abierto de creación con sensibilidad para interpretar en el plano de la política y del Estado las tendencias sociales y la voluntad popular» (13).

En realidad, nos hallamos ante una ley de un pueblo en transición, una ley de libertad como principio y con limitaciones específicas. En el mismo artículo 2 donde se reitera el principio de libertad, se enumeran taxativamente las limitaciones con criterio de *numerus clausus*. Todas y cada una de ellas fueron objeto de amplísimo debate. Este artículo 2.º fue considerado como el artículo clave de la Ley. Baste decir que fueron precisas tres sesiones de Cortes para llegarse a la aprobación de este artículo.

En el capítulo I se suprime la censura previa y se garantiza el ejercicio de las libertades y derechos que se regulan en esta ley y se establecen normas para difusión de la información de interés general.

El capítulo II regula con carácter exhaustivo, aunque en líneas generales, la problemática sobre la libertad de expresión en impreso o publicaciones unitarias o periódicas que técnicamente no pueden ser consideradas «Prensa».

(13) Fraga. Discurso en las Cortes cuando el Proyecto de Ley de Prensa: «Esta Ley se inscribe dentro de proceso ejemplar de la creación de una constitución abierta, experimental, a cuyos últimos eslabones estamos aproximándonos.»

El capítulo III regula las empresas periodísticas y el principio de libertad de empresa, que es junto al principio de libertad de expresión y con el de libre designación de director, uno de estos tres postulados fundamentales de la ley que ahora es noticia.

El capítulo VI lo atinente a agencias periodísticas y el V lo relativo a profesión periodística y directores de publicaciones periódicas.

El capítulo VI lo atinente a agencias informativas y en él ese tan debatido problema de la exclusiva a una agencia para la información extranjera.

El capítulo VI lo atinente a agencias editoriales y el VIII de importación de publicaciones y agencias y corresponsales extranjeros. El IX legisla sobre el derecho de réplica y el de rectificación y en el capítulo X se analizan los problemas de infracción, responsabilidad y sanciones.

Termina la ley que consta de 72 artículos con cuatro disposiciones finales, cinco transitorias y una derogatoria final y única, donde entre otras disposiciones está la derogatoria que anula el impedimento de ac-

ceso a la Jurisdicción contencioso-administrativa.

Desde la entrada en vigor de esta ley, existe, sin duda alguna, un clima de mayor libertad y por consecuencia una creciente diversidad en el enjuiciamiento de lo noticiable en los distintos periódicos.

La Prensa extranjera enjuicia a esta nueva ley con reservas, afirmándose que todo depende de la flexibilidad del Gobierno en su interpretación («Le Monde», París, 13 de abril de 1966) calificándola de libertad vigilada, lamentándose de que el principio de libertad no sea aplicable a la prensa extranjera que entiendo seguirá siendo sometida a censura. Incluso en algunos periódicos extranjeros se sospecha del brío de los propios periodistas españoles, pero la realidad es que la información ha entrado en España por nuevas vías desde la promulgación de la Ley de Prensa. La libertad de Prensa, aparte de constituir un derecho inalienable de cualquier persona, será uno de los grandes pilares sobre los que se asentará el futuro español.

E. Mestre.

El Contexto Político de la Sociología*

El libro de León Bramson, que el Instituto de Estudios Políticos ha publicado recientemente en su versión castellana, parte de una finalidad muy concreta, especificada por su autor en el prefacio de la obra: pretende abordar el problema de la

* LEÓN BRAMSON: *El Contexto Político de la Sociología*. Instituto de Estudios Políticos. Madrid, 1965. 214 págs.

influencia de las teorías sociales y políticas sobre la práctica de la Sociología. De este modo, el autor va a distinguir una sociología del cambio y una sociología de la conservación, centrandó el análisis en el tema de la sociedad de masas. Este análisis es el que intentaré examinar en esta nota, pero, antes, me parece oportuno reproducir las pa-

labras que, sobre su libro, ha escrito Bramson en la Introducción:

«Este estudio es, al mismo tiempo, una investigación de la influencia de las filosofías políticas y sociales sobre las teorías sociológicas, y una valoración de la labor sociológica en un área específica. Trataré de demostrar que, dentro de un contenido específico, político y social, el de la post-revolución europea, toman forma un número de ideas que culminan por último en la teoría de la «sociedad de masa». El concepto es aceptado por un gran número de sociólogos europeos que lo emplean como si fuese «científico». Los sociólogos americanos, con un sentido político y social diferente, supeditan esta idea a una sutil transformación. Hablan de un sujeto parecido, de un modo completamente distinto. Le dan una vuelta teórica, una interpretación diferente. Pero también reclaman el rebozo de la ciencia. Es como si existiesen dos versiones diferentes de una tabla periódica, una para cada lado del Atlántico.»

Tal es el «arranque» de las primeras páginas del «Contexto Político de la Sociología». Bramson se remonta a los comienzos de la Sociología para rastrear los orígenes de la teoría de la sociedad de masas. En realidad, la sociología moderna comienza con una serie de hombres conservadores de los siglos XVIII y XIX: Hegel, Comte, Saint Simon, de Bonald y de Maistre. Inmersos en la idea romántica de los conjuntos orgánicos, enamorados del progreso y de la evolución, la preocupación de estos buenos conservadores va a ser la restauración del orden social, que la Revolución Francesa ha venido a trastocar; y ello dejará una huella profunda en la elaboración de los

conceptos principales de la Sociología. Conceptos como status, jerarquía, ritos, integración, función social y conflicto social, son parte de la historia de la reacción contra los nuevos ideales revolucionarios de secularización, individualismo, igualdad y racionalización. Las ideas conservadoras sitúan siempre al individuo en un grado de subordinación respecto a la sociedad, y consideran a los grupos y asociaciones intermedios entre el individuo y el Estado, como la base de libertad política y social. De esta forma, la Sociología surge más orientada hacia el grupo que hacia el individuo, poniendo el acento en las ideas de orden, colectividad y organización social, y encerrando un cierto carácter antiliberal, pues, en realidad, la Sociología viene a ser una crítica de la tradicional idea liberal del individualismo. Bramson señala cómo, al fijarnos en este matiz antiliberal de la sociología, se pueden encontrar puntos comunes en ese sentido, entre un reaccionario feudal como De Maistre y un radical como Marx. En los dos casos hay oposición al liberalismo, lo que ocurre es que De Maistre está empeñado en conservar un orden social arcaico y Marx quiere fundar un nuevo orden, hacer una reconstrucción social. Ahí encuentra Bramson la base para su distinción entre las sociologías de conservación y equilibrio, por un lado, y las de cambio y proceso, por otro, distinción que, a su vez, toma de Barrington Moore. La sociología de la conservación quiso asentarse sobre leyes naturales, subrayando la persistencia de las instituciones, el equilibrio y la estática social, en una medida que suele hallarse en los «funcionalistas» contemporáneos. La sociología del cambio, por el contrario, parte del ideal

RECENSIONES.

del individuo perfectible y racional, propio de la Ilustración, para intentar un nuevo orden social. Le preocupan los procesos sociales y económicos, pero no la conservación de un estado ideal de equilibrio. En cualquier caso, la piedra angular de la Sociología es el ideal del orden social: unos quieren conservar un orden social dado; otros prefieren cambiarlo. Pero tanto la sociología de cambio, como la de conservación, serán siempre política de orden y no de anarquía. Ello conduce a una preocupación constante por la desintegración social que culmina en las teorías europeas de la sociedad de masas.

He ahí los presupuestos de donde parte el autor—si mi resumen e interpretación son correctos—para analizar en sus contextos europeo y americano, la teoría de la sociedad de masas.

Esta teoría se halla vinculada a los estudios e investigaciones sobre la conducta colectiva y sobre las multitudes. El estudio de las masas y las multitudes implica el de las élites. Pero, en cualquier caso, el problema es muy distinto en América y en Europa. Las teorías europeas sobre la multitud encuentran en Taine, con toda seguridad, su antecedente inmediato. Le Bon, Tarde o Sighele, encuentran en Taine ejemplos donde apoyar sus tesis. Surge, así, el estudio de la multitud, de la «foule», como algo desagradable que le ocurre a la sociedad europea. Los estudios sobre muchedumbres parten del supuesto de que éstas son algo bárbaro, inculto e incapaz, que viene a trastocar un orden anterior donde se calibraba mejor el valor y temple de los individuos. En definitiva, los estudios sobre multitudes llevaban implícito

un claro sentimiento antidemocrático. Taine escribe furiosamente contra el populacho y Sighele publicará un famoso ensayo contra el parlamentarismo, que va a ser ampliamente utilizado por el fascismo italiano. Le Bon dirá que incluso el individuo más culto puede convertirse en un salvaje, dentro de una multitud y, entre nosotros, Ortega y Gasset verá con sumo dolor la «rebelión de las masas», que ya no respetan a las minorías selectas y quieren intervenir en todo, sin saber de nada. En definitiva, los estudios europeos sobre la masa y la multitud cristalizarán en una teoría de la sociedad de masas, de clara nostalgia aristocratizante.

En Estados Unidos, por el contrario, los estudios sobre masas cristalizarán en las teorías de la conducta colectiva. Después de señalar como Ross continúa, en cierto modo, la tradición de Tarde, Leon Bramson expone la teoría americana de la conducta colectiva, a partir de Park, quien verá en dicha conducta un nuevo orden social, que viene a cubrir las necesidades que se mantienen insatisfechas bajo las viejas. Para Park, la conducta colectiva no implica una amenaza al orden establecido, sino que significa una concepción evolutiva de las instituciones, lo cual no está de acuerdo con la tesis europea. Los trabajos de Park son continuados por Blumer, donde se hallan igualmente influencias grandes de la teoría de la sociedad de masas europea, pero siempre con un sentido distinto.

Esta peculiaridad de la sociología americana en general, y de la teoría de las masas, en particular, hay que verla ligada a los orígenes de la Sociología en América y en Europa, y a las distintas condicio-

nes sociales reinantes en ambas latitudes. Es preciso plantearse un estudio comparado de la sociología europea y americana desde el marco de la sociología del conocimiento y eso es lo que trata de hacer Bramson en su libro.

La sociología surge, en Estados Unidos, sobre un fondo de cambio social, asociado a la industrialización y a la urbanización, que produjo una serie de problemas sociales. Para muchos sociólogos estos problemas exigieron una respuesta moral y se formó en ellos una ideología reformadora, ligada a cuatro movimientos originarios: el movimiento de la Ciencia Social, el Partido Populista, la Política Progresista y el Evangelio Social. Ese ideal de reformismo va ligado a uno de orden, que llega a obsesionar incluso a individualistas como Cooley, y a una gran preocupación por la justicia social. Pasadas las primeras etapas, la sociología americana amplía su marco de estudios y, entre sus preferencias, aparece la investigación sobre los medios de comunicación de masas. Esta investigación empírica llevada a cabo en Norteamérica reveló, entre otras cosas, que el conjunto de imágenes europeas sobre la sociedad de masas, eran discutibles, al menos en lo relativo a los «mass media» y sus auditorios. Los sociólogos americanos hacen gran hincapié en la importancia del grupo primario y numerosas investigaciones vienen a demostrar que la omnipotencia de los medios de comunicación de masas, como conformadores de opiniones y actitudes, que sostiene la teoría europea, no es cierta, porque la influencia de las relaciones personales es fundamental. El estudio «The People's Choice» y, sobre todo, «Per-

sonal Influence», de Katz y Lazarsfeld, revelaron la importancia de la comunicación personal y la formación de opiniones a través de «líderes» o «guías» de opinión.

Ahora bien, toda la investigación americana sobre los medios de comunicación de masas tiene también sus limitaciones. A la teoría europea de la sociedad de masas se la ha criticado como poco científica, considerándola como una ideología derivada de ciertos movimientos intelectuales del XIX. Pero lo cierto es que el marco europeo es muy distinto del americano y lo que es válido aquí no tiene por qué serlo allí. Según el propio Bramson, los datos descubiertos por los investigadores de las comunicaciones de masas, solo valen para América y la sociedad americana. La teoría de la sociedad de masas aún perdura en Europa y la provee de instrumentos mejores de conocimiento y explicación.

En segundo lugar, el hecho de que los dirigentes o líderes de la opinión, y los pequeños grupos, sean los mediadores entre las comunicaciones de masas y el gran público, no invalida la tesis de la sociedad de masas, y los «mass media» continúan manipulando a los dirigentes de la opinión y, a través de ellos, a la opinión misma.

Desde otro punto de vista, la teoría de la sociedad de masas, que encuentra partidarios en la derecha y en la izquierda, coincidiendo en sus preferencias por una sociedad organizada jerárquicamente, se halla en estrecha conexión con la de cultura de masas o cultura popular. Es evidente que elitistas como Ortega o Eliot, no pueden hallar gran atracción por la pseudocultura de las grandes masas y vean en la cultura

de masas que proporciona el cine, la radio o la televisión, una especie de amenaza a la alta cultura minoritaria de los egregios. Por otra parte, los críticos de la cultura de masas creen también que ésta prepara el camino para el totalitarismo. Aunque aquí sería preciso estudiar las relaciones entre fascismo y autoritarismo, como hicieron, entre otros, los autores de «The Authoritarian Personality», señalando la gran importancia que para las futuras actitudes políticas tienen las relaciones familiares. Pero cualquiera que sea la crítica, la cultura de masas será siempre (preferible a) la ignorancia, y ha de distinguirse muy bien en ella lo funcional de lo disfuncional. En definitiva, la enseñanza fundamental del libro de Bramson está en poner de manifiesto la subjetividad de la investigación social. La inves-

tigación está influida por el medio ambiente y por el carácter del científico social. No se puede pensar en una «ciencia social imparcial», porque no existe. El científico parte siempre de unos valores y unas creencias en las que está inmerso y, para ser objetivo, debe saber, ante todo, que esa es la realidad. De lo contrario puede ocurrir que ciertas valoraciones se disfracen de hechos en su teoría científica. Esto es lo que ha ocurrido en parte a los teóricos de la sociedad de masas y, esa parte, precisamente, la parte en que influyen sus juicios de valor como si fuesen hechos, es la que hace perder consistencia al resto de la teoría, que encierra una serie de explicaciones muy agudas de nuestra sociedad.

Luis González Seara.

Partidos políticos modernos *

«Presentar de forma concreta las principales modalidades y problemas de los mayores sistemas de partido» es el propósito de Neumann al recoger esta serie de estudios de diferentes autores. «Deliberadamente decidimos no proponer directivas o definiciones previas que pudieran empañar la tersura y la riqueza de la investigación independiente. En el fondo esperábamos que de la presentación fáctica de los diversos sistemas de partidos surgiría a la postre una concepción científica mucho más amplia».

Se abre el volumen con unas notas de Neumann: «¿Por qué estudiar los partidos políticos?». Responde a una clara orientación me-

todológica. «Es necesario que todos los conceptos de nuestra ciencia política vengan definidos según criterios de tiempo y espacio». El método comparativo se abre paso en los Estados Unidos. «Es justamente a través del nexo de los partidos políticos que los múltiples aspectos del carácter y de la dinámica de la vida de los innumerables continentes se nos revela constantemente». A continuación, las monografías sobre diversos países. Los trabajos, tal como prometía Neumann, tie-

* SIGMUND NEUMANN, *Partidos Políticos Modernos*. E. Tecnos, Madrid 1965. 671 págs.

RECENSIONES

nen preocupaciones y alcances muy distintos. Todos ellos vienen a finalizar en 1955.

Gran Bretaña. S. H. Beer.

«Desde un gobierno de minorías hasta la organización de partidos de masas», es su título. Se muestra preocupado fundamentalmente por el partido como organización (su funcionamiento y posibles conflictos internos) y como instrumento de selección de la clase gobernante. Las referencias al sistema político general son, en consecuencia, escasas. Expone los orígenes próximos, retrata una serie de momentos de tensión y describe la organización interna. Sus conclusiones quedan resumidas en el título. El desarrollo del Partido Laborista y la evolución del Conservador hacia su configuración como partido con programa (no meramente con jefe), marcan la fuerte presencia de las masas en el gobierno. «La Gran Bretaña es un país de vigorosa democracia..., pero a su manera», son las palabras finales, llenas de discreta extrañeza norteamericana.

Países del Commonwealth. G. M. Carter.

Fundamentalmente se nos ofrece un esquema de la historia política reciente del Canadá, Africa del Sur, Australia y Nueva Zelanda, a través de sus partidos. No es tanto el partido el objeto del estudio, como el panorama de corrientes que en conjunto dibujan. Lleva el título general de «Variaciones sobre un tema británico». En realidad—y ello queda claro en el trabajo—aunque su multipartidismo se resuelva en bipartidismo, el cuadro es muy diferente del de la Gran Bretaña.

El estudio del Canadá nos revela un turno entre el partido conservador y el liberal, en el que el factor sorpresa viene constituido por la fuerte minoría francesa, resuelto en un predominio del partido liberal (único partido de base nacional, escasamente ideológico). Un reducido partido laborista—el C. C. F.— queda muy distanciado y su endebles nos viene interpretada en función de las semejanzas ambientales e influencias de los Estados Unidos. La organización de los partidos, sobre base federal, es débil en el conservador, mediana en el liberal y muy fuerte en el C. C. F., donde los miembros participan de una incesante actividad.

El panorama de los partidos en Africa del Sur es el de los conflictos entre sus dos minorías blancas. Un núcleo central, el de ingleses y moderados afrikaners formará el Partido Unido en 1963 por fusión de dos grupos, urgida por la presencia del nacionalismo afrikaner extremado. Este, constituido principalmente por el H. N. P. ganará las elecciones de 1948 y 1953. Aparte, algunos pequeños partidos. La organización es escasa excepto en los nacionalistas.

Australia y Nueva Zelanda ofrecen una cierta homogeneidad. Cuentan con viejos y vigorosos partidos laboristas, un partido liberal y otro campesino, que en caso de Nueva Zelanda se unieron y en el de Australia su coordinación permite también un bipartidismo. Respecto a la organización destaca la fuerte democracia interna del partido laborista australiano.

Francia. Ch. Micaud.

El estudio sobre Francia es quizá el más completo y esclarecedor de

los que componen el libro. Para el autor, dos características esenciales del sistema: ideológico y falta de disciplina. Analiza las bases del sistema: factores ideológicos (autoritarios-libertarios-igualitarios), socio-económicos (presencia de abundantes trabajadores independientes, etcétera) y políticos (organización, influencia del sistema electoral, mecanismo de las coaliciones); esta parte viene referida fundamentalmente a la III República. Pasa a estudiar los partidos durante la Cuarta: historia, estructura (debilidad de la del centro y derecha), ideología, actuación parlamentaria, base social. Una tercera parte se consagra a las coaliciones en el poder. Finalmente, dos apéndices valiosos: «Los electores franceses y sus partidos», según una encuesta del Instituto Francés de la Opinión Pública, y un breve esquema de la situación en 1961. Todo ello da al trabajo una especial coherencia y queda planteada toda la rica problemática de que es nudo el partido político. Su fundamental conclusión, a la altura de 1955 es la necesidad de una alternativa política a los gobiernos centro-derechista, cuya imposibilidad viene según él causada por la presencia de un fuerte Partido Comunista.

Bélgica. F. Oppenheim.

El panorama político belga viene marcado por dos divisiones: flamencos y valones, católicos y liberales, en gran parte coincidentes. Sobre este tema, tres partidos: Un partido católico, el P. S. C. (antes de la guerra, Partido Católico), cuyo cambio de nombre obedeció al deseo de darle un contenido progresista, que para el autor no se ha conseguido, de base flamen-

ca, fuertemente enraizado a través de instituciones religioso-cívicas. El Partido Socialista, de tradición reformista, base trabajadora y estructura democrática. Al estar ambos muy equilibrados, el Partido liberal —hoy el más conservador, asentado en la burguesía urbana, heredero del racionalismo francés— tiene una fuerza desproporcionada a su electorado. El Partido Comunista sólo tuvo cierta fuerza en la postguerra. El trabajo se acerca más bien al tipo «historia política».

Escandinavia. D. A. Rustow.

Mediante un tratamiento conjunto, el autor nos muestra la homogeneidad del panorama partidista en Noruega, Suecia y Dinamarca. El título—«sistemas efectivos de pluripartidismo»—resume el contenido. Un partido socialista que recoge alrededor del 40 por 100 del electorado, un partido conservador, un partido liberal y un partido agrario (estos dos últimos fueron la oposición—«La Izquierda»—del régimen antes de la aparición del socialismo). Destaca el autor el carácter fuertemente integrador de los partidos, mediante su red de clubs, organizaciones paralelas, vinculación con grupos de interés, etc.

Estados Unidos. E. E. Schattschneider.

Se trata de un trabajo de objetivos muy concretos y delimitados excelentemente resuelto. Rebate el autor la supuesta ineficacia del Partido Republicano de 1860 a 1932. Considera que hay que enfocar las instituciones políticas en términos de su función. Estrechamente conectado con los «grandes negocios», el Partido Republicano venía orientado más bien a no hacer que a

hacer. Su éxito «... no puede comprenderse en términos de la legislación adoptada por el Congreso, sino justamente en términos de lo que logró impedir» (1). Un segundo problema tratado es el fenómeno de nacionalización de la política a través de la revolución de 1932. Las elecciones de este año destruyeron una clase gobernante, dieron un giro total a la política y rompieron la base regional de los partidos. Su base se hizo nacional y un turno de partidos empezó a establecerse.

Con los Estados Unidos se cierra la parte del libro dedicada a «Sistemas Democráticos».

U. R. S. S. F. C. Barghoorn.

Es el trabajo más extenso del libro. Aunque subdividido en seis capítulos, consta fundamentalmente de dos partes: el estudio del P. C. U. S. y el de las tácticas comunistas en el exterior. La primera parte, de amplia información, analiza estructura y funciones, historia, sociología y psicología del Partido Comunista soviético. La abundancia de expresiones entrecomilladas, la ausencia de intento de explicación interna, el carácter militante, en suma, le restan valor científico, ofreciéndonos más bien un alegato contra el comunismo que un estudio de ciencia política. Este defecto se acentúa más en la segunda parte, que engloba los capítulos «Técnicas de subversión» y «el imperialismo comunista».

Partidos satélites de Europa Oriental. A. Gyorgy.

Un panorama de los movimientos anteriores a la segunda guerra

(1) Pág. 308.

abre este trabajo consagrado fundamentalmente a explicar globalmente la toma del poder por los comunistas. Los procesos son similares en todos ellos: regímenes autoritarios en los años treinta y existencia de una fuerte oposición socialdemócrata y agraria a las oligarquías en el poder. De una forma algo confusa, el autor nos relata la progresiva eliminación de los partidos burgueses y la destrucción-absorción de los socialistas por parte de los comunistas. Finaliza con unas breves notas sobre la actitud independiente del régimen yugoeslavo.

Japón. R. A. Scalapino.

Junto con el trabajo sobre Alemania, el estudio del Japón forma la parte del libro titulada «Sistemas de transición». Se expone ampliamente la historia de los partidos políticos japoneses, bien relacionada con la estructura socio-económica del país. Aunque establecido el sufragio universal masculino en 1925, el voto fue una simple confirmación rutinaria de la situación de poder social. Dos partidos conservadores detentaron el poder y la izquierda no adquirió cohesión hasta 1932, fecha en que se inicia ya el rumbo autoritario. La posguerra viene marcada por la intervención americana, que dotó al país de una Constitución prefabricada. Nuevamente dos partidos conservadores en el poder (el liberal y el demócrata progresista). La oposición, fundamentalmente el Partido Socialdemócrata (escindido en dos alas) se reparte algo más de un 30 por 100 del electorado. La exposición es minuciosa y la única conclusión, la necesidad de esperar lo que en el tiempo dé de sí el sistema.

Alemania. S. Neumann.

Es el propio Neumann el que nos ofrece un recorrido por las distintas y complejas etapas de la política alemana desde 1860. Hasta el fin de la república de Weimar, el autor hace una serie de observaciones sobre los factores ideológicos y sociales configuradores de los diversos partidos. Respecto a la época nazi, su análisis del nacional-socialismo se desborda hacia una tipología única del partido totalitario. La última parte, en la que estudia el C. D. U, el S. P. D. y el F. D. P. y los grupos menores, es una serie de interrogantes sobre el futuro de la democracia en Alemania.

El volumen se cierra con un interesante trabajo de Neumann: «En torno a un estudio comparativo de los partidos políticos». Se enfrenta con el problema de definir el partido. Es para él «una organización articulada de los agentes activos de la sociedad, de aquellos que se interesan por hacerse con el poder del gobierno y que rivalizan por obtener el apoyo popular con otro grupo o grupos que mantienen puntos de vista opuestos». «Por su naturaleza es el gran intermediario que une a las fuerzas e ideologías de la sociedad con las instituciones oficiales del Gobierno, poniéndolas en relación con una acción política en el seno de la totalidad de la comunidad política» (1). Pasa revista a las funciones de los partidos: organizar el caos de la voluntad popular, educar al ciudadano privado, personificar el eslabón que conecta al Gobierno con la opinión pública y seleccionar los dirigentes. Estas

funciones son cumplidas de distinto modo en los regímenes pluralistas que en los totalitarios. Siguen unas observaciones sobre la vigencia de las clasificaciones tradicionales de los partidos, que termina señalando la aparición de un nuevo tipo, el partido de integración social, frente al viejo de representación individual. Con el título «Sociología de los partidos políticos» recuerda a Michels y señala que si bien ha sido muy citado, se ha investigado poco sobre los supuestos y validez de su tesis; en este sentido, indica una serie de puntos para la concepción de «una estructura teórica exhaustiva» que oriente la investigación. Unas notas sobre la interrelación partidos-grupos en las sociedades pluralistas y el impacto de la internalización de la política en los partidos concluyen la obra.

En conjunto, la obra ofrece un amplio panorama y una profusa información sobre el tema de los partidos políticos. Sin embargo, sus limitaciones son obvias. La simple enumeración de los países estudiados nos revela un intento de trascender los límites del partido-en-sociedad-pluralista que se queda pobre, al no incluir otros sistemas de partido único o las experiencias, precisamente por agitadas reveladoras, de Africa e Hispanoamérica. Si los trabajos se hubiesen centrado sobre organización y substrato social, no tendría importancia que el estudio se detenga en 1955. Sin embargo, muchos de los autores han hecho más bien historia política y entonces quedan irremediablemente atrasados, dado su valor predominantemente informativo. Más grave es la fecha tope respecto a Alemania y Japón, los países calificados como sistemas en transición. De otro, la-

(1) Pág. 597.

do, los autores parten de un modelo político: el régimen bipartidista y, en mayor o menor grado, esto pesa sobre su trabajo. La falta de base empírica o de referencia a ella es notable en la casi totalidad de los trabajos:

El tema es amplio y como señala Neumann la necesidad de abordarlo es incuestionable. En este sentido, una aportación es siempre valiosa.

J. V. Marqués.

La estructura socioeconómica de Andalucía Oriental*

Cada año que pasa, casi cada día, vemos con agrado cómo la «sociología científica moderna» (utilizando una expresión ya acuñada por el profesor del Campo), va tomando una posición firme dentro de nuestra vida académica. La obra de Cazorla, que fue su tesis doctoral en la Universidad de Granada, constituye bastante más que un primer intento de aproximación al estudio empírico de la realidad socio-económica española, aunque, como el mismo título ya indica, se centra sobre todo en una zona: Andalucía Oriental*.

enorme esfuerzo individual que significa el sistematizar e interpretar adecuadamente todo el material aportado por Cazorla en su obra. Posiblemente esa sea la dificultad mayor con que uno se encuentra al tratar de enjuiciar este trabajo: la enorme amplitud de objetivos particulares. Esto es algo que suele suceder a todo investigador, y muy especialmente cuando se trata de una tesis doctoral; son tantas las dificultades con que uno se tropieza generalmente para conseguir una serie de datos estadísticos, que luego es muy penoso excluirllos, incluso cuando su importancia es menor de la que se esperaba. Por otra parte, para el investigador, que está viviendo día a día su trabajo, todo es interesante, todo aporta algún nuevo matiz, algún nuevo ángulo.

El comentario general que se puede hacer sobre este libro es el de que, evidentemente, constituye un magnífico esfuerzo por estudiar a fondo la problemática socio-económica de Andalucía Oriental. Solo los que están en contacto con el mundo de las estadísticas y de la investigación social, en general, pueden apreciar en su valor justo el

Pero todo lo anterior no pretende restar mérito a la obra, ya que, a nuestro entender, eso es característico de cualquier tesis doctoral. La tesis doctoral, en cuanto que tiene que servir de muestra de la capacidad del doctorando, necesariamente aporta datos y sugiere interpretaciones que no son explotadas al máxi-

* JOSÉ CAZORLA PÉREZ: *Factores de la Estructura socio-económica de Andalucía Oriental*. Publicaciones de la Caja de Ahorros de Granada, Granada 1965.

mo. Así, al examinar la obra de Cazorla, uno tiene que reconocer que este ha realizado: 1) una muy eficiente labor de recopilación de datos estadísticos secundarios; 2) una gran aportación personal por lo que se refiere a cálculos de datos estadísticos derivados de los anteriores (especialmente confección de índices); 3) una buena interpretación de los datos recogidos o calculados, encuadrándolos dentro de un esquema explicativo que se propone demostrar la hipótesis principal del estudio.

Por lo que se refiere a las dos primeras partes, puede que si Cazorla hubiese escrito este trabajo no como tesis doctoral, sino en un momento posterior de su vida académica, habría suprimido algunos datos que son menos necesarios teniendo en cuenta su hipótesis principal y la índole de su enfoque sociológico. En cuanto a la tercera parte, si Cazorla hubiese tenido algo más de tiempo posiblemente habría elaborado algo más su análisis. Pero, como ya hemos dicho, estas dos características son peculiares prácticamente a todas las tesis doctorales que conocemos, y ello por dos razones que, casi nos atreveríamos a decir, son ineludibles: 1) la necesidad de auto-afirmación frente a los consagrados (y esto se trata de conseguir mediante la demostración de que no se han regateado esfuerzos y de que se han seguido todos los hilos que tienen relación con la madeja central); 2) y la falta de tiempo para sintetizar, debido a las presiones para entregar la tesis lo antes posible, por exigencias de la vida académica posterior (y ello es causa de que no se lleve el análisis hasta sus últimas consecuencias).

Que a pesar de presentar estas ca-

racterísticas, la tesis de Cazorla tiene un gran valor, no es preciso que nosotros lo afirmemos. La mejor prueba de que lo es, reside en el hecho de que ha sido ahora publicada, y esto no es una «pero grullada», puesto que es una de las pocas tesis doctorales publicadas por los componentes de la heterogénea «comunidad española de sociólogos».

La hipótesis básica que guía a Cazorla se compone de tres partes:

1) Que Andalucía Oriental puede considerarse como zona individualizable a efectos de un estudio de su realidad socio-económica.

2) Que Andalucía Oriental presenta unos índices de desarrollo económico y por ende social que la sitúan a la zaga del país, al menos entre las regiones de volumen demográfico y geográfico con las que podrían compararse en él.

3) Que Andalucía Oriental, zona a la que cabría calificar, pues, de «Subdesarrollo en el semidesarrollo», se encuentra a corto plazo ante una difícil perspectiva, ya que al estar ausente de los planes de desarrollo actualmente en ejecución, sufrirá los efectos de la absorción de otras zonas más prósperas, efectos que la reducirán aún más a los límites de su atraso. Este tercer punto será el menos explotado por nosotros, ya que entendemos que la exposición plena de tales consecuencias correspondería a un economista interesado en cuestiones de política social. Sin embargo, no hemos querido silenciarlo, pues se desprende a todas luces de la concurrencia de los demás factores objeto del estudio» (pp. 31-32).

La primera cuestión, y más importante, era la de demostrar suficientemente que Andalucía Oriental constituye realmente una unidad

«individualizable». Esto lo hace Cazorla utilizando solamente un criterio, el que le proporciona el índice de desarrollo económico relativo. Mediante dicho índice (véase el Cuadro 1.1, p. 34), se observa que, efectivamente, no sólo Andalucía Oriental está menos desarrollada que Andalucía Occidental, sino que cada provincia de la primera (Almería Granada, Jaén y Málaga) tienen un índice de desarrollo inferior a cada provincia de la segunda (Cádiz, Córdoba, Huelva y Sevilla).

A nuestro entender esta es la parte más importante y decisiva del trabajo, ya que, de que se acepte o no como suficientemente probada la «individualidad» de Andalucía Oriental, depende todo el análisis posterior. Y por esa razón creemos que el autor, debido posiblemente a su gran familiaridad con todos los datos e indicadores que posteriormente se manejan a lo largo de la obra, no insiste lo suficientemente ante el lector para demostrarle esa «individualidad» que justifica el considerar a la zona como un sistema social más o menos homogéneo pero diferente de las zonas circundantes.

Uno de los criterios que generalmente se adopta para definir unidades homogéneas, en sociología, es el de que las diferencias entre las partes dentro de la unidad que se quiere «individualizar» deben ser menores que las diferencias entre dicha unidad y otras unidades. Aceptando ese criterio, observamos que los valores más distantes del índice, en Andalucía Oriental, son los de -46,9 y -26,8 (correspondientes a Granada y Jaén respectivamente), siendo la razón entre ellos de 1,75. Por otra parte, los valores del índice en las dos Andalucías son -37,4 y -19,4

(para la Oriental y Occidental respectivamente), que resulta en una razón de 1,93. Está claro, por tanto, que las diferencias interunitarias son mayores que las intra-unitarias, lo cual, creemos nosotros, es la mejor justificación que podría haber aducido Cazorla.

Ahora bien, sentado lo anterior, puede que el autor debiera haber utilizado más de un criterio, además del índice de desarrollo relativo, para justificar la «individualización». Aunque no todos los indicadores utilizados posteriormente (especialmente los demográficos) le habrían dado estos mismos resultados, hay muchos otros (especialmente socioeconómicos) que sí le habrían servido para justificar su primera parte de la hipótesis (así, por ejemplo, el Cuadro 3.5 sobre analfabetismo, página 123, o el Cuadro 6.8 sobre renta per capita, p. 306, entre otros). Es lógico, por otra parte, que las diferencias inter-zona con respecto a variables puramente demográficas serán menores que las diferencias intra-zona, ya que, en general, reflejan la historia de la población en mayor grado, y hay que tener en cuenta, como el mismo Cazorla demuestra repetidamente, que las mayores diferencias entre las dos Andalucías se están produciendo precisamente en estas últimas décadas, ya que anteriormente fueron más similares.

No es cuestión de adentrarnos a comentar cada capítulo ni cada cuadro, como tampoco lo es el pretender escrutar minuciosamente cada comentario o cada referencia bibliográfica.

Lo importante, y así creemos que se debe enjuiciar la obra, es que el autor plantea una hipótesis, dividida en tres partes, demostrando

con gran briqüeza de datos y argumentos lógicos que existe una base bastante firme para aceptar las dos primeras. En cuanto a la tercera parte de la hipótesis citada ya antes, él mismo reconoce que es difícil incluso el ponerla a prueba, ya que, a nuestro parecer, ello exigiría la utilización de un modelo dinámico en que se incluyeran variables que, por ser temporales, son más difíciles de precisar en la actualidad.

En resumen, una buena obra de investigación que tiene gran valor no solo para conocer la estructura

socio-económica de Andalucía Oriental (e incluso, por comparación casi constante de la Andalucía Occidental) sino que constituye un buen ejemplo de lo que el esfuerzo de un individuo aislado puede producir. Y si un individuo aislado puede hacer esto para una zona de España, ¿qué no deberían poder hacer todos un equipo) con más recursos a su alcance para conocer debidamente la realidad socio-económica de las diferentes zonas españolas? sí, vivan,

Juan Díez Nicolás.

La revolución industrial

«De esta manera, con la revolución industrial, franqueó por segunda vez la humanidad un «umbral cultural absoluto» (A. Gehlen), que recubre con una mucho más importante serie de acontecimientos todos los criterios y formas de pensar histórico valederos hasta entonces. «Así tenemos la clara sensación de que la transición a la civilización industrial, el dominio del mundo inorgánico y sobre todo, de sus energías nucleares abre un nuevo capítulo en la historia de la humanidad. En este proceso nos hallamos sólo hace 200 años, este umbral cultural tiene una importancia que sólo se puede comparar con la del período neolítico. Esto quiere decir que ningún sector de la cultura ni ningún nervio del hombre quedará al margen de esta trans-

formación, que puede durar todavía siglos enteros, sino que se pueda predecir qué será lo que se consuma en este fuego, qué será lo que se refunda y qué lo que resista a la prueba» (A. Gehlen, «Die Seele im technischen Zeitalter», ROE, 53, p. 87-88; Max Pietsch, «La revolución industrial», vol. I, pp. 25-26).

He seleccionado esta larga cita del libro que nos ocupa porque pienso que es clara expresión del pensamiento del autor en torno a una serie de gravísimas preguntas, con las que todo pensador, y podría afirmar, todo hombre de mediana cultura, se enfrenta hoy. Cier to que las direcciones de pensamiento que se perciben en esas apretadas líneas no constituyen para el autor más que el subsuelo, más o menos inconsciente, desde el que, y creo que por el que ha sido escrito el libro. Parece ser que la revolución industrial es el vér-

* MAX PIETSCH: *La Revolución industrial*. Editorial Herder, Barcelona 1965. 2 vols., 150 y 147 pp.

tice de confluencia de todos los fenómenos manifestativos de este segundo cambio transcendental de la historia de la humanidad. Quizás no sólo sea, para el autor vértice de confluencia o aun, si se prefiere, vértice de este nuevo gran torbellino que arrastra a la humanidad hacia una universal y, aun cósmica concentración de energía y poderío mental humano, sino que también, dicha revolución industrial, fuera la causa que ha provocado este segundo y nuevo gran recodo del progreso cultural de la humanidad.

Dentro de este contexto no puede uno olvidar las teorías de Max Weber y E. Troeltsch que defienden que al calvinismo se debe el nacimiento y desarrollo del industrialismo y capitalismo europeos; así como la teoría opuesta que, expresada con singular desenfado, afirma que las disputas religiosas de los siglos XVI y XVII no dejan de ser discusiones y comadreo de sacristía, comparadas con la radicalidad y trascendencia de la revolución científica, técnica e industrial. K. Jaspers opina que el hecho absolutamente nuevo y original ofrecido por la civilización occidental a la historia universal de la humanidad es la ciencia y la técnica modernas. Pero, por fin, es P. Sorokin quien se enfrenta contra toda interpretación que pretenda «localizar» uno de estos elementos o dimensiones concretas, aislarlo y proclamarlo causa única o predominante de la caracterización y estructuración de una cultura o de un período histórico.

Quede pues constancia del hecho de que, si bien el autor parece que pudiera pensar de un modo más o menos predominante respecto a la importancia de la tecnificación e

industrialización de nuestro mundo y nuestra civilización, sin embargo, él no aborda de modo expreso la discusión sobre tales problemas. Parte sencillamente del supuesto de que el fenómeno de la industrialización simboliza y está más o menos en el centro del nacimiento y desarrollo de esta nueva era de la humanidad que da fin al neolítico. Sin embargo, afirma expresamente que la universalización en la unificación y planetización de la configuración del vivir humano ha sido obra y resultado, no de la religión o del arte, sino precisamente obra de lo más extremo: de la técnica y la industria. Del mismo modo, el fenómeno de la extraordinaria rapidez de tal transmutación es también consecuencia del rápido desarrollo de la técnica y la industria: hay mucha mayor distancia entre nosotros y la Europa de hace 200 años que la que había entre los caballeros y conquistadores de la América colombina y los «indios» que la habitaban entonces.

Indudablemente que todo el inmenso cúmulo de hechos concretos en la estructuración política, económica y social, resultado de tan radical transformación, ha de influir de modo positivo en la biología, psiquismo y mentalidad o contextura espiritual del hombre de hoy. Tan fuerte impacto sobre su metabolismo y anterior Weltanschauung le obliga a un inmenso esfuerzo de readaptación. Esto explica todos los fenómenos revisionistas, de aggiornamento, de Anpassung, de puesta al día, de la vuelta a las fuentes, de la romántica en parte y en parte profundamente seria teoría de la vuelta a la original y madre naturaleza (La imagen del hombre-tipo no hay que buscarla en el pasado y en el origen

RECENSIONES

mediante la repetición o nueva realización del original acontecimiento cósmico-mítico, sino en el futuro y el destino. Hoy lo sabemos).

Nuestro autor, a través de las casi 300 pp. de la obra, aborda las distintas transformaciones operadas en el campo técnico-industrial propiamente tal por una parte y las distintas transformaciones sociológicas por la otra. Las transformaciones de la ciencia moderna y contemporánea en cuanto tales quedan prácticamente silenciadas. También en parte aborda la política social en lo referente primordialmente al Estado-providencia en una sociedad de pensionistas y de seguros sociales. También aborda cuestiones de economía nacional e internacional. Pero tanto las cuestiones políticas como las económicas son reducidas a capítulos parciales de las transformaciones industriales y sociales. En consecuencia, todas las cuestiones o problemas políticos, económicos e incluso sociológicos están entendidos y enfocados desde la vertiente de la revolución industrial, fundamento en última instancia de la aparición de aquellos.

Uno de los hechos más definitivos, estudiado por el autor con más detención, es el paso desde el proletariado a la moderna clase trabajadora en las modernas sociedades más desarrolladas e industrializadas. Este hecho sociológico es radicalmente significativo, pues por una parte «refuta» las concepciones más básicas del marxismo y por otra, del modo más desconcertante, ha sido propugnado y realizado por el mismo capitalismo. El capitalismo, y esto es lo más interesante, no ha tenido que ser infiel a sus principios y directrices básicas al hacer desaparecer al pro-

letariado y esto en contra de toda la concepción y todas las profecías del marxismo sobre el proletariado y el capitalismo. El principio básico del capitalismo, «siempre mayor productividad» (también lo es del marxismo en un cierto nivel de su sistema) le hizo llegar a la conclusión de que el trabajo humano, como elemento de la productividad debía ser revisado y enfocado desde unas perspectivas completamente nuevas: condiciones del contrato, del trabajo en la fábrica y en la empresa, aumento de salarios, relaciones entre capital y dirección por una parte y trabajador por otra, seguros sociales y empresariales, etcétera.

El autor estudia con riqueza de detalle la transformación de la mentalidad capitalista desde lo inhumano del trabajo de 12, 14 y hasta 16 horas diarias en Manchester durante más de la primera mitad del siglo pasado; pasando por el taylorismo de las primeras décadas de nuestro siglo, en el que el obrero era «medido» desde el punto de vista de obtener «elevadas marcas de rendimiento» (el rendimiento físico de un organismo humano oscila entre 150.000 y 200.000 kilómetros por día como rendimiento máximo deportivo y entre 100.000 y 120.000 como rendimiento máximo de trabajo productivo); hasta llegar por fin a la comprensión actual de los elementos psicológico-espirituales, no ya puramente fisiológicos, y que determinan de modo notable la capacidad productora del hombre en el trabajo.

Estamos de acuerdo con el autor. En el capitalismo se ha operado una metamorfosis profunda: ha descubierto de alguna manera, desde su preocupación por el aumento

constante de la productividad, al hombre como un ser original y radicalmente distinto de todos los elementos restantes de la producción industrial y económica. Pero la pregunta sencilla que había que formular es la de si el capitalismo posee la capacidad de ver al hombre como hombre, y no ya sólo como un elemento distinto de los demás en el puro nivel de la producción. Al hombre no puede considerársele como hombre desde el momento que se le identifica con un momento del proceso de la producción o del consumo. No creo que la frivolidad de una respuesta como «y no hay razón para condenar un capitalismo con el que al fin y al cabo no nos va después de todo tan mal» haya de ser tenida en consideración, matando de este modo la inquietud de búsqueda a la que debe lanzarnos la pregunta formulada arriba.

A mi modo de entender, los problemas planteados por el capitalismo pueden ser reducidos a éste: Hasta dónde una estructuración o sistema económico de la producti-

vidad nacional e internacional puede ser política y éticamente aséptica. Si la respuesta es negativa, quizás sea imposible dar el visto bueno al capitalismo: su fundamentación ético-filosófica que formaría cuerpo indisolublemente con sus tendencias y directrices en la técnica económica de la productividad, ha de ser rechazada, si es que queremos salvar al hombre. Dudo mucho que la respuesta afirmativa dada por el autor pueda ser sostenida, al menos desde el contexto significativo de mi pregunta.

El autor cierra la obra con un capítulo dedicado a la sociedad de consumo de sociedades fuertemente desarrolladas. Parece que fuera la sociedad a la que está avocado el capitalismo. O mejor dicho esta sociedad de consumo es el resultado ineludible del capitalismo. Esperemos que el hombre aprenda a manejar el capital, dentro de las próximas décadas, en función del hombre y no más en función de sí mismo.

Enrique Sanjosé.

La publicidad como democratización del lujo (*)

Un problema de difícil solución con el que a menudo se enfrentan los especialistas de los medios de difusión es el de encontrar una justa línea divisoria que diferencie la

publicidad de la propaganda, «porque nadie es capaz de publicar sin propaganda, ni de propagar sin publicar».

Entre tanto, los unos alaban a la publicidad (o propaganda) y otros la atacan y denigran por considerar que atentan contra una serie de li-

(*) GEORGE BERGLER: *Werbung und Gesellschaft*. Verlag W. Girardet. Essen 1965; 154 págs.

RECENSIONES

bertades individuales. Sombart, está en el segundo caso, y afirma que «el supuesto éxito publicitario radica en la estupidez de las grandes masas». Ludwig von Mises, en una línea más actual, no creen en tal estupidez y sostiene que «es un error suponer que una publicidad hábilmente dirigida sea capaz de inducir a los consumidores a comprar aquello que el anunciante se proponga». Para Pigou, la publicidad, independientemente de su carácter, «netamente concurrencial», cumple en nuestra sociedad un papel informativo eminentemente social. «Si no fuera así—escribe—, muchos artículos útiles, tales como maquinaria nueva o servicios eficientes como los seguros de vida, podrían no llegar a ser conocidos por los compradores potenciales que realmente los necesitan».

La intención de los modernos medios de difusión es la repetición de conducta. El objetivo principal que persigue la propaganda, a menudo con éxito, es el de «ajustar» a esquemas racionales el desarrollo de las fuerzas de producción y consumo. En la publicación «Veritas» que se edita en Buenos Aires, en el número 358 leemos que este propósito va tan lejos que inclusive manipula el símbolo (logotipos y diseños de envases y productos), además de recurrir a las primitivas tácticas pictográficas para propagar usualmente sus mensajes.

En la citada publicación se muestra el choque de los aspectos positivos de la propaganda con los métodos tendentes a verificar los rendimientos y los «puntos críticos» de inversión.

Morris, admite que la intención de los medios de difusión sea la de repetir conductas, al escribir que «el

solo hecho de regular la información que pueda transmitirse a los individuos contribuirá en gran manera a determinar la naturaleza de sus propias apreciaciones y prescripciones y, por lo tanto, de su comportamiento».

El profesor Bergler se ha ocupado durante gran parte de su vida de la propaganda, primeramente como ciencia práctica, después de la investigación y el estudio. Pertenece a una generación de investigadores *germanos*, quienes en el más auténtico sentido de la palabra son profesionales que se afirman en temas verdaderamente delicados. «Publicidad y Sociedad» es un libro en el que no se eluden preguntas desagradables, sino que las responde en profundidad. No sólo analiza los problemas, sino que trata de encontrar solución.

La publicidad se ha convertido en un esencial, y posiblemente, en el más extenso medio de comunicación de masas de nuestra moderna sociedad de consumo.

Partiendo de la hipótesis de una «sociedad igualitaria», el profesor Bergler cree que en el consumo se da un modo de comportamiento común. Por esta razón, se puede afirmar que el comportamiento económico es reflejo del comportamiento de la sociedad. También en la economía, esencialmente individualista, nos encontramos que se da la tensión individuo-sociedad, en la forma economía privada-economía pública.

Las empresas desarrollan su libertad frente a las máximas establecidas. La constitución libre del Estado democrático necesita también una economía libre, y uno de los instrumentos esenciales que necesita para poder ejercer sus funciones

como institución de la sociedad es la publicidad, necesaria primeramente cuando, con el proceso de industrialización, la mercancía empezó a dirigirse a clientes desconocidos. Al crecer la industrialización, la economía se hace competitiva, y lo mismo sucede con la publicidad. El empresario, grande o pequeño, se ve obligado a hacer publicidad y el consumidor acude a ella como un excelente medio de orientación. Su forzosisud nos acerca al estado de «competencia perfecta».

A medida que el ámbito económico va creciendo y se hace más extenso, más fronteras económicas se superan, y tanto más se amplían los deseos y la oferta. La publicidad actúa como sustentadora y alimento de los sueños en vela, pero la moderna técnica ha hecho posible la realización de muchos sueños primitivos. La publicidad ha mostrado la técnica al hombre de la calle y la demanda de muchos productos técnicos ha hecho posible su conocimiento y adquisición. Estamos asistiendo a una revolución silenciosa caracterizada por una democratización del lujo, y la pertenencia de ciertos bienes se ha hecho fuente de prestigio. Pero como la capacidad de compra sigue siendo limitada, el aumento de la oferta hace al hombre más libre para aceptar y rechazar.

No es pues casual que los enemigos de la publicidad se recluten entre los socialistas de cátedra. La ascética y el consumo de bienes determinados, escribe el autor, pueden ser forzados. Esto, añadiré, suele suceder en las utopías. Pero es un hecho comprobado que a lo largo de la evolución que ha seguido la humanidad en su constante evolución hacia su progreso y perfecciona-

miento siempre han fracasado los intentos de hacer felices a los hombres contra sus propios deseos, mientras que han seguido conservando su valor mágico las palabras libertad e igualdad.

Sin embargo, la igualdad, siempre unida desde 1789 en la teoría política y en las constituciones a la libertad, no se ha plasmado realmente hasta después de la segunda guerra mundial. Para lograrla, el hombre necesita de la cosa, que se desvaloriza rápidamente en cuanto se encuentra en manos de todos. Y, a pesar de una evidente multiplicación de los bienes, no es menos cierto que nunca han sido más lejanas las metas de los deseos. Este desequilibrio patente nos muestra signos de un nuevo comportamiento.

Numerosos críticos atacan con dureza la publicidad olvidando que ésta no puede ser mejor que la sociedad. Evidentemente, ni la publicidad ni la economía pueden proveer al hombre de valores personales. Bergler concluye el capítulo primero afirmando que sólo en cuanto se de al hombre una respuesta que pueda aceptar, nacerá una nueva sociedad que habrá de configurar, por lo tanto, de otro modo sus instrumentos, economía y publicidad. Será quizá más libre el hombre de la cosa, pero las tensiones entre hombre y sociedad, economía y publicidad, permanecerán.

En el capítulo segundo del magnífico libro que comentamos, el autor desarrolla el sugestivo tema de la moda y la publicidad. Todo el mundo, aspira a ir con la moda. Pero la tendencia general es a no seguirla inmediatamente, sino «cinco minutos» más tarde. No obstante, difícilmente se produce la uniformidad criticada, y ello es así por-

que todos se adaptan a la moda, pero cada uno a su manera. Sufre modificaciones al traspasar la frontera, independientemente de darse una fuerte tendencia a una individualización creciente. El europeo, aun admitiendo el elevado nivel de su vida actual, vive todavía con un gran sentido del ahorro y se resiste a deshacerse de lo utilizable. Pero la oferta aumenta rápidamente, imponiendo al consumidor una renuncia dolorosa, la discrepancia entre poder y querer dará de nuevo la prioridad, sobre las realizadas según una aspiración espontánea, a las compras proyectadas racionalmente. Al existir la imposibilidad de emplear soberanamente la proporción disponible de los ingresos, hace el presupuesto después de la selección, renuncia y proyecto. Hay una tendencia común a seleccionar lo más útil dentro de los más útil, porque proporciona más prestigio, está lo más caro, que necesariamente no ha de ser mejor y que impone más renuncia. La moderación de los gastos del vestido, parece ser que también tiene motivaciones éticas. Los jóvenes tienen mejor guardarropa que sus padres.

Y es precisamente en las clases medias donde se manifiestan con más vigor estos fenómenos. Hoy estamos asistiendo a un espectáculo singular caracterizado por la afluencia de la clase baja hacia la media y el intento de la alta de adaptarse a ella.

El profesor Bergler analiza con gran rigor científico este problema y cree poder afirmar que los modelos y la formación de la moda se produce en la clase media.

La necesidad de un mayor número de vestido surge cuando satisfechos otros deseos de prestigio, co-

mo vivienda cómoda y bien instalada, aparatos electrodomésticos, etcétera, se llega a la conclusión de que el vestido es el único objeto que acompaña en todas las situaciones y da fe de la personalidad de quien lo lleva. Además de ello, juegan factores psicológicos ya que mediante el vestido procura resaltar su femineidad la mujer introducida en el mundo masculino del trabajo.

La necesidad de más vestido se hace imperativa, lo que contribuye decisivamente a la creación y transformaciones de la moda. Misión fundamental de la publicidad es fomentar todas las fuerzas positivas en favor de la moda y contrarrestar las negativas. Para ello ha de conocer la actitud del consumidor.

Desde que la moda se convirtió en una industria, han surgido paralelamente periódicos de modas, pero su contemplación constituye en la mayoría de los casos un goce estético al que no sigue inmediatamente la decisión de compra. Además, y esto es bien sabido, cada periódico tiene su público especial y los anuncios son de diferente estilo.

La moda está sujeta a las continuas fluctuaciones y cambia antes de que el público siga. Es, por consiguiente, más estímulo que modelo. Lo cual, no quiere decir de modo alguno que la información al día pierda interés. El publicista está en la obligación de transmitir las noticias cada vez con mayor rapidez, al ritmo también creciente de la moda. De este modo, aumenta también progresivamente la distancia temporal entre la noticia, la oferta y la adquisición.

Por otra parte, los sociólogos han observado que la prensa de modas contribuye a la formación y a la influencia sobre la opinión pública,

pero no puede servir a los intereses económicos privados de las empresas, lo que tampoco pueden hacer éstas individualmente, pues desborda su capacidad. Sería de desear, según el autor, que fuese el complejo de las empresas de modas el que se hiciera cargo de la tarea, lo que es muy posible, ya que en general se gasta poco en publicidad, que queda en manos del comercio.

En la vieja discusión planteada sobre si la publicidad es asunto del fabricante o del comerciante, Bergler señala que el mayor medio de ella, es el escaparate, que alcanzó su perfección con la aparición del primer maniquí, en 1807, en Viena, en «Zur schönen Wienerin». La decoración se convierte en un arte. Y del escaparate se pasa al desfile de modelos.

Un segundo medio publicitario, el anuncio, es todavía muy importante. Otros medios son la técnica de marca del fabricante y la publicidad de la materia prima.

George Bergler, inteligentemente, no sólo estudia este problema sino que también intenta con éxito su interpretación. Afirma que económica y sociológicamente la publicidad es necesaria. Se preocupa de la responsabilidad ética de la publicidad y se niega a admitir que ésta pueda manipular a las personas, si bien es cierto que junto a buenos publicistas también los hay malos.

El capítulo tercero, Modelo y Publicidad, creemos que es el más completo y donde el autor expone con más rigor su pensamiento. De los modelos personales y de clase del pasado se pasa a la creencia en que la opinión es formada solamente por unos pocos cientos de personas. Por consiguiente, tendría éxito la publicidad cuyo mensaje fuese aceptado por esos pocos, desco-

nocidos, de todos modos. Sin embargo, se hacía la publicidad como si nada fuese desconocido. Y la fe en esos formadores de la opinión fue eficaz.

Durante el siglo XIX con la permeabilización de las clases, pasa de nuevo a primer plano el modelo personal. Pero lo que se admira es el éxito, mensurable del dinero. El prestigio no procede del empleo, sino de las posibilidades del consumo. El contenido espiritual de los modelos del orden antiguo se extingue y se intenta adoptar el comportamiento externo. A ello une que los objetivos vitales, humano-profesionales, son más modestos.

Pero, se pregunta el autor, ¿es el modelo un verdadero modelo? Hoy, responde, la cosa da el tono. La clase media se ensancha mediante los esfuerzos que recibe de la baja y la retirada del rico. El modelo actual es anónimo: surge y se forma con los hábitos de una clase amplia y se compone de varios modelos parciales.

Por esta razón, varía con frecuencia y resulta evidente que se produce una disociación cuando se intenta seguirlo: El modelo es el señor Cualquiera.

La transformación decisiva: si la línea-modelo es determinada por la cosa, producida por la economía, el modelo ha de servirse de los medios que dan a conocer la cosa. Entonces, la publicidad se dirige en lo posible, a todos los consumidores.

Partiendo de una publicidad mediante personalidades se pasa a construir figuras ideal anónimas. La publicidad ha de dirigirse a la masa en su totalidad, pero la oferta se limita a un producto. Se llega así a la competencia, total. Pero la

RECENSIONES

difusión y excesiva multiplicación de la publicidad no conduce a éxitos sensacionales, haciendo crecer la confusión del consumidor.

Es el momento en que pasa la investigación al primer plano, ante la publicidad. Da comienzo la investigación de mercados y del consumo. Se estudian los motivos y los deseos, se busca el modelo oculto del consumidor moderno, para intentar dirigir la publicidad en consecuencia. Pero, ¿se allana así el abismo entre deseo y realidad?

Uno de los descubrimientos verdaderamente sorprendentes de esta investigación ha demostrado que la mujer no desea seguir la moda hasta el punto en que se había supuesto siempre. Por el contrario la mayoría de las mujeres prefieren vestidos atemporales, que se pueden llevar más tiempo. Se ha comprobado también que el actual cambio vertiginoso de la moda ocasiona el efecto contrario de inercia en el consumidor.

Una aceleración más del cambio de modas y se llega a que coexistan en el tiempo. Así es hoy posible el ir a la moda y al propio gusto al mismo tiempo.

¿Significa esto un adelanto de la individualización?

Hoy existen grupos de consumidores determinados y modelos de grupos. La investigación del consumo ha de investigar necesariamente estos modelos típicos y su influencia sobre la formación de los correspondientes grupos de consumidores. La publicidad se individualiza, se dirige a grupos determinados no a la masa total de los consumidores, y arguye más racionalmente.

En resumen, el autor perteneciente a la «Sociedad para la Investigación del Consumo en Alemania», ha escrito un gran libro, un libro que a todos nos interesa, a quien tenga algo que ver con la propaganda y a quien no tenga relación con ella.

José Sánchez Cano.

Noticias de libros

ALFONSO GARCÍA BARBANCHO: *Estadística elemental moderna*. Centro de Formación y Perfeccionamiento de Funcionarios, Madrid, 1964, 406 págs.

Para los que hemos estudiado bajo García Barbancho, y que por tanto conocemos sus dotes de pedagogo (¡y hay que ser un buen pedagogo para hacer que universitarios con una formación fundamentalmente humanística se interesasen y fuesen capaces de aprender estadística!), la publicación de este manual ha constituido una gran alegría, aunque no una sorpresa, pues ya desde hacía tiempo sabíamos que lo estaba preparando.

Creemos que constituye una gran suerte para los actuales estudiosos de las ciencias sociales el poder contar desde ahora con un manual pensado especialmente para utilización de sociólogos. No se trata de que la estadística no sea igual para todos; lo que ocurre es que cada disciplina científica utiliza preferentemente ciertos aspectos de la estadística, de la misma forma que ocurre con otras disciplinas, como el derecho, la economía o la misma sociología, que aun teniendo un origen común, se han dividido en ramas especializadas según lo exigían las necesidades del momento.

El libro de García Barbancho, haciendo gala de una enorme claridad, y pensando siempre en que sus destinatarios serán fundamentalmente estudiosos de otras disciplinas (preferentemente sociales), que se sirven instrumentalmente de la estadística, es por otra parte bastante exhaustivo de todo lo que se refiere a estadística descriptiva, iniciando asimismo lo relativo a estadística inferencial. Aun así, dedica (dentro de la inferencia estadística) una buena parte a la explicación del muestreo.

El capítulo final, dedicado a esbozar lo que debería ser la planificación de una investigación estadística, entra ya en el campo de las técnicas de investigación, pero de todas formas tiene su utilidad dentro de un manual de estadística como el que comentamos, dirigido principalmente al estudiante. Y es esta atención constante al estudiante, mas que al especialista, lo que recomienda sin lugar a dudas la utilización de este manual a efectos pedagógicos.

Juan Díez Nicolás.

FRED N. KERLINGER: *Foundations of Behavioral Research. Educational and Psychological Inquiry*. Holt, Rinehart and Winston, Inc., New York, 1964.

Para la ciencia, y aún más para la positiva, el método es fundamental. Designa el objeto, señala el camino y de-

cide acerca de los instrumentos de la investigación. También puede decirse, a la inversa, que cada ciencia selecciona

su método. Sin embargo, esto que objetivamente resulta así, adquiere un sentido distinto cuando lo consideramos desde sujeto-hombre frente a un campo de la naturaleza que pretende investigar. No es posible elegir el método o descubrirlo, que es más importante, por arte de adivinación, o por intuición técnica, o por semejanza de experiencias y temas. Porque ello equivale a introducir conscientemente una gran dosis de azar.

Es cierto que la ciencia es una aventura y, como tal, presupone mucho de azaroso. Pero, en la pretensión de hallar la naturaleza de las cosas, el científico es más cauto e intenta compensarlo con técnicas neutrales que fundamenten por sí mismas a la propia investigación. Y que pretenden, por tanto, ser más que métodos. Cada vez más se diseña una ciencia independiente de la investigación, introducción común a toda otra inquisición del saber.

El Dr. Kerlinger ha aceptado apasionadamente la función investigadora en

general y, más en particular la investigación pedagógica y psicológica, y en consecuencia ha debido proponerse la cuestión de los fundamentos de la investigación. Valederos para toda ciencia positiva y también, acaso con más necesidad por su especial complejidad, para las ciencias de la conducta. No se puede comprender la compleja actividad humana sin un conocimiento del «intento básico y de la naturaleza de la investigación» científica que consiste en «el estudio controlado y objetivo de las relaciones entre los fenómenos». A conseguirlo se dedica el libro.

Ello lleva al autor a estudiar los fundamentos conceptuales y matemáticos de la investigación, su análisis y tipos, medida, observación y recolección de datos, análisis e interpretación. Dentro de estos grandes apartados, cada capítulo hace un estudio detallado de las técnicas de investigación aplicadas a la psicología y pedagogía. Se trata de un excelente libro.

José Azorín.

A. K. RICE: *Learning for Leadership*. Londres, 1965, Tavistock Publications, XII-200 págs.

La formación de nuevos cuadros de organización y dirección de la vida social es una de las más complicadas funciones ejercidas por el hombre. De esta formación depende el orden público y el bienestar de un pueblo. Basándose en la naturaleza humana, el hombre tiende a desenvolver sus actividades existenciales conforme a la misma, ya que si no fuera así, no habría progreso. El fondo de esta acusación queda constituido por las relaciones de persona a persona y de grupo a grupo, debido a la naturaleza social del hombre.

Este es el objetivo perseguido por el autor. Su trabajo se basa en una serie

de experiencias adquiridas a través de conferencias, cursos y seminarios intentando localizar las necesidades y los sentimientos que empujan al hombre o al grupo a tomar decisiones en virtud de sus responsabilidades y de su autoridad. Siempre ha habido superiores e inferiores, sin embargo, lo importante es que la libertad de cada uno quede asegurada por completo, a través del sistema tan elemental y natural como es hoy día la comunicación.

No se trata de la formación de un liderazgo propiamente dicho, sino más bien de un *élite*, factor imprescindible en la sociedad moderna debido a la ne-

cesidad de realizarse el bien común y, por lo tanto, particular. Hombres y mujeres ocupan puestos de responsabilidad en la sociedad: en el comercio, en la industria o administración tanto pública como privada, en la enseñanza, en las organizaciones sociales, políticas, caritativas, religiosas, etc... y todos aquellos que en una u otra forma entren en contacto el uno con el otro crean una situación de relaciones interpersonales o entre grupos que, sin duda alguna, evidencian la necesidad de conocer más a fondo el problema de dirección humana. La cooperación de todos para todos..., sería la conclusión que pudiéramos sacar del contenido del presente libro.

Aparte de ser fruto de una experiencia bien determinada y medida, este libro nos ofrece lecciones prácticas, ante todo, de cómo enfocar el problema de la *élite...*, el de cómo llegar a ser un hombre de responsabilidad desde el punto de vista de las capacidades intelectuales, de la economía, de la cultura y de la educación. Es decir, el autor nos sugiere varias ideas que aplicándolas a las circunstancias de un lugar u otro pueden ser útiles para cuantos se interesen seriamente por el problema en consideración. Al menos a título de introducción.

S. Glejdura.

WARREN O. HAGSTROM: *The Scientific Community*. Basic Books; New York y Londres, 1965, 304 págs.

El mando científico por su posición e influencia en la sociedad actual, ha comenzado a ser objeto de la literatura del momento; sus aspiraciones, trabajos y comportamiento, así como para quienes y a qué sistema prestan su colaboración y en la medida en que influyen o son influenciados por los mismos, justifican sobradamente una investigación sociológica, y especialmente si tenemos en cuenta toda su influencia en el mundo actual. Pero la ciencia está condicionada también por la comunidad de científicos que trabajan a su servicio, y es esta comunidad, precisamente, la que decide, unas veces de una manera formal y otras informalmente, en qué dirección debe marchar la ciencia y bajo qué guía.

«The Scientific Community» es el primer trabajo sociológico realizado sobre esta comunidad y en él se trata de dar respuestas a una serie de importantes preguntas: ¿cuál es la estructura del poder y cómo los científicos las aceptan

o por el contrario la rechazan? ¿Quiénes son los «líderes» del grupo y cuáles son sus características? ¿Cómo ejercen su influencia? ¿Cuál es el rango que ocupa cada uno de ellos dentro de su grupo? etc., etc. Esto y otros problemas son los que se estudian en esta original e importante contribución a la «Sociología de la Ciencia».

La influencia de los científicos sobre sus colegas tienen distintas características, pero lo más importante de esclarecer es la del control social dentro de la comunidad científica y descubrir cuáles son las influencias fundamentales que producen la conformidad con las normas y valores de los científicos. En el primer capítulo se intenta dar una respuesta a este problema al hacer resaltar hasta qué punto los científicos se encuentran condicionados en su comportamiento profesional, por el solo hecho de pretender obtener el reconocimiento y la aprobación de sus colegas.

En el capítulo segundo se exponen

las causas y consecuencias de la lucha para lograr el reconocimiento. Cuando los científicos colaboran en un mismo trabajo surge la cuestión de cómo compartir el premio o reconocimiento, ya sea público o dentro del mundo científico; este problema se discute en el capítulo tercero juntamente con el de la autoridad en los esfuerzos colectivos.

En los capítulos cuarto y quinto se analiza las sub-comunidades de científicos y el cambio de las mismas.

Una teoría de la organización implicó una teoría de la desorganización, los objetos de la desorganización burocrática y sus efectos en la comunidad científica se estudian en el capítulo III, la «anomia» de la ciencia en el capítulo IV y las discusiones científicas, como causa igualmente de desorganización, en el V.

Los argumentos que se exponen a través del libro se toman de las siguientes fuentes: trabajos anteriores de sociólogos e historiadores de la ciencia; publicaciones realizadas por los propios científicos dando testimonio de sus pro-

prios problemas; la investigación planeada por el autor, y un análisis secundario, realizado por el propio autor, sobre datos de otras investigaciones.

La conclusión última de este libro es que el mundo científico está condicionado por tal cúmulo de fuerzas y factores distintos que pueden conducirlo hacia la corrupción y convertirlo en irresponsable. Especialización, crecimiento numérico y dependencia económica de los poderes públicos conduce a la formación de comunidades autónomas de investigadores las cuales transforman sus propias y limitadas metas como valores últimos, con la ignorancia total de sus responsabilidades públicas. Mientras existan tensiones entre el mundo científico y el político se puede hablar de la conservación de los valores, cuando estas desaparezcan será sintomático de una pérdida de los valores y, haber llegado, los científicos, a un servilismo y dependencia ajenos a su propia condición.

Francisco de la Puerta.

ALBERT COLLETTE: *Introduction à la Psychologie dynamique*. Institut de Sociologie Solvay, Universidad libre de Bruselas, Bruselas, 1965, 267 págs.

La «Introducción a la psicología dinámica», de Albert Collette está avalada por el Instituto de Sociología de la Universidad libre de Bruselas. La aportación de esta Universidad a la Sociología es tan importante que una de las mejores contribuciones al estado de opinión de la juventud europea ha sido precisamente realizada por su Instituto de Sociología.

No ha escapado, sin embargo, a los sociólogos belgas la necesidad de una aportación psicológica a la hermenéutica de la interrelación hombre-masas.

Por eso, la «Introducción a la psicología dinámica» constituye algo así como un fundamento doctrinal y experimental a este estudio. Si, en efecto, el individuo es como una carga eléctrica que se desplaza en un campo electromagnético, según la teoría de Kurt Lewin, que, con Robert S. Woodworth fundó la llamada psicología dinámica, los grupos humanos son como «chaparrones» de partículas que sufren desviaciones de sus trayectorias por otros campos mucho más vastos, de alcance casi cósmico. Queremos decir lo siguiente: a la

psicodinamia del individuo corresponde una psicodinamia de los grupos. No quiero decir con esto que el todo sea la suma de las partes, sino, glosando el aforismo de Lao-Tsé, mejor diría que es bastante más que esa suma. Pero aun así, una «Introducción a la psicología dinámica» es la mejor de las introducciones al campo de la psicología social.

Albert Collette comienza su periplo en torno al vasto campo de la psicología dinámica definiendo lo que es esta rama de la psicología. Cita en su apoyo a personalidades tales como Guillermo Wundt, Stanley Hall, Cattell, Ebbinghaus, Preyer y otros, y, sobre todo, al gran pontífice de la psicología profunda, *Segismundo Freud*. Hoy, en efecto, no puede comprenderse una psicología dinámica sin la profundización y la aclaración simpar que representó el psicoanálisis. En otras palabras, la dinámica del homo sapiens se realiza en un doble plano; casi mejor diríamos entre un plano y otro: el del inconsciente y el del consciente. Hay, por ejemplo, una dinámica del Yo, pero también del Ello, y, por supuesto, una dinámica Yo-Ello. Y por si este esquema no fuese demasiado complejo Szondi añadirá el plano del inconsciente familiar y, por su parte, Jung el del inconsciente colectivo, con lo que toda pretensión de esquematizar intuitivamente esta relación pluridimensional cae por su base, en un proceso harto similar al de la representación del átomo o de los conceptos de Pauli, Dirac, Broglie, etc.

¿Y qué es esta psicología dinámica concebida por el psicoanálisis? Albert Collette se ciñe a sus principios y a su metódica. Veamos, pues, las líneas directrices de su razonamiento que coinciden, a grosso modo, con las anunciadas por el psicoanálisis ortodoxo: en primer lugar, las leyes de la conducta

humana son muy semejantes a los que la hermenéutica onírica detecta en el sueño, o las que el psicopatólogo descubre en los síntomas neuróticos o psicóticos de sus pacientes.

Por ejemplo, «La proyección es un comportamiento típico, según el cual el individuo atribuye a otra persona sus propias impulsiones, sus deseos, sus sentimientos, sus pensamientos, sus motivaciones y sus impresiones. Según este mecanismo, el sujeto percibe, pues, el objeto (otra persona o una cosa) como idéntica a sí misma y es incapaz de situarlo en la realidad. Este mecanismo parece que tiene como fin, precisamente, el de separar el Yo de una realidad desagradable y evitar el dolor, al desplazar sobre otro los procesos que puede provocar esta sensación no placentera.»

Se habla, pues, de técnicas proyectivas y en general de mecanismos de proyección. Como tales, colorean nuestra vida de una manera peculiar y se hallan en la entraña de la simpatía «poética». Ahora bien, el psicoanálisis (agudo observador como fue y como sigue siendo de la realidad tan subjetiva en el sentido de «hacia dentro») fracasa, sin embargo, en la etiología de la proyección. En efecto, no solamente proyectamos nuestras vivencias desagradables en otras personas y en otros objetos, sino también las agradables, las admitidas plenamente por el Yo. Si bien es cierto que «cree el ladrón que todos son de su condición», también lo es que el santo proyecta toda su bondad en las criaturas, lo que le acarrea persecuciones infinitas. No en vano, en su obra «Aurora», Nietzsche habla de esa «criatura desvalida que es el hombre, a fuerza de arropar a la naturaleza con todas sus virtudes y perfecciones». Entendida en su sentido más general la proyección, no es, pues, más que una reminiscencia de la fase mágico simbólica por la que

pasa todo ser humano. En esta fase, como se sabe, la distinción entre el Yo y no Yo no se realiza de una manera perfecta. Tan es así que puede hablarse de una dinámica sujeto-objeto. Sirva la definición de los mecanismos proyectivos como un paradigma de los límites del psicoanálisis, lo que no empece la grandiosa contribución de esta rama de la psicología al estudio de la dinámica del alma humana.

Tres de los primeros capítulos del libro están dedicados a la exposición de las teorías de Freud y de sus discípulos, Alfredo Adler y C. G. Jung. Concisamente se describen en ellos las teorías psicoanalíticas más relacionadas con el problema de la dinámica sismica. Pero esta exposición continúa a lo largo de los capítulos III, IV y V, y se vuelve a incidir en los recintos del psicoanálisis, en el capítulo VII «Símbolos y simbolismos», y en el VIII «Los complejos». Es especialmente interesan-

te a este respecto el epígrafe «Los mecanismos de defensa del Yo» en los que el autor sigue con bastante fidelidad las doctrinas expuestas por Ana Freud en un libro que lleva ese mismo título. Estos mecanismos son, aparte de la proyección que ya consideramos antes, la fijación y la regresión, la sublimación, la introyección, la formación reactiva, la racionalización, la compensación y algunos otros menos familiares a los lectores de obras psicoanalíticas.

En el capítulo VII se habla de la frustración y de la agresividad. Aquí es en donde se citan las teorías de Samuel Rosensweig y su clásico esquema de la intra, extra e impunitividad.

En resumidas cuentas, una magnífica introducción para el lego en Psicología dinámica, y una no menos maravillosa oportunidad para el especialista que quiere repasar sus conocimientos sobre el tema.

Alfonso Alvarez Villar.

JEAN STOETZEL: *La psychologie sociale* (Nouvelle Bibliothèque Scientifique). Paris, Flammarion, 1963, 316 págs.

La psicología social no ha logrado en Europa un desarrollo parecido al de Estados Unidos; sin embargo, en países como Francia viene existiendo desde hace ya bastantes años una inquietud y un interés grande por esta rama de las ciencias sociales. Numerosos profesores se han formado en las universidades americanas, otros han estudiado en su amplísima bibliografía, se han creado centros de estudio y de investigación y, en la actualidad, la psicología social francesa ha adquirido su propia personalidad, con investigaciones concretas, métodos contrastados, publicaciones teóricas y una gran bibliografía sobre cuestiones empíricas.

El profesor Stoetzel ha sido uno de

los que más han hecho por este desarrollo de la psicología social en Francia. La obra que nos ofrece contiene: la Introducción, en la que traza el pasado de la psicología social y establece las relaciones de esta ciencia con la psicología, la sociología y la etnología; la primera parte en la que estudia el individuo y la cultura; la segunda parte sobre los comportamientos en las condiciones sociales; la tercera parte trata de la personalidad; la cuarta parte examina la noción de interacción entre las personas, y la quinta parte aborda los problemas de psicología colectiva. Digamos, antes de entrar en la descripción del contenido de las partes del libro, que el autor ha realizado un esfuerzo

de selección de obras y artículos cuyas citas a pie de página quizá pase de doscientas.

El autor examina rápidamente el pasado de la psicología social, cuyos orígenes y desarrollo la sitúan como una ciencia puramente americana. En efecto, a pesar de algunos precursores como el filósofo inglés Thomas Hobbes, como J. J. Rousseau o como Ch. Fourier, la psicología social, ciencia de nuestro tiempo, disciplina independiente, es, tanto en sus orígenes como en su desarrollo, una ciencia americana, con L. F. Ward, A. W. Small (*An introduction to the study of society*), Mc. Dougall, Ch. H. Cooley, etc., como precursores.

En una visión de conjunto del libro de Stoetzel, podemos observar la preocupación del autor por presentar de forma encadenada y sistemática los temas elegidos.

Stoetzel pone en claro varios conceptos y problemas importantes de la psicología social, tales como la socialización, la percepción, la inteligencia, el status, el rol, el grupo, la interacción, etc. Con una gran preocupación cientí-

fica, el autor trata de analizar la problemática de todos estos aspectos ordenando de forma sistemática todo el contenido de la obra. El individuo inserto en la sociedad en los comienzos de su existencia; el individuo en su comportamiento afectivo, su inteligencia, su memoria, su personalidad; el individuo en relación con otros individuos o grupos, la interacción entre personas y el comportamiento de las masas, la opinión pública, etc., son los diferentes temas que el autor examina con la inquietud de descubrir al lector, esencialmente al estudiante, las estructuras, las causas y los efectos del comportamiento del hombre.

El autor aborda cada capítulo a su vez como parte aislada y como parte de toda la problemática de la psicología social actual. Aporta datos y hechos sobre estudios teóricos y empíricos y con juicio crítico los explora para poner en manos del lector un inventario claro y ordenado de los problemas fundamentales de la psicología social.

J. L. Martín Martínez.

MELVIN S. HATTWICK: *Psicología publicitaria*. Editorial Hispano-Europea, Barcelona, 1964, 817 págs.

Se inicia el libro «Psicología Publicitaria» con una introducción definitoria de lo que se pretende al relacionar la Psicología y la Publicidad.

El autor analiza los móviles que determinan nuestra conducta cotidiana, desde los pequeños detalles hasta las mayores necesidades. Partiendo de un conocimiento de las necesidades, conocimiento que nos lo proporciona la Psicología, llegar a cubrir y predecir una serie de deseos de los posibles clientes; crear estas necesidades para conseguir clientes nuevos y prever necesidades futuras para abrir nuevas posibilidades de mercados.

Después de dar unas ideas sobre las necesidades de los clientes y los impulsos que mueven estas necesidades, pasa el autor a problemas más relacionados con la Publicidad.

Da normas sencillas para los vendedores, sin profundizar demasiado. Entre las normas más importantes tenemos:

- 1.ª *Conozca las características psicológicas del mercado.*

Valora las necesidades de conocer las características psicológicas de los clientes, su nivel educacional, sus activida-

des emocionales con respecto a productos anunciados, dándosele así la importancia que esto tiene, antes olvidada por los anunciantes.

2.^a *Cómo obtener datos válidos y fiables acerca del cliente.*

Pasa a analizar las fuentes de información con que cuentan los anunciantes, siendo una de las más importantes las que nos da el propio cliente.

Se estudian a lo largo del capítulo los cuestionarios, la entrevista personal, etcétera, dando sobre todo ideas prácticas y fijando la atención sobre las condiciones de la muestra y sus características más deseables.

3.^a *Escoja una apelación cuyo atractivo cale hondo.*

Se profundiza en los resultados de la investigación psicológica y publicitaria, que nos indican que las apelaciones (motivaciones) básicas o primarias son más eficaces que las secundarias. Los resultados de las investigaciones sobre efectividad en Publicidad apoyan las conclusiones de la Psicología.

Sin embargo, las motivaciones secundarias siguen siendo necesarias y efectivas.

Alude el autor a un tercer tipo de Publicidad, «la recordatoria», tal vez porque es el método más sencillo que requiere un mínimo de capacidad creadora y porque el producto no tiene un atractivo especial que pueda destacarse. Es efectiva cuando se emplea frecuentemente, y más como apoyo de campañas principales.

4.^a *Hay que atraer y vender al cliente.*

Entre los medios más eficaces que analiza el autor para atraer al posible cliente, hace hincapié en el uso de ilustraciones, que crean más interés. Pasando

luego a analizar qué tipo de ilustraciones son las más interesantes para los hombres, mujeres, niños, ancianos y el por qué. Resaltando también el valor de estar íntimamente asociada la ilustración con lo que pretendemos vender.

Capítulo especial aparte merece el análisis que hace del *color* y de cómo éste incrementa el valor de la atención hacia los anuncios. Tal vez si se llega al abuso, la eficacia queda reducida; sólo analizando cuidadosamente el producto a anunciar y su relación con el anuncio y su color, tendremos una publicidad eficaz.

Las elecciones de colores sencillos o la elección de colores especiales, se deben en muchos casos a asociaciones o experiencias agradables tenidas en el pasado.

Parece que el azul, rojo y verde son los preferidos por los adultos; las masas también prefieren los colores primarios, y los «fríos» o pasteles las personas más educadas.

5.^a *Cómo mantener el interés de los clientes.*

El autor pasa al estudio de algunos de los procedimientos para mantener al cliente interesado y fijar su atención: palabras, textos, ilustraciones, fotografías, etc.

6.^a *No permitan que olviden su publicidad.*

El recuerdo que deja una campaña publicitaria es lo más importante para determinar su eficacia; hay que tener muy en cuenta «las leyes de aprendizaje», «Leyes de asociación», «Leyes de memoria», «y el interés». También lo que se llama en psicología «saturación» que es la salvaguardia contra el olvido.

Entre las ayudas prácticas más importantes para recordar tenemos: ritmo, melodías, nombres cortos y sim-

ples, repetidos, etc., de los que el autor hace un análisis muy detallado.

Es de gran interés la última parte de este estudio sobre «psicología publicitaria» ya que en ella se analizan los métodos más importantes para probar «a priori» la efectividad de la publicidad mediante técnicas rigurosamente controladas que proporcionan una información objetiva, auténtica y sin sesgo. Algunos de estos métodos utilizan instrumentos de medición ya usados desde tiempo por los psicólogos: la cámara

registradora de movimientos de ojo, y el psicogalvanómetro.

Se pasan a estudiar también métodos para comprobaciones «a posteriori» de la publicidad y se analizan métodos de valoración más utilizados. Estas comprobaciones sistemáticas y sus resultados los ponen las agencias de publicidad al servicio de sus posibles anunciantes para que conozcan la eficacia de las distintas técnicas publicitarias.

M.^a del Carmen Muñoz de Cuenca

FRANCISCO A. RIZZUTO (h.): *Relaciones humanas y relaciones públicas*. Editorial Estrada, Buenos Aires, 1964.

Manual compuesto de dos partes y quince capítulos. En ellos se exponen los conceptos y principios esenciales de las actividades que nos ocupan (Relaciones Humanas y Relaciones Públicas).

Resalta, en primer lugar, la importancia que han adquirido las Relaciones Humanas y las Relaciones Públicas en la planificación de las campañas comerciales, en el régimen interior de las empresas e incluso en los nuevos enfoques de las ciencias sociales.

Establece que las Relaciones Humanas, en esencia, procuran identificar al obrero y al empleado con la empresa, por eso las define como los «lineamientos básicos para que empresa y trabajadores comprendan que persiguen un objetivo común».

En el capítulo dedicado a la mujer y al niño se examina la llegada de aquella al mundo laboral, en sus más diversas facetas y cualidades principales, como son su espíritu de organización y de observación. También se insiste en el mundo infantil, tan peculiar, el cual se encuentra comprendido perfectamente por la mujer.

¿Cuál es la condición básica para obtener el éxito de una empresa?

La pregunta se la establece el autor y, tras examinar una serie de preguntas, llega a la conclusión de que la respuesta debe hallarse en el hombre, en las relaciones entre los hombres, es decir, en las relaciones humanas.

Al tratar las Relaciones Públicas lo hace ubicándolas dentro de las Relaciones Humanas. Para ello, independiente de una serie de definiciones tomadas de Public Relations News, Webster's, Byron Christian, etc., sigue el cuadro de jerarquización de Sánchez Fogarty. El autor sigue al experto mejicano no sólo en el entronque de las Relaciones Públicas con las Relaciones Humanas, sino en la forma en que se han de desarrollar las primeras, las cualidades que debe reunir el «relacionista», los profesionales que mantienen relaciones concommitantes en toda empresa bien organizada y trata de establecer las delimitaciones existentes entre ellas.

Se presta gran atención a la opinión pública, pues con la enorme difusión de los medios de comunicación masiva

NOTICIAS DE LIBROS

es cada vez más trascendente su peso o poder. Por ello el relacionista es un hombre que se encuentra a caballo de la opinión empresarial y los altibajos de la opinión pública. De ahí su dificultad de planificar tan rigidamente como lo puede realizar el publicitario.

En el último capítulo se indican las etapas del proceso de las Relaciones Públicas: Investigación, Planificación, Comunicación y Evaluación. Se indica asimismo la necesidad del trabajo en equipo.

Dos de los quince capítulos de que

consta este libro están dedicados a las funciones social y política de las Relaciones Públicas, dando con ello no sólo una visión empresarial a esta actividad, sino nacional e internacional.

La obra contiene cuatro cuadros sobre Relaciones Humanas y Relaciones Públicas (Sánchez Fogarty), Aspectos de la empresa, Lo que no debe hacerse y Desarrollo del complejo económico, muy útiles, como el resto del libro, para no iniciados.

José Antonio Carmona.

RAYMOND ARON: *Paz y guerra entre las naciones*. Revista de Occidente, Madrid, 1963, 918 págs.

La ciencia de las relaciones internacionales va siendo considerada ya como disciplina científica diferenciada, con bases conceptuales precisas y unos fines netamente delimitados. Recordemos que la expresión «relaciones internacionales» procede de Norteamérica, en donde, a raíz de la primera guerra mundial, empezó a aplicarse de manera generalizada, creándose en las universidades cursos y centros especializados en el estudio de esta materia. En Europa, también por esa época, fueron extendiéndose las enseñanzas sobre las relaciones internacionales; en Francia surgió la preocupación por los *études internationales*; en Inglaterra empezaron a estudiarse las *international relations*, los *international affairs* o los *world affairs*; en Alemania y en España también se siguió este movimiento, aunque de forma más lenta.

Desde entonces el estudio de las relaciones internacionales no ha cesado de extenderse, surgiendo instituciones especializadas y una abundantísima literatura.

Queremos presentar en estas páginas la famosa obra del gran sociólogo fran-

cés R. Aron, *Paz y guerra entre las naciones*, publicada en su versión original en 1962. Lo cierto es que la guerra y la paz han sido temas que han preocupado al mundo desde la antigüedad, si bien su estudio ha sido un campo casi exclusivo de juristas, filósofos y de historiadores. Sin embargo, el auge de la teoría de las relaciones internacionales ha ido en paralelo con el auge de la ciencia política, y, en la actualidad, la teoría de los conflictos, la teoría de la cooperación y las relaciones internacionales son dominios importantes no sólo de las ciencias políticas, sino también de la sociología.

En el campo de la sociología este interés ha dado nacimiento a métodos, teorías y técnicas aplicables generalmente a estudios empíricos, pero que, en muchos casos, permiten abarcar fenómenos generales, como lo demuestra R. Aron en la segunda parte de su obra. En la primera parte, el autor elabora los conceptos necesarios para poder interpretar la lógica de las conductas en la política exterior, examina la solidaridad de la diplomacia y de la estrategia y

analiza los factores de los que dependen el poder de las unidades políticas y los objetivos que los hombres de Estado se proponen alcanzar.

El mismo G. Schwarzenberger ha identificado las relaciones internacionales como una teoría de la sociedad internacional, es decir, como una rama de la sociología. Este gran teórico dice: «El campo de la ciencia de las relaciones internacionales es la sociedad internacional. Sus temas son la evolución y estructura de la sociedad internacional; los individuos o grupos que se hallan activa o pasivamente implicados en este complejo social; los tipos de conducta en el medio internacional...» (1). Para R. Aron, el sociólogo debe tratar de encontrar los determinantes, los «fenómenos-causa» de los «fenómenos-efecto» que plantea la teoría de las relaciones internacionales. El autor estudia el tema desde todos los ángulos. Los «fenómenos-efecto» considerados son: los factores de poder, la elección de ciertos objetivos antes que otros, las circunstancias necesarias o favorables para la constitución de un sistema en lugar de otro cualquiera, el carácter propio de las paces y de las guerras, la frecuencia de las guerras, el orden, si es que hay alguno, según el cual se suceden las guerras y las paces, y el esquema, si lo hay, de acuerdo con el cual fluctúa el destino, pacífico o bélico, de las ciudades soberanas, de las civilizaciones, de la Humanidad.

R. Aron menciona con frecuencia las armas termonucleares. Las condiciones de fuerza o de potencia le preocupan como factores de cambio en el sistema de las relaciones internacionales y se interroga sobre los objetivos que se proponen las grandes potencias. En la tercera parte de la obra, R. Aron elabora

una teoría a partir de la historia, con un planteamiento semejante al autor americano A. Wolfers (2). Ambos autores rechazan la idea de que los Estados se proponen una finalidad única: la potencia. Dice Wolfers en su libro: «No hay razón para pensar que todos los autores de la escena internacional se orientan uniformemente hacia una finalidad única e idéntica ya se trate de la paz, de la seguridad o de la potencia misma.» Para él existen tres actitudes posibles de los Estados: «self extensión», «self preservation» y «self abnegation».

En esta parte, entra el autor en el estudio detallado del sistema planetario en la era atómica, con el objeto principal de determinar las características de la estrategia y de la diplomacia en la edad termonuclear. «Las armas y el carácter eventual de la guerra ponen su marca sobre el desarrollo de la diplomacia, aunque ésta esté en función, en primer lugar, de los actores, de sus intereses, de sus ideas y de sus prácticas.» ¿Y quiénes son los actores en la edad termonuclear? Pues, como señala R. Aron, nunca hubo tantas alianzas, uniones y bloques en época de paz: «Pacto Atlántico», «Pacto de Varsovia», «Naciones Unidas», etc. Por lo tanto, según se tome uno u otro criterio de agrupamiento de los actores, el sistema planetario presenta aspectos diferentes. Sin embargo, y a pesar de aquellas unidades que no están agrupadas en bloques, se considera al sistema planetario como sistema bipolar, es decir, formado por dos grandes bloques: los Estados Unidos, alrededor del cual se agrupan otros muchos Estados, y la Unión Soviética, como cabeza de grupo de países socialistas; siendo estos dos grandes

(1) G. SCHWARZENBERGER: *Power Politics. A Study of International Society*. 2ª ed. Londres 1951.

(2) ARNOLD WOLFERS: *Discord and collaboration. Essays on international politics*. Foreword by Reinhold Niebuhr. Baltimore, the John Hopkins Press, 1962.

los únicos que toman iniciativas decisivas.

R. Aron explica la dialéctica de los bloques. Considera el sociólogo francés que la constitución de los bloques se debe más a la consecuencia mecánica de la situación creada por la segunda guerra mundial que a la aparición de las armas atómicas.

En la cuarta y última parte del libro, R. Aron estudia el problema planteado por la antinomia entre realismo e idealismo, formula la cuestión de si la puesta a punto de las armas atómicas modifica la moralidad tradicional de la acción diplomático-estratégica y si las llamadas doctrinas idealistas del pacifismo

absoluto no se han convertido ya en la única forma de sabiduría. El autor opina que no es así. Piensa que los estadistas deberán actuar según su prudencia, «sin ilusión ni esperanza de seguridad absoluta».

El estudio del aspecto militar y político de la estrategia permite autosacar conclusiones de los análisis formales de la primera parte, de las regularidades sociológicas de la segunda y de las descripciones históricas de la tercera. Termina esta magnífica obra con dos capítulos consagrados al problema de la paz: la paz por la ley y la paz por el imperio.

J. L. Martín Martínez.

THEODOR ESCHENBURG: *Ueber Autoritaet*. Suhrkamp Verlag, Frankfurt am Main, 1965, 181 págs.

El libro de Eschenburg es un estudio histórico del concepto «autoridad» a través de épocas social, religiosa y políticamente diversas.

Analiza, en primer lugar, la palabra latina «auctoritas» y la razón y condiciones sociopolíticas que determinaron su aparición en la Roma pre-republicana. «Auctoritas» procede etimológicamente de «auctor» y «auctor» significa fomentador, creador, promotor, autor. Entraña un sentido económico que pasa progresivamente a otros dominios. De este modo llegamos a la «auctoritas» como cualidad puramente moral propia del hombre que aconseja con equidad y acierto.

Ya en el siglo VI a. C. se constituyó en Roma una corporación de ancianos—el Senado—con la exclusiva misión de aconsejar en los asuntos públicos. En tanto que los magistrados—cónsules y pretores—ostentaban el poder ejecutivo y al pueblo se le reservaba el derecho de votar y elegir a sus magistrados,

el senado constituía una auténtica asamblea consultiva sin otra finalidad que la de asesorar y aconsejar. Ahí estriba precisamente la diferencia entre la «auctoritas» propia del senado y la «potestas» inherente al poder ejecutivo.

El concepto «autoridad» se halla basado en un consenso colectivo que otorga a la asamblea de ancianos una confianza y una dignidad. El que entrega una confianza a otra persona se supe-dita en cierto modo al buen sentido de tal persona y, aunque no siga los consejos de ésta, los da por aceptados de antemano.

La autoridad nació sin naturaleza coercitiva y no puede verse, por tanto, en este concepto una antítesis del de libertad ni siquiera un intento de controlarlo.

A medida que los sistemas de gobierno cambian, el concepto «autoridad», sin perder nunca del todo su carácter originario, va adoptando nuevas modalidades.

En la época imperial la autoridad emigra hacia la persona del emperador y se transforma en uno de sus atributos superiores. De ahí la íntima relación semántica entre las palabras «auctoritas» y «augustus». El emperador se arroga no solo la «auctoritas» sino también la «potestas» quedando de este modo reunidas en su persona la dignidad senatorial y el poder de los magistrados. El comportamiento del emperador no se diferencia entonces del de un tirano y su autonomía es absoluta.

Con la aparición del cristianismo y de la Iglesia como entidad organizada, el concepto sufre nuevas acuñaciones. Al hallarse la Iglesia desprovista de un lenguaje jurídico propio, sus primeros escritores, sobre todo Tertuliano y San Ciprián, procuran adoptar y adaptar las expresiones jurídico-militares romanas. Tertuliano traslada, por ejemplo, el concepto político de autoridad a la palabra escrita; San Ciprián lo aplica a la persona que desempeña un cargo y a los obispos. San Agustín rebasa ambas actitudes y se remonta al origen mismo de la autoridad: Dios, Cristo. Así como Dios carece de todo límite, su autoridad, temporalizada en la Iglesia, se destaca absolutamente sobre todo otro tipo de autoridad. De aquí surge esa situación preeminente que, según el obispo de Hipona, corresponde mantener a la Iglesia.

Eschenburg concede bastante importancia al nuevo sesgo que toma el concepto «autoridad» en contacto con la Iglesia católica y, partiendo de este hecho, recorre con su análisis las diversas Edades llegando en muchos casos a comprobar, como mero producto histórico, la dualidad «poder espiritual», no siempre desprovisto de anhelos terrenos, y «poder temporal», empeñado constantemente en no dejarse absorber por la «auctoritas» eclesiástica.

Las luchas y discrepancias del papado con los monarcas francogermanos de la

baja Edad Media, continuadas a partir del siglo X con las dinastías otónica, sálica y stáufica y el problema de las investiduras que amenaza con escindir el bloque cristiano y que, de hecho, desemboca en un cisma y en un cautiverio, son indicios claros de los intereses de ambos poderes y de cómo el deseo de prestigio oscurece los límites de la autoridad y conduce a lamentables interferencias.

El autor afirma en el prólogo que su estudio, prescindiendo de la época romana y de los comienzos de la Iglesia, se ocupa más particularmente de Alemania, afirmación que se debe tener en cuenta ya que, la evolución del concepto «autoridad» ha seguido cauces relativamente diversos en el país citado y en los demás, concretamente, en España.

Lutero rompe abiertamente con una tradición secular de aceptación y sometimiento y pone en entredicho con su libre examen toda autoridad religiosa jerárquicamente organizada. Acepta, sin embargo, un poder temporal (la Obrigkeit), que engloba a la vez la «auctoritas» y la «potestas» y tal poder terreno se da, además, en una sola persona. Hay que tener presente que, en la época de Lutero, era la monarquía la única forma de gobierno en Europa.

Al avanzar las monarquías hacia el absolutismo político, fue incubándose simultáneamente el concepto moderno de soberanía hasta el extremo de poder formular la siguiente correlación: Como soy soberano, tengo poder absoluto; como tengo poder absoluto, soy soberano.

La autoridad absolutista prescinde del consenso popular y de la previa aceptación colectiva. Se impone mediante leyes de sucesión y halla una oscura justificación en el prestigio histórico de la monarquía.

Por último destaca Eschenburg y con-

trapone a la Iglesia católica y al comunismo en sus respectivas pretensiones de infalibilidad en los principios.

Ante nuestros ojos suben y caen los telones, desfilan los escenarios, los actores y los actos, pero siempre podremos

reconocer, incluso en las últimas tormentas de las ideas y del poder, a la criatura que nació de una entrega de confianza y de un noble deseo de aceptar consejo.

Edda Scheltwort.

GASTON BERGER: *Universidad, tecnocracia y política*. Colección Esquemas del futuro. Ediciones Cid, Madrid, 1965, 273 págs.

La primera traducción al castellano del libro de Berger, *L'homme moderne et son education*, la ha hecho S. Maso con un título demasiado concreto en razón de la temática, o mejor de la amplitud de su temática, que en modo alguno se ciñe al ámbito universitario.

En 43 páginas realiza E. Ruiz García la introducción a G. Berger, a quien señala como «el autor del segundo tomo de la colección esquemas del futuro», refiriéndose al libro que en francés se llama con más propiedad *L'homme moderne et son education*, tema que efectivamente pertenece a la temática del «social change» o de «l'évolution sociale», como dicen los franceses.

En estas páginas prologales E. Ruiz García da la filiación socio-política de Berger como demócrata, haciendo una expresiva semblanza humana de la prestigiosa personalidad del autor de este libro.

Otro aspecto del prólogo es el relativo a la problemática relación entre política y tecnocracia. E. Ruiz García afirma que Berger, puesto a elegir, «no duda en elegir la política a la tecnocracia», refiriéndose sin duda más a una axiología que a una opción alternativa. En este punto, quien ahora escribe recuerda la aclaración de Aron ante la despolitización de los problemas técnicos, a saber, que en Francia solamente hay una palabra donde se involucran dos conceptos diferentes que los ingle-

ses encierran, respectivamente, en los términos *policy* y *politic*.

Pero la parte prologal más adecuada como ex ante del libro a leer es aquella en la que considera la interrelación o causalidad entre educación o enseñanza y desarrollo económico, reflexionando con cifras y datos relativos a la Francia actual, demostrativos de que el mejor camino a seguir para obtener metas de bienestar colectivo es hacer la infraestructura del desarrollo desde la enseñanza, criterio hoy admitido y recomendado por los expertos, y que ha sido subrayado con todo su rango en el II Plan de Desarrollo Económico-Social de España.

Y decimos que esta es la parte prologal más adecuada porque, en definitiva, el libro, pese al título, tiene por tema la educación del hombre moderno.

Comienza Berger afirmando el desfase entre el ritmo evolutivo acelerado de los tiempos que vivimos y la lenta evolución del hombre actual; a causa del divorcio entre el esquema mental de los hombres de aquí y ahora y el cambio producido en el mundo exterior por los inventos de la técnica, entendiendo por técnicos no sólo a los ingenieros.

La divergencia o creciente distancia entre las dos ramas puede y debe acortarse, dice Berger, a través de una educación ágil, llena de eficacia, sin perder su naturaleza humanística. No se trata de instruir, sino de educar, como

deber ser. Por otra parte, después de diferenciar la técnica de la ciencia, se nos dice que la técnica está respecto a la cultura en relación de medios a fines. Y, al tiempo que reduce a la técnica a la categoría de medio instrumental de la cultura, afirma que el hombre es un animal técnico.

Se plantea la cuestión compleja del investigar como paso previo al tema de la educación, donde se ocupa tanto del enseñar del maestro de escuela como del profesor de universidad (pág. 121). Dedicar un capítulo a la inadaptación social de los jóvenes (pág. 151), y plantea la cuestión de la opción entre tecnocracia y política, capítulo 9, que al parecer inspiró al prologuista el título de su introducción: «El principio y no el fin de las ideologías».

Un capítulo, unas veinte páginas, se dedican a la problemática de la opinión pública y su distinción de conceptos afines. Comienza con una cita de Pascal: «La opinión es como la reina del mundo; en el sentido de Laswell, quien concede mayor fuerza y eficacia a la palabra que a las bombas para influir en

el pensamiento y en la conducta de los hombres.» Y seguidamente, después de renunciar a toda bibliografía, se traza el siguiente plan de estudio de la opinión pública: «Trataré primero de hacer una descripción fenomenológica de la opinión pública presentando o sugiriendo cierto número de ejemplos concretos y tratando de advertir en ellos algunas de las estructuras esenciales del fenómeno. Quisiera pasar revista después a las formas principales, no diré de grupos sociales, sino de conjuntos humanos, y ver cómo desempeña la opinión pública, aquí y allí, papeles profundamente distintos.» Y se ocupa en especial de los siguientes aspectos: «Los fundamentos y caracteres de la Opinión Pública.» «La opinión en la multitud y en el grupo organizado.» «La opinión de la masa y la opinión del público.» «Los factores de la Opinión Pública.» «La tiranía se interesa por la opinión para servirse de ella.»

Termina el libro exponiendo ideas sobre la unidad cultural de Europa.

Esteban Mestre.

ANDRÉ PHILIP: *La democracia industrial*. Traducción de Dionisio Rídruejo. Colección de Ciencias Sociales, núm. 43. Editorial Tecnos, Madrid, 1965, 341 págs.

El autor, cristiano protestante, profesor de la Sorbona, ministro de uno de los primeros gobiernos de la postguerra, socialista sin partido, es promotor de una nueva izquierda europea que intenta unir a la estructura capitalista del Mercado Común las presiones del grupo obrero supranacional y del Estado supranacional planificado.

El libro es la continuación de *La Europa unida. Su puesto en el comercio internacional*, en la que exponía la necesidad de definir una política de conjunto

y de imponerla por medio de una autoridad política federal responsable ante el Parlamento europeo elegido por sufragio universal. Ambos son el resultado de un curso en el Instituto de Estudios Europeos de la Universidad de Sarrebrück, encaminado a examinar cuál debería ser el contenido social de esa Europa nueva. Se comprobó que se trataba a la vez de un problema de organización y de liberación.

Investigación de carácter práctico y positivo que relaciona dos factores pro-

blema: el desarrollo económico y las relaciones de producción. Después de establecer el «espacio mínimo» en su libro sobre *Europa*, trata aquí de definir las exigencias de carácter social que el espacio mínimo planificado impondrían.

La clase obrera—contra la teoría de Marx—no sólo no ha aumentado, sino que ha disminuido y dividido en tres partes: 1) obreros cualificados, 2) peones, 3) peones especializados. Los profesionales y los obreros vienen a tener un sueldo semejante, pero su *status* y su psicología cambian; aunque el peón gane a veces más que el empleado de clase media, padece un sentimiento de *opresión* en la atmósfera de la fábrica. Tras plantear el problema—interesar al obrero en su trabajo—, va estudiando los medios tanto internos como externos que se han ido experimentando, no sólo para mejorar el medio ambiente en el que el obrero trabaja, sino para darle—a través de los comités de empresa—la sensación de compartir ciertas responsabilidades, hasta aparecernos los sindicatos o el Movimiento Sindical como medio de acción esencial de los trabajadores.

Ilustra sus teorías con dos ejemplos interesantes: la experiencia de gestión obrera y descentralización administrativa de Yugoslavia, que logra mantener la atención del lector del principio al fin, y una experiencia de reconversión en Francia.

A. Philip se paseó por Yugoslavia con los ojos muy abiertos, rápido a la charla con obreros, consejos de administración, universitarios, sindicalistas, etc., en 1954. El plan de Tito, comunista militante, fue lanzarse a una política agrícola e industrial de centralización a imagen y semejanza rusa; pero los resultados fueron deprimentes, al descontento general de la clase obrera se unió el problema de los contratos con Rusia que les obligaban a dar barato y a ven-

der caro; una explotación. Los especialistas militares rusos realizaban verdaderos actos de espionaje. Los especialistas económicos eran burócratas y autoritarios. En esta situación el Kominform expulsa a Yugoslavia de su seno. Era el año 1948. Los países del Este le organizan un boicot que les obliga a incrementar los gastos militares mientras se suceden dos años de sequía absoluta.

El Partido Comunista tiene el valor de reconocer los errores que la influencia rusa le ha hecho cometer y da una nueva orientación a su sistema. La nueva doctrina se revela en los estudios de Kardelj.

En un país atrasado, donde el nivel de vida es bajo y la cultura obrera poco desarrollada, se pasa inevitablemente por un período de capitalismo de estado en el que una élite técnica toma el poder. «La tentación reside en que esa aristocracia técnica, en vez de reabsorberse rápidamente, se instala en el poder considerándolo como cosa propia y se produce una nueva clase de lucha para conquistar los puestos de mando dentro de un sistema de estado centralizado. La experiencia de la Unión Soviética demuestra que la degeneración de la revolución socialista comienza allí donde deja de preocuparse del hombre, donde el trabajador es degradado al nivel de esclavo por una dirección que todo lo sabe y todo lo decide en nombre y en interés de una pretendida idea superior, a la que debe sacrificarse todo interés particular, todo principio de humanidad.» Son palabras de Kardelj.

Y el socialismo es una liberación de los trabajadores; por tanto hay que volverse contra la burocracia y la dictadura tecnocrática. El socialismo debe tener autogobierno que permita a cada uno tener iniciativas en la esfera de sus conocimientos.

Oigamos ahora a Tito: «Cualquier arbitrariedad por parte del órgano del po-

der es no sólo superflua, sino perjudicial para el desarrollo del país y lo frena. Lleva en sí los elementos contrarios al socialismo, ya que mina la confianza en el poder nuevo y en las leyes y debilita a la comunidad.» Se trata, pues, de volver al principio de la legalidad y del respeto a los derechos individuales de los trabajadores.

La nueva doctrina mantiene el partido único—cuya misión consistirá en educar al pueblo para el autogobierno—, esforzándose en restablecer las libertades individuales. Este partido desaparecerá en el momento que deje de ser necesario, porque los hombres se reunirán en colectividades solamente para la resolución de un problema eventual y se disolverán una vez haya sido resuelto.

Como elementos progresivos, dignos de tenerse en cuenta, vamos a destacar:

1) Llegar a resolver el problema de las nacionalidades. Y éste era un problema difícil de resolver por la diversidad de razas y religiones. La solución se buscó creando varias repúblicas: Eslovenia, Croacia, Bosnia-Herzegovina, Macedonia, Montenegro; y dos territorios autónomos: Voivodina y Kossovo.

6. Cuenta Philip que en Voivodina pudo hablar con un húngaro que presidía el consejo de administración de la cooperativa integral de cultura. Este hombre le dijo que había sido durante treinta años obrero agrícola, explotado por el propietario y despreciado por los otros trabajadores, porque como húngaro representaba una minoría nacional. Hoy —le dijo—desempeño un papel en la cooperativa. El ingeniero posee conocimientos que a mí me faltan, pero sabe que puedo aportarle el resultado de una larga experiencia. Tengo el sentimiento de haber llegado a ser un hombre.

2) La experiencia de descentralización administrativa resulta verdaderamente apasionante. Sorprende comprobar que en Yugoslavia el presidente del ejecu-

tivo, Tito, se ocupa muy poco de los problemas de detalle y toma raramente decisiones personales. El peligro del poder personal parece verdaderamente eliminado.

3) Pero lo más interesante es la gestión obrera. Sin embargo, es una apuesta arriesgada ésta de hacer dirigir empresas a los trabajadores en un país donde existe tanto analfabetismo y los conocimientos técnicos reducidos al mínimo. Esta labor sería más fácil en países que cuentan con una clase obrera educada, como son los de Europa Occidental.

El ejemplo de Francia es diferente, se trata de un país más evolucionado que se plantea un reajuste económico y social. Y el estudio concreto del primer plan nos resulta ya bastante atrasado.

Las tentativas de democracia obrera que hemos venido viendo a lo largo del libro no alcanzarán su plena eficacia mientras queden limitadas al marco nacional. Pero ninguna solidaridad internacional sería viable en tanto no se haya creado un órgano *supranacional* permanente, con límites determinados, que tenga una responsabilidad propia para definir e imponer un interés común superior a los intereses nacionales—que no es la suma de intereses nacionales, sino algo de naturaleza diferente a cada uno de ellos—. Allí donde no hay un órgano autónomo permanente no puede haber comunidad europea u otra cualquiera; no hay más que alianzas, con lo que ellas representan de insuficiente y de precario. El mundo está dominado por dos grandes potencias, que son, una y otra, federaciones de Estados. La formación de precios se hace sobre el mercado mundial. La *unificación europea* aparece como la condición indispensable de reajuste nacional.

Finalmente se detiene en los problemas de la educación popular, estrecha-

mente relacionados con el esfuerzo de la democracia industrial.

Entra A. Philip en la corriente del humanismo contemporáneo, que se caracteriza por su orientación hacia lo más real y concreto y la extensión con que

se concibe. Busca, como tantos otros, la refundición liberal-socialista que representaría como ninguna otra la necesidad de la Europa que se proyecta.

Sara Arcas.

WILLIAM O. DOUGLAS: *Anatomía de la libertad*. Herrero Hermanos Sucesores, S. A., México, 1964, 208 págs.

Este libro abre sus primeras páginas con una exposición del sentido y función de la Colección CREDO que le edita. Y seguidamente el autor, W. O. Douglas hace una introducción que intitula «Mi Credo», donde expone su punto de vista e incita al mutuo respeto a falta de un acuerdo entre las distintas formas de vida, en evitación del mal terrible de la guerra.

Libro escrito por un magistrado es evidente su preocupación por la justicia y la igualdad de los hombres ante la ley. Y por la libertad, concepto que acuña no solo desde el dejar hacer del Gobierno sometido a la ley, en cuanto Estado de Derecho, sino también en cuanto capacidad de hacer del individuo en términos de oportunidades del hombre en la sociedad estatal.

Pone como ejemplo de regulación jurídica de la libertad, el texto constitucional de Declaración de Independencia de los Estados Unidos. Y con tal motivo expone el pensamiento de Jefferson, para redescubrir conceptos como son el origen divino de la soberanía popular y el título democrático legitimante del poder político (pág. 20 y ss.).

Se refiere seguidamente al constitucionalismo escrito al que ha de adscribirse el Bill of Rights frente al carácter consuetudinario no escrito de la Constitución Inglesa. Con ello entra en terrenos de la doctrina de garantías y expone los principios de legalidad e irre-

troactividad de las leyes penales, y las violaciones en Hungría en 1956 a raíz del levantamiento popular, en Rusia en 1961 por contrabando de divisas, en Corea en 1960 y otras que se dicen ser.

Dedica muchas páginas, la parte central del libro, a explicar la libertad de expresión y su regulación jurídica en los Estados Unidos pormenorizando incluso sobre la responsabilidad de la emisora o el candidato que en ella habla ante los supuestos de calumnia, difamación u obscenidad en las emisiones de radio en campaña electoral.

Se afirma que la censura es ajena al sistema norteamericano (pág. 32) y considera anticonstitucional la censura en prensa cine o T. V. Y termina este capítulo I con un análisis de la libertad de conciencia y libertad religiosa, con frecuentes citas a resoluciones de la jurisprudencia.

En el capítulo II se ocupa de la división de poderes, y cita a Madison para comunicar que hay tiranía allí donde todos los poderes están en las manos de la misma persona. Nada nuevo, doctrinalmente, después de Montesquieu a quien después cita (pág. 75).

Acomete el tema del equilibrio e interdependencia de los tres poderes, y apela a la doctrina de Adams para demarcar las cuestiones de límites entre el legislativo, el ejecutivo y el judicial.

El capítulo III le dedica al estudio de las Naciones Unidas y su rol, en la lu-

cha por dar al hombre las garantías del imperio de la ley frente a la tiranía (pág. 131) y al derecho internacional como medio de conjurar el peligro de guerra que en la época atómica supone una amenaza para la supervivencia de la humanidad. Y vuelve a replantear la cuestión del poder y la división de poderes en la estructura de la ONU sin olvidar el aspecto de división de funciones.

En el capítulo IV se estudia el federalismo político y las comunidades económicas y culturales, a nivel supranacional: La Nato, los Seis, los Siete, la Ceto, el Comecón, etc.

Con ello se da por terminado el tema, al que si bien no es fácil hacer vivisección, se le hace anatomía con fino escalpelo en pro de los derechos del hombre sin poder, en el Estado de Derecho.

Esteban Mestre.

JAKOB BARION: *Was ist Ideologie?* Bonn, 1964, H. Bouvier, 106 págs.

Es un estudio acerca del concepto y de la problemática que en sí encierra la expresión «ideología». Teniendo presente contradicciones políticas, la «ideología» carecería de instrumentos del conocer y del querer conocer la *verdad*. Es decir, es concebida como un fenómeno negativo. Napoleón creía que los ideólogos eran puros fantasmas que no tenían nada común con la realidad. Lo característico es que la negación de la ideología es de origen, precisamente, ideológico... El problema nace a principios del siglo XIX. Sigue siendo actual, a pesar de ciertas tendencias de «desideologización» de nuestra vida política. Siguen también controversias e intentos de dar una respuesta satisfactoria a cuestiones planteadas.

De lo señalado se puede deducir que el concepto de la ideología sigue siendo contradictorio, aunque sí existen esfuerzos para hacer de esta contradicción un fenómeno positivo en la vida del hombre. No obstante, aún carecemos de una definición exacta que permitiera establecer criterios de acción conforme a la naturaleza del hombre y a sus aspiraciones legítimas. Esta es la

función del presente estudio: intentar unificar las diferentes opiniones respecto a la naturaleza de la expresión «ideología». En ello entra un estudio histórico y otro referente a su etimología, para evitar confusiones con la utopía. Entran, por lo tanto, en juego prejuicios y resentimientos. Y la voz de la sociología del saber está, necesariamente, presente...

Los ideólogos no están dispuestos a renunciar a la unidad (¿o uniformidad?) de su pensamiento, ya que todo es visto desde las posiciones de una idea. Su criterio es el último y no admiten discusiones. Eso implica que nunca pueden llegar a comprender a los demás, que nunca se entenderán con el resto del mundo. Simplemente, porque no admiten opiniones que no concuerden con las suyas. Creen que la verdad absoluta es de su dominio. Ideologías son, en último término, sistemas cerrados que no soportan críticas racionales y conocen solo errores del que se opone. Punto final: ideología y ciencia son irreconciliables.

S. Glejdura.

JUAN FERRANDO BADÍA: *Formas de Estado desde la perspectiva del Estado Regional*. Instituto de Estudios Políticos, Madrid, 1965, 164 págs.

Ferrando pertenece al grupo de jóvenes científico-políticos españoles que se mueven en ese campo ambiguo que existe entre la ciencia política y la sociología política. Por eso creemos que, a pesar de que la obra que comentamos es preferentemente jurídico-constitucional, su enfoque o marco de referencia (expuesto precisamente en el prólogo), es en gran parte sociológico. Y es precisamente en torno al enfoque sociológico donde queremos centrar nuestro comentario, debido a la índole de esta Revista.

Dos grandes aciertos tiene ese marco de referencia, uno de carácter general, y otro más concreto. El primero, el más general, es el de considerar que la organización política, como parte que es de la organización social, es siempre instrumental, en el sentido de que son las circunstancias de cada tiempo y lugar las que determinan la forma concreta de orden político que cada sociedad se da a sí misma. La importancia de esta idea, eminentemente sociológica, radica precisamente en que rechaza, en principio, la trasposición de formas políticas concretas desde unas determinadas realidades sociales a otras que sean distin-

tas. Así, afirma Ferrando que: «Cada sociedad civil, en sus diversas formas históricas, exigirá un determinado orden para el desarrollo integral de la persona humana y de los grupos sociales parciales. El orden concreto exigido por la infraestructura social de una sociedad global será, en último término, la fundamentación legitimadora sociológicamente hablando del orden normativizado, es decir, de la constitución política. Esta debe reflejar si quiere ser legítima, sociológicamente hablando la estructura global de una sociedad y la de sus elementos. Debe adecuarse a la realidad» (p. 28).

El segundo acierto, concreto, consiste en su intención de establecer comparaciones entre España e Italia. Efectivamente, y esto puede servir de lección a los sociólogos españoles, deberíamos mirar menos, a efectos de comparación a sociedades como la norteamericana, la alemana o incluso la francesa, y fijarnos más (conociéndola mejor), en la sociedad italiana, con una estructura social mucho más similar a la nuestra que cualquier otra, posiblemente.

Juan Díez Nicolás.

MANUEL JIMÉNEZ DE PARGA: *Los regímenes políticos contemporáneos*. Editorial Tecnos, Madrid, 1965, 583 págs.

Constituye esta obra una importante contribución del Profesor Manuel Jiménez de Parga a la moderna ciencia política. Esta nueva ciencia social precisa en nuestro país, que se halla en notable retraso con las naciones vecinas, de obras como la que comentamos. Porque es necesario formar una metodología y centrar el objeto de estudio.

«Los Regímenes Políticos Contemporáneos» ha aparecido ahora en su tercera edición (la primera se publicó en 1960), y si bien se mantienen los mismos trazos y esquemas fundamentales que en las anteriores, el libro queda más completo, y hay en él matizaciones de mucho interés. Además se ponen al día todas las materias que se tratan en la

obra, tanto los datos políticos como la información bibliográfica.

El libro se divide en dos partes: la primera versa sobre el objeto y teoría general de la ciencia política, constituyéndose, por lo tanto, la parte más polémica. En la segunda se trata de los regímenes políticos concretos (Francia, Reino Unido y Estados Unidos), de acuerdo con las líneas y principios teóricos elaborados en la parte anterior.

En la primera mitad se plantea como problema inicial el objeto de la ciencia política. Este objeto consiste en algo más que una Constitución (derecho constitucional), y que el Estado (politología o estatología, según Prélot). Pero, por otra parte, su campo no es tan amplio como para afirmar que el centro se encuentra en el poder (Duverger). Para el profesor Jiménez de Parga, el objeto verdadero y unitario de la ciencia política es el régimen político, entendiendo por tal, no sólo el derecho o el poder tomándolos separadamente, sino «una realidad organizacional» cuyos principios estructurales son poder y derecho. Es decir, que el régimen político—en frases del autor—es «la solución que se da de hecho a los problemas políticos de un pueblo». Esto nos lleva a estudiar el derecho teniendo en cuenta, no sólo cómo ha sido formulado, sino también cómo se aplica, y, por otra parte, a analizar los poderes oficiales (Estado), junto con los grupos y poderes de hecho. El conocimiento de estos poderes fácticos (partidos, grupos de presión), será de un gran valor para comprender la situación política de un país en un momento determinado, mientras que el solo estudio del Estado no nos sería hoy suficiente, al ser éste ahora una «realidad desbordada».

En cuanto a la posibilidad de centrar el estudio de la ciencia política en el poder, si bien cabe afirmar que el concepto gana en amplitud, surge el pro-

blema de su delimitación. El poder en sí, constituye un fenómeno sociológico —se da en todas las sociedades— y en consecuencia, sus fronteras con la sociología aparecen borrosas. De ahí que debamos considerar tan sólo una dimensión del poder: la política. Pero ante el poder político como objeto de la ciencia política, caben objeciones de tipo terminológico (el *Webster's New International Dictionary* da 15 definiciones distintas de poder). Y también se le puede acusar de unilateralidad en el examen de los problemas políticos.

El profesor Jiménez de Parga pasa luego a analizar los elementos estructurales del régimen político, y los divide en unos supuestos básicos: territorio, población o conjunto de «posibilidades» que facilitan o dificultan una solución política; y principios informadores: normas jurídicas y poderes, bien sean oficiales o de hecho. Por último se trazan unos modelos—tipologías de regímenes—atendiendo para su clasificación a diversos factores: clases y formas de diálogo, distribución del poder, origen del poder...

En la parte especial, como ya hemos indicado más arriba, se estudian tres tipos de regímenes políticos concretos, de acuerdo con los esquemas facilitados en el estudio general. Quizás destaquen como notas más importantes de este análisis empírico, las de: a) una información histórica previa, que sitúa al lector en el momento de iniciar la comprensión y estudio del régimen en la actualidad; b) la estructura jurídico-política de la distribución y relación de poderes en el régimen; c) una visión de la vida política, en la que se relacionan: sistema electoral, partidos y grupos de presión; d) la sistematización de las materias tratadas, haciéndolas más asimilables.

En definitiva, pues, nos hallamos ante una obra de singular importancia.

NOTICIAS DE LIBROS

Publicación excepcional en los países de lengua castellana donde se padece una gran penuria de tratadistas modernos que hagan avanzar y divulguen esta

rama de las ciencias sociales, que constituye la ciencia política.

Jaime Terradas Brossa.

J. MEYNAUD: *Les partis politiques en Italie*. P. U. F. Paris, 1965, 126 págs.

En el reducido espacio de un volumen de la colección «Que sais-je?» el profesor Meynaud nos ofrece simultáneamente un interesante estudio de partidos y una útil guía para la comprensión de la política italiana. Se trata de un trabajo denso, sensiblemente basado en datos y particularmente apto para su lectura por un público no especializado.

Es casi imposible dar cuenta del contenido de una obra que es toda ella un resumen.

Se inicia con una exposición histórica: el marco político liberal, la fundación de los partidos modernos por la introducción de tres grandes fuerzas (socialismo, catolicismo, nacionalismo), y la evolución posterior a la caída del fascismo (fracaso de los partidos nuevos, cambios de la relación de fuerzas).

El capítulo segundo, «Posiciones ideológicas», describe el contenido de los partidos como movimientos de opinión, señalando las corrientes internas de la DC, las escisiones socialistas, las peculiaridades del PCI, etc. A continuación, los puntos claves de la contienda: cuestión religiosa, sector público, autonomías regionales, política internacional. Señala la tendencia a minimizar las diferencias en las campañas electorales y sus posibles causas.

Bajo el título «Modos de organización», el capítulo tercero analiza el procedimiento de afiliación, número, compo-

sición social de los miembros, estructura interna, grupos paralelos, relación con otros grupos, tendencias de la prensa, etcétera. El funcionamiento interno nos viene expuesto en función de la acción doble de la centralización burocrática y las corrientes internas. Finaliza con el vidrioso problema de la financiación, uno de los más debatidos en Italia.

Una amplia base estadística fundamenta el capítulo IV, consagrado al perfil electoral. Analiza los factores del voto: religioso, socio-económico, diversidad regional, etc. Ello le permite delimitar unas zonas de influencia (Nordeste y Sur para la DC, por ejemplo). Presta especial atención al aspecto dinámico.

Finaliza el libro con el capítulo «Actividad gubernamental», en el que nos facilita la historia de las coaliciones en el poder y su mecanismo de formación y funcionamiento. La última parte del capítulo se ocupa de las objeciones al sistema—la «partitocracia»—más comunes. Ya en la introducción nos revelaba su preocupación al respecto. En líneas generales considera que los vicios de los partidos no son causa, sino efectos de problemas de la sociedad italiana. El reproche más válido—y viene especialmente referido a la DC—es para Meynaud el no haber emprendido las reformas estructurales urgidas por el cambio social, el evidente conservadurismo de la política de las coaliciones imperantes.

J. V. Marqués.

FRANCESCO LEONI: *Los partidos políticos italianos*. Prólogo: Manuel Fraga Iribarne. Instituto de Estudios Políticos, Madrid, 1963, 252 páginas.

La vida política de la Humanidad de los últimos tiempos, está determinada por la aparición y actuación, unas veces bajo el amparo legal y otras en la clandestinidad, de los partidos Políticos.

No se puede comprender la historia de los últimos siglos sin analizar la lucha de los Partidos, por imponer su existencia y reconocimiento y, las Dictaduras, consecuencia de actitudes individuales, en su deseo de suprimir toda tendencia que no sea la que utiliza como base de su actuación.

Esta lucha, ya antigua, sigue hoy vigente y el triunfo de unos sobre la otra, o de ésta sobre aquéllos, es siempre ocasional y jamás determina la victoria total.

Se comprenderá, en consecuencia, el indudable interés que ofrece el libro de Leoni, protagonizado por los Partidos Políticos Italianos.

Se trata de un trabajo que, en opinión del ilustre autor del prólogo, Fraga Iribarne, «es un modelo de serena interpretación de la realidad política italiana hasta las últimas elecciones inclusive».

Así es; Leoni comienza adentrando al lector en los orígenes ambiguos, y aún sin fuerza ni organización, de los balbuceantes partidos jacobinos, surgidos bajo el impacto revolucionario francés del 89 y del entusiasmo napoleónico. Pero como sucede en otros campos de la ciencia, a una fuerza se opone otra de signo contrario, y así el autor nos descubre la aparición de las tendencias conservadoras, bajo auspicios austríacos, como reacción contra los liberalismos de las anteriores.

Para llegar a la actual panorámica po-

lítica, pluripartidista italiana, Leoni, nos explica en una primera parte «un siglo de vida política italiana» en la que pone de manifiesto las influencias masónicas en el surgir de los partidos, y la intransigencia de la Iglesia a introducir en la vida pública una formulación política propia. Situación que se mantuvo hasta la terminación de la primera Gran Guerra.

Aun cuando la enumeración, nacimiento y desenvolvimiento de los diferentes partidos italianos del pasado siglo y comienzo del actual, sea profusa y por ello escueta y, a veces poco clara, no deja de tener interés por lo que supone de recuento cronológico de las tendencias que, al amparo de determinadas fuerzas, agrupaban a hombres que profesaban las mismas ideas políticas.

Leoni denominará Partido Político, de acuerdo con la terminología actual, a aquellos que desde el primer momento «echaron las bases de una verdadera organización, como instrumento de lucha electoral, como medio de penetración en las masas, como elemento ordenado de la actividad parlamentaria»; considerando como al primero de éstos, al Partido Obrero Italiano que, en 1882, señaló el nacimiento de la actividad socialista en Italia, y se convirtió en la base de futuras tendencias de ese nombre.

Para Leoni, la llegada al poder del Fascismo, señala el final de las actividades, de una manera legal, de los Partidos Políticos, al configurarse el periodo que abarca de 1922-1943, bajo un solo movimiento, con prohibición de otras tendencias que no fuesen las encuadradas dentro del Fascismo. No compartimos, sin embargo, la justificación que

el autor da a la implantación y triunfo del Fascismo. Aun admitiendo que el desgaste de los liberales y las desuniones y secesiones redujeran el poder de penetración de los socialistas, y colaborasen a la subida al poder de Mussolini, debe otorgársele fuerza de causas, para la instauración de un nuevo orden, a la inoperancia italiana en la actividad política mundial; a la inestabilidad interior; a la nostalgia de épocas históricas gloriosas del pueblo italiano; a la toma de conciencia nacional y a las necesidades prácticas.

Todas estas causas se conjugaron de forma tal que, empujaron al Fascismo al Poder, y determinaron la política italiana de aquellos próximos veinte años.

El análisis que de los Partidos Políticos hace Leoni, expresivo de su profundo conocimiento de la evolución política italiana, es del mayor interés; en especial lo referente a la Democracia Cristiana, por cuanto la historia de este partido es la historia de la Italia de los últimos años. Muy acertado nos parece el «descubrimiento» que el autor pone de manifiesto al señalar cómo el ejercicio continuado del Poder por parte de la Democracia Cristiana desde 1945, ha impedido la elaboración de un verdadero programa político. Son las diferentes «corrientes», expresivas de actitudes u orientaciones individuales o de grupo, las que orientan y definen el programa del Partido, según cual sea la «corriente» que en ese momento se haya im-

puesto en el seno de la Democracia Cristiana.

Pero quizá sea la lectura de lo referente al Partido Comunista Italiano, lo que obligue a una más profunda meditación. Pese al silencio en que esta fuerza ha vivido hasta 1943, ha adquirido tal pujanza que, de la casi no existencia se ha transformado en uno de los más importantes partidos de la Política italiana, y del comunismo europeo.

Esta paulatina ascensión del marxismo italiano al Poder ha tenido su reflejo en las últimas elecciones, en que el Partido Comunista se ha aproximado de forma alarmante a la mayoría absoluta. Y, como dice Fraga en el Prólogo, «si no se toman las medidas conducentes a un cambio de rumbo, cabe incluso temer que por primera vez el comunismo llegue al Poder aprovechando los medios que la Democracia ha puesto a su disposición».

Digamos por último que Leoni, en su afán de darnos una visión completa del pluripartidismo italiano, analiza, aparte de los partidos más importantes ya señalados, el Socialista, el Movimiento Social Italiano, Socialista Democrático; el Liberal; el Democrático Italiano de la Unidad Monárquica; el Republicano; el Popular Sur-Tirolés; el movimiento Autonomista Regional «Unión Valdostana»; así como otras organizaciones desprovistas de representación parlamentaria.

Guillermo Montes.

GEORGES DUPEUX: *La société française 1789-1960*. Collection U. Série «Histoire Contemporaine». Librairie Armand Colin, Paris, 1964, 289 páginas.

Frente a un estudio de la sociedad francesa a base de una acumulación de detalles pintorescos, o bien por medio de la descripción de modelos socioló-

gicos y abstractos, inspirados en concepciones apriorísticas, se ha concebido esta historia de la sociedad francesa como una historia de los grupos socia-

les, definidos por el lugar que ocupan en el proceso de producción y en la división social del trabajo; como una historia, también, de sus interrelaciones y de la evolución de las mismas. Se intenta demostrar cómo ciertos grupos menos favorecidos han mejorado su posición y asegurado su dominio, cómo otros, antes preponderantes, han sido arrojados definitivamente a la sombra, mientras que otros se constituían y exigían su parte de bienestar o, incluso, de poder.

Junto a esta descripción de la evolución social se busca evocar los factores que la han impulsado. Factores internos, basados en la psicología colectiva, y que pueden agruparse bajo la denominación general de toma de conciencia, bien de una condición miserable o de una explotación por otros grupos, bien de una capacidad de orden técnico o intelectual para ocupar en la escala social una posición más favorable, o bien, a veces, de una incapacidad de seguir la evolución de una sociedad en la que las fuentes de riqueza y los medios de poder han cambiado de naturaleza. Factores externos, sacados directamente de la historia, entre los que hay que colocar, en primer lugar, las revoluciones políticas que jalonan el siglo XIX francés; en segundo lugar, la aceleración del progreso técnico que provoca cambios en la producción y en el consumo, uniformándolo y acercándolo a las masas; y, en tercer lugar, las fluctuaciones u ondas largas de la coyuntura económica.

En una introducción sobre los hombres y sus actividades se estudian: la evolución de la población en la época contemporánea en la que se ha pasado de una demografía dinámica a otra estacionaria; las migraciones interiores, que han supuesto un despoblamiento del campo y un crecimiento de las ciudades; las migraciones profesionales,

que han supuesto una reducción notable de la población activa en el sector primario en favor del secundario y terciario; y, finalmente, los progresos de la economía francesa, en especial en cuanto al avance técnico y el crecimiento de la Renia.

Se examina, a continuación, la sociedad francesa al término del Antiguo Régimen. Hay una estructura vertical de la sociedad que se organiza en órdenes o estados. Hay una estructura horizontal, basada en las condiciones sociales (del campo, de la ciudad y de París). La sociedad está compartimentada, la nación permanece seccionada territorial y socialmente. Las masas populares, sobre todo las del campo, conocen una existencia que se desenvuelve bajo el signo de la precariedad. La burguesía, por heterogénea que sea, constituye, sin embargo, el elemento motor de la economía. La aristocracia, privilegiada y rica, posee una ideología de revancha contra la monarquía despótica que ha confiscado su libertad, y dispone de unos medios de acción puestos a punto por los letrados expertos en procedimiento. Pero desencadena fuerzas que no puede controlar y que convierten la revolución aristocrática en una revolución burguesa y popular.

El camino hacia la sociedad industrial se caracteriza por una lucha social en la que están comprometidas las diferentes categorías de la sociedad del Antiguo Régimen. La nobleza y el clero resultan los auténticos vencidos en la Revolución. Sus beneficiarios son el campesinado y la burguesía. Las clases populares no han sido más que el instrumento de la violencia revolucionaria, instrumento que han manejado los diferentes grupos burgueses. Pero es innegable la formación de un proletariado obrero que, poco a poco, se encamina hacia la toma de conciencia de su propia existencia. Aunque, en realidad, la amenaza

más inmediata que pesa sobre la burguesía no procede de la clase obrera sino de una fracción de la propia burguesía que no ha olvidado el aspecto igualitario de la Revolución, ni la tradición jacobina, y que encontrará en el radicalismo los elementos de una ideología a su medida y en el campesinado un precioso aliado.

El tiempo transcurrido desde la Comuna a la «Belle Epoque» se puede calificar como el de la mayor transformación de la sociedad francesa. Hay una diversificación de las producciones y un crecimiento del consumo, aparecen nuevas profesiones y se desarrolla extraordinariamente la técnica y la división del trabajo y toma fuerza y consistencia el movimiento obrero. En el transcurso de los años que preceden a la Primera Guerra Mundial el clima social se deteriora gravemente (huelgas, manifestaciones, sindicalismo de los funcionarios, pacifismo, antimilitarismo, etc.). Sin embargo, estos años se han llamado de la «Belle Epoque». Se debe a la eclosión de la vida humana (el «tout-Paris») pero, sobre todo, a la prosperidad económica que ha mejorado a todos, desigualmente por supuesto, pero de manera suficiente; a un cierto estilo de vida pausado y tranquilo; y a la convicción, en fin, de vivir en un país privilegiado con la civilización más exquisita y envidiada, convicción que está en la base del característico «chauvinismo» francés.

El último capítulo del libro se dedica al estudio de la sociedad del siglo XX (1914-1960) y se estructura en tres apartados: las transformaciones de la guerra (1914-1921); la agravación de los conflictos sociales; y las tendencias actuales de la evolución social francesa. El 2 de agosto de 1914 no señala sólo el comienzo de la guerra, sino el fin de un cierto orden económico y social. Había pasado para siempre el tiempo del

franco-oro, de la pequeña ciudad somnolienta, del trabajo «bien hecho» y de la renta tranquilizadora. Hacia los años treinta Francia es alcanzada por la gran crisis económica a la que había parecido, durante algún tiempo, capaz de escapar, y que da al traste con la breve prosperidad de la posguerra. El segundo conflicto mundial estalla antes de que los rencores de unos y las decepciones de otros se hubiesen apagado. El fracaso del régimen prepara los años negros de la ocupación. Las grandes esperanzas de la Resistencia, que concibe una Francia nueva y un orden social más justo, no son realizadas a la liberación, pero las reformas de 1945 aportan a los sectores más desheredados alguna protección y un comienzo de seguridad. Después de un comienzo difícil, la economía alcanza un ritmo de crecimiento acelerado y desconocido. Con el tiempo de la automatización y, en seguida, el de la energía atómica, aparecen las primicias de un «sociedad de la abundancia» de la que se sabe que será distinta de la que conocemos, pero de la que a duras penas se aciertan a distinguir las líneas maestras de su arquitectura.

En el seno de la sociedad francesa, grupos enteros (artesanado, pequeño comercio, campesinos viejos, pequeños y medianos empresarios) tratan de resistir los cambios que supone el progreso técnico y mantener un «statu quo», aferrándose a un maltusianismo que les garantizaba antes una cierta protección. Por el contrario, los jóvenes agricultores, los obreros y los técnicos de los sectores más progresivos intentan ir con su tiempo, integrándose, además, en la «sociedad de consumo» o «civilización de la abundancia».

La Francia de los años 60 puede caracterizarse por una serie de rasgos. La aparición de una especie de «French way of life» (electrodomésticos, coche,

televisión, vacaciones, etc.), que la publicidad, con su creación de necesidades artificiales, y el crédito fácil contribuyen a favorecer. La adquisición de bienes de consumo duraderos, en perjuicio, incluso, de la alimentación y del vestido, lleva a la familia a un mundo en el que las diferencias sociales están notablemente atenuadas. Otra característica de la sociedad francesa actual es la búsqueda apasionada de la seguridad (estabilidad en el empleo, garan-

tía de mercados, racionalización de la producción, etc.). Finalmente se da una cierta despolitización (reducción de la actividad sindical, disminución de los afiliados a los partidos), si bien surgen otros tipos de organización (ideológicos, culturales, familiares, confesionales) que hacen pensar que la politización de las nuevas generaciones se realiza por caminos diferentes a los de antaño pero no menos eficaces.

Antonio Fernández Fábrega.

RENÉ REMOND: *La vie politique en France depuis 1789*. Armand Colin, Collection U. Tomo I, 1789-1848. París, año 1965, 421 págs.

R. Remond tiene ya publicados varios libros en los que este autor se esfuerza con éxito en mostrar a los lectores desde diferentes ángulos, la imagen de Francia como realidad dinámica coherente, enfocada desde un ajustado perspectivismo histórico, éxito que se cimienta con el arma eficaz de la palabra justa al ritmo de una técnica precisa.

La exposición de ese período de la vida política en Francia desde la revolución, se ha programado en dos tomos. Ahora aparece el Tomo I, que consta de dos partes a las que precede una interesantísima introducción.

En esta Introducción se sitúa el autor en la raíz misma del problema, aclarando lo que viene a ser el término medio, esto es, lo que debe entenderse por «vida política», y para la más perfecta comprensión se analizan los aportes respectivos de la historia y los de la ciencia política, para concretar más adelante cuáles son los componentes fundamentales de toda vida política, como presupuestos todos para perfilar una perspectiva histórica.

Como no le es posible analizar aquí todos los componentes, R. Remond se

detiene en «dos factores particularmente importantes», a saber: La Opinión Pública y las Ideologías (pág. 13).

Al concretar el contenido del concepto «opinión» matiza que solo en momentos excepcionales—más patrióticos que políticos—la opinión es unívoca, absolutamente unánime; que por el contrario, normalmente, bajo el nombre de opinión ha de entenderse el conjunto de pareceres que si no se identifican con voluntad popular, expresan una tendencia que no debe desconocer el poder público «pues no es posible gobernar sin ella y menos aún contra ella» incluso en los gobiernos que en teoría «no son gobiernos de opinión».

La ideología—se afirma—en cuanto núcleo de ideas y de sentimientos, no es función ni viene predeterminada por los condicionantes económico sociales, ni para los individuos ni para las masas. Por esta razón, es preciso comprender el nacimiento y evolución de las ideas y para ello Remond recurre a los dos modos de explicación histórica, esto es, el análisis sociológico y el análisis ideológico.

La primera parte del libro, va desde

la caída del antiguo régimen, a la caída de Napoleón, dos fechas—1787 y 1815—importantes en la historia de Francia. Pero el autor, consecuente a su perspectivismo histórico, aclara que comenzar por una fecha no significa negar la existencia de todo lo antecedente.

El nacimiento de la opinión se relaciona con la aparición de la burguesía y la difusión de «las luces». Pero se puntualiza que el número de suscriptores a la Enciclopedia, como vehículo creador y difusor de la opinión, no pasó de cuatro mil, opinión que por otra parte sólo gozó de una libertad precaria y de unos medios reducidos de expresión.

Se describen las elecciones en los Estados Generales, y la mecánica electoral de la época: electores, campaña electoral, elegidos, asamblea, etc. sin olvido de la entrada en escena del pueblo de París, como prelude de la revolución popular, rural y urbana.

El capítulo VII se destina al análisis de la democracia militante, como actitud política espontánea, acometiendo el análisis del concepto sociológico de «los militantes» y de la minoría portadora de las aspiraciones de la masa.

Se relata cómo, cuándo y por qué nacieron las libertades públicas. Y cómo murieron, a manos del terror, cuando la justicia se puso al servicio de una política, a tenor del pensamiento político de Napoleón, para quien «prácticamente es imposible la libertad en sociedad» (pág. 224).

La segunda parte, estudia el nacimiento del gobierno de opinión coincidente con el régimen de monarquía constitucional del liberalismo formal (páginas 262 y ss.).

La opinión pública y la prensa es un capítulo—el XVI—del mayor interés

donde se explica el sentido y alcance del régimen jurídico de la prensa después del despotismo del Imperio y como una forma más del régimen de garantía de derechos en la monarquía constitucional, temática que se prolonga a través del análisis de la prensa y sus lectores, y la influencia política de la prensa (págs. 342 y ss.) insertándose al final del capítulo textos legales tan importantes como la Ordenanza de 25 de julio 1830 y la ley de prensa de 1835.

Y como «la prensa no está sola para tener a la opinión al corriente y para expresar sus aspiraciones y reacciones» (pág. 362) se sigue en el capítulo XVII el esbozo de los demás medios de comunicación y en especial los medios de expresión espontánea (pág. 366).

El capítulo XVIII estudia las fuerzas políticas en acción y los problemas que estas diversas fuerzas suscitan en cada momento histórico. Uno de los factores, la política extranjera, es analizado en extenso. Por cuanto se refiere a España, dice Remond, que «la expedición a España» fue empresa aplaudida por la derecha francesa y rechazada por la izquierda, «que desapruueba una intervención dirigida contra la libertad de otro pueblo, provocando el desacuerdo de partidos en esta cuestión, uno de los más violentos debates de la historia parlamentaria de la restauración siendo expulsado de la Asamblea «*manu militari*» el diputado liberal Manuel, retirándose con él toda la izquierda, incidente que es evocado con frecuencia en situaciones airadas.»

Y termina el libro, este Tomo I, recapitulando los aportes de la monarquía constitucional a la vida política francesa.

E. Mestre.

PIERRE SORLIN: *La société soviétique 1917-1964*. Collection U. Série «Histoire Contemporaine». Librairie Armand Colin, Paris, 1964, 279 páginas.

Durante años ha sido casi imposible abordar el tema de la Unión Soviética sin desencadenar las pasiones; los historiadores creen que no disponen de una perspectiva suficiente y se han limitado en sus investigaciones al período revolucionario. Aunque desde 1956 todo puede decirse, no obstante, la U. R. S. S. ha dejado de ser un centro de interés inextinguible, pues su originalidad parece menor en un mundo en el que los países socialistas son legión: la China comunista y las naciones subdesarrolladas llaman más poderosamente la atención. Un estudio sumario consagrado a la segunda potencia mundial llenaría una importante laguna.

Sin embargo, no se trata en este libro de una historia de la Unión Soviética, pues solamente se estudia su Sociedad. En este sentido, así como el papel excepcional del Partido comunista es bien conocido (su evolución, sus desviaciones, el nombre de sus dirigentes, sus realizaciones económicas y sus ideales que ellos mismos han declarado en programas y estadísticas bien fiables), pudiendo establecerse el balance político de su actuación al frente de un gran país, se vislumbra mal por qué proceso el ruso medio se ha convertido en el soviético normal. Millones de hombres han sufrido la inmensa transformación de Rusia y parece esencial intentar comprender cuál fue su existencia a lo largo de los cincuenta últimos años. En el libro los acontecimientos políticos se dejan sistemáticamente de lado, los grandes nombres de la Revolución no aparecen y el único héroe, eliminado lo que, en principio, es conocido, será el pueblo soviético. El peligro de esquematismo que esto pueda supo-

ner queda compensado teniendo en cuenta que el volumen, como todos los de la Colección U, va dirigido a universitarios cuya reacción ante sus lecturas es menos sumisa que la del gran público. Por otra parte, el volumen contiene varios anexos, de los que el primero es un resumen cronológico tradicional de los acontecimientos que no figuran en el texto más que por alusiones; el último anexo es un pequeño glosario de los conceptos básicos utilizados, con sus referencias al texto y con precisiones sobre otros problemas esenciales; todos los demás anexos recogen diversas estadísticas sobre la evolución demográfica y cuestiones económicas, y una bibliografía especializada. Con ello se suple la falta de datos que, como hemos visto, es deliberada, por razones metodológicas, en el texto.

El estudio de la Sociedad Soviética entre 1917 y 1964 se hace a través de seis capítulos que tratan respectivamente de: la antigua sociedad rusa, el hundimiento (1914-1920), la estabilización (1921-1927), el nacimiento de una nueva sociedad (1928-1938), la gran prueba (1939-1953) y ¿hacia una nueva sociedad? (1945-1964).

Rusia era al terminar el Antiguo Régimen, un país subdesarrollado. La sociedad campesina amorfa y reaccionaria era incapaz de transformarse sola. Una transformación era, de todas maneras, inevitable; el problema consistía sólo en saber en provecho de quién tendría lugar; como no existía ni burguesía ni proletariado sólidamente constituídos, varias soluciones eran concebibles.

La revolución no fue conducida ni por la burguesía que había huido, ni por los obreros que la guerra y el ham-

NOTICIAS DE LIBROS

bre habían diezmado, ni por los campesinos que seguían sin comprender. Fue la obra de un grupo, de un partido, muy pequeño al comienzo, que se enfrentó con un problema desconcertante: la Rusia de 1922 no constituía una sociedad sino un agregado de individuos desorientados.

Los años decisivos, los que juzgan la obra de los bolcheviques y vieron formarse la sociedad soviética tal y como se conserva todavía fueron los de los primeros planes quinquenales: entonces comenzó el verdadero éxodo rural, se reformó el proletariado y se constituyó una burocracia. Después de una guerra que comprometió todo, pero cuyas consecuencias fueron finalmente superadas, la sociedad de 1964 no es esencialmente distinta de la de 1938; es más, se nota una acentuación de los trazos revelados antes.

Para los soviéticos la originalidad de su Sociedad está en el socialismo, pero, si bien esto es cierto en el campo, pues las sociedades rurales americanas, europeas o africanas no tienen nada que ver con el sistema colectivo, puede dudarse que también lo sea para las ciudades, pues los obreros, empleados, estudiantes, etc., tienen los mismos problemas que muchos occidentales. La originalidad del mundo comunista está en los contrastes: frente a un potencial económico que le debe colocar como la primera nación del globo (su carrera del espacio anticipa su porvenir), los simples ciudadanos no parecen vivir en la segunda mitad del siglo xx; se les

podría creer atascados en 1940, si bien no tienen hambre ni frío, lo que les coloca ampliamente por encima de los países subdesarrollados.

La sociedad soviética no es una sociedad como las otras, los juicios de valor pierden todo significado, el medio siglo transcurrido desde la Revolución sólo deja la impresión de una incesante prueba. Se puede añadir que el pueblo ruso está habituado al martirio: ha soportado la servidumbre hasta la segunda mitad del siglo xx, ha sufrido de 1701 a 1900, ciento veintiocho años de guerra y ha sido diezmado por epidemias hasta el comienzo del siglo xx. Esta persistencia en la desgracia explica cierto fatalismo y la aceptación de torturas que hubiesen provocado en otros, una revolución.

Tres plagas se han abatido sobre la Unión Soviética desde 1917; los nazis, cuyos crímenes, cualesquiera que sean, no alcanzan la amplitud del que fue perpetrado, no contra los comunistas, sus enemigos ideológicos, sino contra todo el pueblo ruso; las sequías, inundaciones y escaseces; y ciertas reformas, en especial la de las explotaciones agrarias, que han completado el desastre. En menos de cincuenta años el número de muertos ha alcanzado casi el total de la población actual francesa.

Ninguna sociedad ha cambiado ni ningún pueblo ha sufrido tanto, durante el siglo xx, que el soviético. Por esto, quizá, se distinga la U. R. S. S. de las demás grandes potencias contemporáneas.

Antonio Fernández Fábrega.

GUY HERMET: *Le problème méridional de l'Espagne.* A. Colin, Paris, 1965, 155 págs.

Se trata con este estudio no sólo de llegar al conocimiento de una región más del Mediterráneo, sino concreta-

mente de Andalucía; su objetivo final es hacer un inventario y descripción de esta región cuya originalidad no le ha

impulsado a considerarse como una parte distinta de España, a pesar de haber sido uno de los principales hogares de la civilización y la cultura, pues se ha interesado mucho más en desarrollar y practicar el arte de vivir que pretender un regionalismo o una hegemonía política sobre otras regiones del país. Pero en contraste con esta estabilidad de vocación—como señala en el prólogo Jean Meyriat—ha sufrido en el curso de los siglos profundos cambios en su riqueza y en la parte que le ha correspondido en la fortuna o en la decadencia nacional. Después de haber sido para los romanos un granero, al mismo tiempo que reserva de minerales, la Andalucía islámica llegó a ser uno de los centros de prosperidad en la alta Edad Media. Más tarde se convirtió en el punto de partida de las tentativas frustradas de la conquista de África, así como de las expediciones que iban a descubrir el Nuevo Mundo; sus grandes puertos, Cádiz y Sevilla, fueron durante largo tiempo los beneficiarios privilegiados de la explotación de la riqueza americana.

La decadencia española fue también la decadencia andaluza con características mucho más marcadas; un conjunto de circunstancias coincidieron para ello: clima, incapacidad o insuficiencia de sus «élites», lejanía de otros centros económicos, y ser Andalucía, en su estructura agrícola, resto de las grandes fortunas o grandes familias que vienen explotando sus dominios imperturbablemente desde la Reconquista. Muchos de sus problemas bien pueden ser comparables a los de otras regiones, especialmente con Castilla, pero hay algo que la diferencia marcadamente de ésta: su densidad de población. Por esta razón la primera parte del libro está dedicada al análisis de su demografía, indispensable para la comprensión de las manifestaciones y consecuencias de su subdesarrollo. La España del Sur, tiene una

tasa de crecimiento biológico superior en un 40 por 100 respecto al resto del país y de ella proceden más de un tercio de los emigrantes; estos datos no explican, sin embargo, nada más que parcialmente, la insuficiencia del desarrollo meridional. Los factores sociales y socioeconómicos, estudiados en la segunda parte del libro, suministran los elementos de explicación esenciales. En la tercera parte—siguiendo las palabras del autor—se limita a establecer un balance muy general de los recursos de Andalucía y de la política de desarrollo que se ha practicado hasta el presente, puesto que considera que análisis propiamente económico del subdesarrollo debe dejarse a los especialistas en la materia.

Todo el trabajo se ha realizado sobre abundantes datos—la mayoría de ellos oficiales—que le han sido proporcionados al autor en España. Tal como se estudian y con la objetividad que son estudiados, hacen de este trabajo uno de los más importantes llevados a cabo sobre Andalucía, aunque en este caso haya sido hecho por un francés. En él se dejan claros una serie de puntos: en 1797—fecha de la que se tienen los primeros datos de su población activa—sus 300.000 obreros agrícolas representaban el 14 por 100 de su población; en 1960 688.000 obreros agrícolas representaban todavía el 10 por 100 de los habitantes de la España Meridional. En un siglo y medio sólo se ha logrado reducir este porcentaje en poco más de un cuarto. En el resto de España, por el contrario, el cambio ha sido dos o tres veces más rápido. Si su estructura social ha influido en esta realidad, no lo es menos el hecho de que el capital andaluz, de indudable importancia, sufra una evasión constante hacia otras regiones más desarrolladas.

Al final del libro Guy Hermet indica que una política coordinada de desarro-

NOTICIAS DE LIBROS

Ilo industrial y de reformas estructurales podrían situar de nuevo a Andalucía en el lugar que, por su historia, cultura y posibilidades, le corresponde.

Francisco de la Puerta.

NOËL DROGAT: *La lucha contra el hambre*. Editorial Herder, Barcelona, 1964, 252 págs.

Este libro, versión castellana de la obra del jesuita Noël Drogat, «Face à la faim» comienza con un prólogo de Edmond Michelet, y una introducción de M. Veillet-Lavallée, Subdirector General de la F. A. O., quien considera este libro como excelente labor, encontrándolo en perfecta consonancia con las doctrinas de la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura.

La obra se divide en dos partes. La primera encabezada con el título general: «Imperativos humanos y falsos problemas», es una detallada exposición del hambre en el mundo, indicando las zonas, causas y consecuencias de tan magno problema. En la segunda parte: «Para vencer el hambre» se proponen los principales métodos y medios de solución.

Comienza la citada primera parte del libro exponiendo el centro de nuestro problema. Dos mil millones de hombres se encuentran sumidos en la miseria al lado de una minoría de gentes bien provista y alimentadas. Sólo un sexto de la población mundial come lo que necesita, pero esta situación tiende a agravarse, dice Noël Drogat, a causa de la expansión demográfica. Pero si se emplearan en la escala debida las medidas de que hoy se disponen, no sólo sería posible mantener el nivel actual de la alimentación mundial, a pesar del crecimiento demográfico, sino que, se podría incluso mejorarlo sensiblemente.

A continuación, el autor entra en el

estudio de las previsiones demográficas afirmando que es de esperar el que en años venideros se acentúe el desnivel entre los países más avanzados y los países subdesarrollados.

Las principales regiones del globo con régimen alimenticio deficiente (alimentación insuficiente o desnutrición) las sitúa el padre Drogat en la India, en gran parte del Extremo Oriente, en vastas regiones de América del Sur y de América Central, en Africa y en el Próximo Oriente. La realización del mapa de poblaciones hambrientas, considera, ha de realizarse país por país y región por región siendo necesaria la multiplicación de encuestas nutricionales.

Como factores de alimentación insuficiente, se enumeran en el presente libro la aplicación de técnicas ya superadas, pero que continúan vigentes en determinados países por inercia y desconocimiento del labrador, así como las tradiciones y tabús que en muchos países subdesarrollados constituyen poderosos obstáculos para la adopción de técnicas agrícolas modernas y para la elevación de los niveles alimenticios.

Se analizan a continuación las consecuencias de una alimentación insuficiente: desnutrición proteica, elevada mortalidad infantil, disminución de rendimiento en el trabajo, así como las enfermedades que provienen de una alimentación defectuosa: beri-beri, pelagra, escorbuto, anemia nutricional y el khashiorkor forma de policarencia protídica en los niños muy extendido en

NOTICIAS DE LIBROS

Africa Central y Tropical, Brasil y América Central.

Concluye la primera parte de este interesantísimo libro haciendo una exposición de los resultados de diversas encuestas nutricionales realizadas en Senegal, Togo, Marruecos e Irán.

La parte segunda del libro que comentamos comienza afirmando que paralelamente al vigoroso empuje demográfico mundial, característico de la segunda mitad del siglo xx, se afirman cada día más los progresos de la técnica y de la ciencia en todos los terrenos, sin excluir los de la biología y la agronomía. Lo que hace cincuenta años podía parecer una brillante anticipación, pasa actualmente al plano de las realidades: el hombre está adquiriendo un dominio nunca visto sobre los fenómenos de la vida, del que es posible servirse para alejar hacia el fondo de los siglos el espectro siniestro del hambre.

El aumento de los rendimientos agrícolas, el mantenimiento de la fertilidad de los suelos y la elección y equilibrio de los cultivos, así como la conquista de nuevas tierras, y la regulación de la cría de ganado y el desarrollo de la

pesca contribuirán notablemente a la solución de problemas en complejo.

Prosigue el libro con una exposición de los más interesantes programas de acondicionamiento del territorio y de planes de desarrollo comunitario, dedicando los dos últimos capítulos a la acción educativa de la U. N. I. C. E. F. y de la F. A. O. en distintos países subdesarrollados, haciendo una buena historia de esta última.

El padre Noël Drogat termina su interesante estudio afirmando que para triunfar en la obra gigantesca que aguarda a nuestra generación es necesaria la cooperación de todos. Las divisiones actuales del mundo y los diferentes episodios de la guerra fría podrán aparecer a los ojos de nuestros descendientes como querellas mezquinas frente al imperioso deber que se impone hoy día al mundo: el deber de la alimentación de los hombres.

El hambre es ante todo un problema social. A los hombres pues, incumbe darle una solución. La Bibliografía fundamental y seleccionada contribuye al interés de este claro y conciso libro.

María Pilar Alcobendas.

FREDERICK W. FREY: *The Turkish Political Elite*. Editado por «The M. I. T. Press» (Massachusetts Institute of Technology). Cambridge, Massachusetts, 1965, 483 págs.

A lo largo de 483 páginas—de las cuales 64 están dedicadas a un variado y documentado «Apéndice» y a una extensa lista bibliográfica—desarrolla Frederick W. Frey, con hábil y acertada técnica de ensayista, las conclusiones de una investigación «teórica y práctica» en torno a la época «decisiva» de la Historia de la Turquía moderna: la que se extiende de 1920 a 1960, años que marcan el comienzo de las instituciones

parlamentarias básicas (la Gran Asamblea Nacional) y el «fin» de la primera República, respectivamente. Es una etapa cargada de acontecimientos nacionales; de reacciones interiores a los grandes cambios políticos internacionales; de ensayos y reformas políticas y económicas; de la puesta en marcha y la confirmación de nuevas estructuras; del surgimiento y la afirmación de corrientes y hombres nuevos, llamados a

dirigir al pueblo turco de acuerdo con el Testamento político de Kemal Atatürk, ...o al margen del mismo, pero sin adoptar una postura de oposición.

Frederick W. Frey, Profesor Asociado a la Cátedra de Ciencias Políticas del Instituto de Tecnología de la Universidad de Cambridge (EE. UU.) conoce las realidades turcas «mejor que ningún otro norteamericano», según una opinión periodística. Tal conocimiento se basa no solo en el estudio sistemático de la evolución de las instituciones políticas y sociales turcas a partir de la Revolución de Atatürk sino, y en primer lugar, en el examen y en la investigación *sobre el terreno*. Frey tuvo la oportunidad de «sentir latir el corazón del pueblo turco» en el año 1962, cuando desempeñaba el cargo de Jefe del Grupo Asesor del «Proyecto de Desarrollo rural» del Estado turco, un organismo mixto turco-norteamericano. En otras palabras, Frey llegó a su concepto de la «Elite» dirigente turca partiendo de la misma base histórica de un pueblo —en sus aspectos económico, social, político, religioso y tradicional— que es la capa campesina, logrando edificar de este modo un análisis «piramidal» de la sociedad turca.

Cuán profundamente ha logrado conocer Frey la evolución del pueblo turco y, particularmente, de su «Elite» dirigente, lo demuestran dos observaciones precisas, a saber: 1) la coincidencia cronológica de una «Elite revolucionaria» turca (los Jóvenes Turcos) y las otras que han llevado al derrocamiento de Imperios (Romanov, Habsburgo, Hohenzollern, etc.) al finalizar la primera Guerra Mundial, no significa ningún «parentesco ideológico» sino sólo esto: un «accidente» cronológico; 2) el «Kemalismo» no ha importado ideas sino métodos y tampoco ha creado ideas sino que se ha dedicado a forjar instrumentos para la administración de una

Sociedad reformada dentro de un Estado nuevo. Los revolucionarios turcos que edificaron en 1918 los fundamentos del Nuevo Estado, dentro del programa «kemalista», reducían sus «ímpetus ideológicos» a la reforma de costumbres y manera de ser del individuo dentro de la comunidad y nunca dedicaron la más mínima atención a la comunidad como tal ni tampoco intentaron reformarla de un modo radical partiendo del principio de la «lucha de clases», por ejemplo. Así mismo, el «kemalismo» jamás ha adoptado «el plan ideológico totalitario o unipartidista» que caracteriza al nacionalsocialismo o al comunismo, siendo así que en las elecciones de 1950 fueron derrocados sus «herederos oficiales»—sin menoscabo alguno para el valor del «kemalismo» en sí—lo mismo que lo fueron quince años más tarde...

Y, posiblemente, sean precisamente las condiciones «específicas» del pueblo turco (las que lo han conservado asiático durante el Imperio Otomano, a pesar de radicar su punto neurálgico en la Europa del Sudeste, mientras que lo han hecho europeo, cuando se vio delimitado a un área por definición asiática, como lo es el Asia Menor) las que hayan contribuido a la elaboración de un equilibrio político nacional entre las «Elite» tradicional «kemalista», nacionalista y rígida, y la «Elite» que pudiémos definir como «orto»-kemalista de concepto «parroquial» y refractaria a toda «super-coordinación».

Entre esas dos posiciones (que no son antagónicas hasta el extremo de poder influir negativamente en el funcionamiento del organismo nacional y estatal, rompiendo su unidad), se desenvuelve el miembro de la «Elite» dirigente turca, cuyo campo de acción es la Gran Asamblea Nacional, integrada por 2.210 diputados. Esa «Elite», en sus dos reseñadas características, y perte-

nezca a la agrupación política a la que pertenezca, sigue la mejor tradición «kernalista» en lo referente a «toda reforma o revolución desde arriba, para mantenimiento del Estado, aumento de su autoridad y de su prestigio» y jamás para contribuir al «encubrimiento de una nueva clase político-ideológica» «monopolizadora de programas sociales» o «impulsora de radicales reformas económicas». El miembro de esta «Elite» turca, a cuyo marco y condiciones so-

ciales está dedicado el libro de Frey, es antes que nada un intelectual, que tiene perfecto conocimiento de esta condición suya y de lo que la misma implica

«The Turkish Politica Elite», abundante en datos, en certeras definiciones de conceptos y situaciones, representa en definitiva una nueva interpretación de este «puente entre continentes» que es Turquía.

Juan Casapu.

S. FISCHER-GALATI: *Europa Oriental, sociedad en transición*. Editorial Hispano-Europea, Barcelona, 1965, 297 págs.

El subtítulo de la obra: Estructura política, económica y social de la Europa oriental, refleja cabalmente el contenido de este libro.

El Telón de Acero sirve de frontera a lo que convencionalmente se ha denominado sociedad comunista y Occidente. Esta división entraña la paradoja como alguien ha apuntado de incluir a ciertas sociedades del Extremo Oriente, como Japón por ejemplo, en el Occidente. Ambas persiguen unos mismos fines, que se pueden resumir bajo un común denominador: un mayor bienestar social. Ahora bien, lo que diferencia fundamentalmente una de otra, son los medios a emplear para conseguir esos fines.

Mientras que la sociedad comunista cree que la mejor política a seguir es una planificación más o menos central de la actividad social, en el más amplio sentido del término, el mundo occidental, por el contrario, piensa que la iniciativa privada y el mercado, organizarán, del modo más eficiente posible, la vida política de la comunidad nacional.

No obstante, la anterior nota diferenciadora, más que una característica

cuantitativa lo es cualitativa. En efecto, en Occidente nos encontramos con naciones, como Norteamérica y Suecia, por ejemplo, en que quizás la única nota común a ambas es que no pertenecen al bloque soviético. La primera es por excelencia el país de la iniciativa privada y de la concurrencia; donde el sistema de mercado es el juez supremo que ha de juzgar sobre la bondad y conveniencia de una determinada conducta, otorgando, en su caso, un premio casi siempre de carácter económico, o bien sancionando su ineficacia.

En Suecia, en cambio, asistimos a una planificación socialista de tipo democrático de la vida nacional.

En la Europa Oriental también se observa que el grado de «Centralismo» varía, aunque no tanto como en Occidente, de unas sociedades a otras. En un extremo tenemos a Yugoslavia y en otro a la URSS; la primera con un dirigismo menos rígido que la segunda, si bien desde la muerte de Stalin, en 1953, aquél se ha atenuado en gran parte.

El libro recoge los ensayos de ocho autores sobre otros tantos enfoques políticos, sociales, culturales y económicos de estos países en su evolución histó-

rica desde que quedaron encuadrados en el área soviética. Estos ocho ensayos se agrupan en tres partes: el nuevo orden social, la economía planificada y la política de coexistencia pacífica.

Se analiza en la primera parte la nueva sociedad surgida como consecuencia del choque entre la doctrina y revolución marxista-leninista y las estructuras económicas, sociales y culturales de cada comunidad nacional, que no hay duda de que son el verdadero condicionante de la marcha de estos pueblos hacia una sociedad verdaderamente comunista, donde esté en vigor el principio «cada uno según sus posibilidades, a cada uno según sus necesidades».

A continuación se pasa revista a los problemas que han encontrado estas economías en este histórico período. Destaca el hecho, ya conocido, de la gran prioridad concedida a la industria pesada en detrimento de la agricultura, hasta tal punto que el retraso de este sector ha constituido un gran «estrangulamiento» al proceso de desarrollo soviético. Hasta tal punto que cuando en 1959 se sustituyó el entonces plan quinquenal vigente por otro septenal, hubo un reconocimiento implícito del fracaso del sector primario, que originó, al parecer, esta decisión.

En cuanto a las relaciones internacionales entre los países del bloque comunista, ha habido una clara sumisión res-

pecto de la URSS. No obstante, hay que destacar que a partir de 1959 se puso de manifiesto un cierto «revisionismo» por parte de algunos satélites, principalmente de Yugoslavia y más recientemente por Albania, lo que hizo las relaciones dentro del bloque soviético algo más suaves. Por lo que respecta a la «convivencia» de este bloque con el mundo occidental, la hegemonía de la URSS se ha mantenido de una forma indiscutible, habiendo esto contribuido a crear un cerco, un aislamiento político y económico en torno a la Europa oriental en relación con el mundo exterior.

Por otra parte, hay que destacar la pugna de estas dos ideologías en el campo neutral, hasta el momento, del tercer mundo. Dos tercios de la humanidad, los países subdesarrollados, han lanzado un reto a estos dos sociedades supranacionales, bajo la forma de una lucha por conseguir un mayor desarrollo económico que les permita salir de las condiciones de atraso, ignorancia y miseria en que viven.

«La década de los sesenta parece constituir, en palabras del autor, tanto para la Europa comunista como para el Occidente, una época de transición, durante la cual los dos grandes campos enfrentados lucharán por consolidar sus posiciones en la gran pugna por la supremacía industrial.»

Alfredo Martín López.

CHARLES BETTELHEIM: *La India independiente*. Editorial Tecnos, S. A., Madrid, 1965, 515 págs.

Resumir en un libro, aunque éste sobrepase el medio millar de páginas, el proceso hacia su independencia, y actual configuración como estado soberano, así como la puesta en marcha de

sus recursos económicos y la profunda transformación social de un país, que en sí mismo constituye un crucigrama de razas y lenguas, y en su población y superficie se asemeja a un verdadero

continente, es ya de por sí un esfuerzo notable. Pero si además la obra reúne una extensa documentación, una copiosa confrontación de datos y estadísticas, y un acabado estudio de la sociedad hindú, entonces nos hallamos ante un trabajo que merece el reconocimiento que se otorga a los que, en virtud de esas características y de afrontar un tema poco frecuente, se convierten en obras de necesaria consulta.

Charles Bettelheim abre su libro con una amplia introducción que ofrece una visión política del «acceso a la independencia» de la India. Son los primeros balbuceos de una sociedad que, pese a su extraordinaria diversidad, toma conciencia de su futuro como pueblo soberano y de su realidad como entidad político-social.

A partir de la introducción, y situado el lector en presencia de un nuevo Estado, el libro se divide en dos partes. La primera consta de seis capítulos en los que Bettelheim examina la estructura económica y social del campo indio, los recursos industriales, los capitales extranjeros invertidos en la India, las posiciones ocupadas por el gran capital indio, las tendencias al universalismo de ese gran capital hindú, el sector urbano de aquella sociedad, el proletariado y la pequeña burguesía. Todo ello expresado por medio de un lenguaje claro y sobre la base de breves apartados que discriminan el tema de cada capítulo. Esta panorámica económico-social se completa con el análisis de la estructura política a raíz de la independencia, poniendo al lector en conocimiento de las relaciones entre el Poder Central y los Estados, el funcionamiento del aparato administrativo, los partidos políticos y las instituciones tradicionales de la Unión India.

Referencia concreta, dentro de esta primera parte, merece el sistema de castas que Bettelheim estudia en la vida

rural y en la vida urbana. El autor utiliza el concepto de casta que se corresponde al término sánscrito «jati» (el que ha nacido), y que es el concepto que la mayoría de los sociólogos franceses han hecho suyo siguiendo el uso tradicional indio. Aun cuando rehuye entrar en disquisiciones respecto al origen de las castas y sus implicaciones sociológicas, señala, sin embargo, las características más generales de este sistema y examina las repercusiones que tiene sobre la vida económica, social y política de la India actual. Determina el número de miembros de cada casta, y señala, siempre en términos de aproximación, el de castas, consideradas como grupos endógamos poseedores de una especialización hereditaria. Examina los efectos que pueda tener el sistema de castas sobre la vida económica y social y en qué medida el hecho de pertenecer a una casta determina el oficio o profesión de la persona. Bettelheim, afirma que, en principio, no prescribe las profesiones, sino que, simplemente, reserva el acceso a algunas de ellas. Por último, referido a las castas, aclara que si bien el sistema continúa existiendo en la práctica, legalmente desapareció con la promulgación de la Constitución.

La segunda parte del libro se enfoca «hacia la India del mañana», en la que se matizan las tendencias económicas, los Planes Quinquenales, la financiación del desarrollo y la elevación del nivel de vida de un pueblo que amanece a la independencia y, en medio de múltiples contrastes, comienza a tomar conciencia nacional y realidad de su importancia histórica. «La India independiente» facilita la asimilación de una sociedad cuyas posibilidades económicas, aun siendo fabulosas, no han remediado la miseria extrema en la que se encuentra una parte de su población que—en palabras de Bettelheim—es una miseria

NOTICIAS DE LIBROS

que supera todo lo que uno puede imaginarse y que ninguna cifra puede reflejar. Se adquiere, con la lectura de este

libro, conocimiento de lo hecho en la Unión India y, también, de lo que aún falta por hacer.

Guillermo Montes.

G. BERGER, J. J. CHEVALLIER, CH. DURAND, M. DUVERGER, M. FABRE, A. MARC, A. MATHIOT, J. SIGMANN y G. VEDEL: *El Federalismo*. Colección de Ciencias Sociales, Editorial Tecnos, S. A., Madrid, 1965, 352 págs.

Esta obra inaugura una colección de trabajos y cursos de los diversos Centros de Estudios Superiores Especializados en Francia. El libro recoge casi todos los trabajos realizados en el curso que sobre el tema del federalismo organizó, hace algunos años, el Instituto de Estudios Jurídicos de Niza, al que asistieron dieciocho profesores especializados en esta materia. La traducción española comprende asimismo un trabajo de Raúl Morodo sobre «*La integración política europea*» y otro trabajo del G. Trujillo Fernández sobre «*Pi y Margall y los orígenes del federalismo español*».

Comienza el libro Gaston Berger, con una introducción psicológica y filosófica a los problemas del federalismo, en la que describe los hechos haciendo abstracción de nuestros deseos y esperanzas y estudia al individuo en su propio medio. El autor afirma que lo que en los hechos invita a consideraciones desde el punto de vista federalista es la gran diversidad existente entre los hombres.

El profesor del Instituto de Estudios Políticos de la Universidad de París G. Vedel, examina en sus lecciones las grandes corrientes del pensamiento político y el federalismo. Vedel piensa en el federalismo como la mejor solución tanto en la nación con una doctrina tradicionalista, como en la nación con una doctrina revolucionaria. En cuanto

a la organización de la sociedad internacional la solución federalista, tanto de la derecha como de la izquierda, parece presentarse aún más claramente para el autor.

Para el profesor J. J. Chevallier hay un aspecto importante que desea estudiar: el federalismo como una doctrina de protesta, al igual que el socialismo. El federalismo de Proudhon y de sus discípulos conjuga la protesta anticapitalista y la protesta antiestatal, anticentralizadora; esta conjunción, denominada corrientemente con el nombre de anarquismo, es lo que pretende analizar el autor en sus conferencias.

La parte redactada por A. Marc, Director Delegado de la Universidad Internacional, recoge, con el título de «Historia de las ideas y de los movimientos federalistas desde la Primera Guerra Mundial», las notas que le sirvieron de base para su curso. En este bosquejo histórico A. Marc, estudia el federalismo llamado integral, el movimiento «europeista» entre las dos guerras mundiales, con el proyecto Briand de 1930, la idea federalista en la Resistencia francesa, el federalismo desde la segunda Guerra Mundial hasta 1948 y de esta fecha a 1954.

El profesor Maurice Duverger investiga los partidos políticos y el federalismo en Europa, sus lazos de unión en los diversos países europeos, la actitud de los partidos frente a los problemas

nacionales y frente a las cuestiones del nacionalismo e internacionalismo.

La segunda parte de la obra se refiere a la técnica jurídica, empezando con un trabajo del profesor Ch. Durand sobre el Estado federal en el derecho positivo. El autor afirma que «la noción jurídica de Estado federal implica una federación en la cual la distribución de competencias sea fijada no por un pacto contractual, sino por una Constitución verdaderamente rígida, se añade a ella o no la exigencia de una estructu-

ra especial de los órganos federales, de una participación de los Estados miembros en su actividad».

Seguidamente, A. Mathiot presenta un trabajo sobre el federalismo en Estados Unidos y J. Sigmann un estudio sobre las aplicaciones del federalismo en Alemania, especialmente desde 1945. Termina el libro con los interesantes trabajos ya citados de R. Morodo y G. Trujillo.

J. J. Martín Martínez.

J. P. MAYER: *Tocqueville*. Colección Semblanzas, Editorial Tecnos, S. A., Madrid, 1965, 191 págs.

Decía el mejor especialista español de Tocqueville—el profesor Díez del Corral—en su discurso de recepción en la Academia de Ciencias Morales y Políticas, consagrado precisamente a su figura, que «Alexis de Tocqueville es, seguramente, junto con Carlos Marx, el pensador decimonono que mayor atención despierta en nuestros días entre los historiadores de las ideas políticas», para añadir a continuación que «No se trata de un interés erudito, constreñido a un campo de especialistas, sino que desde él se extiende a otros campos o disciplinas especiales de la ciencia política, y, en última instancia, afecta a las preocupaciones más vivas del hombre de nuestros días». Interés del todo justificado, pues ciñéndonos al ámbito de la sociología—él más cercano a las preocupaciones de esta Revista—, los análisis de Tocqueville, ya en concreto de las sociedades americana, francesa e incluso inglesa, ya de tipo general de la sociedad democrática, sobre la base que le ofrecía el modelo americano en el primer tercio del siglo XIX, y en contraposición al otro gran tipo histórico de sociedad, según él, la sociedad aris-

tocrática, merecen que ocupe un lugar de honor en el pensamiento sociológico, a pesar de la inexplicable laguna de la mayoría de los manuales dedicados a la historia de éste. Es cierto que para un sociólogo de nuestros días los métodos analíticos de Tocqueville resultarán en muchos aspectos insuficientes, sus conclusiones apresuradas? Pero, el gran descubrimiento de la sociología, es decir la entidad de lo social, la descripción según «tipo ideal», que después consagraría Max Weber, una serie de sorprendentes intuiciones sobre los caracteres de la sociedad de masas de nuestros días hechas a un siglo de distancia tal como las desarrolló en las partes tercera y cuarta de «La Democracia en América», compensa de sobra esas lagunas.

El libro, que recensionamos, de J. P. Mayer—uno de los modernos pioneros de Tocqueville y director de la edición de sus obras completas publicadas por Gallimard—es, propiamente, más que un estudio detallado de la obra de Tocqueville, una introducción y un acercamiento, predominantemente biográfico, a aquella. Siguiendo de cer-

NOTICIAS DE LIBROS

ca la cronología, trata J. P. Mayer, y lo consigue plenamente, de presentarnos el medio en que nace y se desarrolla la vida del gran pensador francés, su formación, los autores que influyen sobre él, los rasgos más íntimos y característicos de su personalidad, las preocupaciones que inspiran su obra y actuación como hombre público—pues en Tocqueville no domina lo que podríamos llamar el puro interés de laboratorio, sino que su gran encuesta sobre las consecuencias del advenimiento de la democracia, entendida no como simple sistema de organización política, sino, más profundamente, como estado social democrático o igualitario, se pone al servicio del noble hilo conductor de toda su vida: la defensa y preservación de la libertad—; los principios de su filosofía política, las líneas maestras

de su investigación histórico-sociológico-política, las influencias ejercidas por él y, finalmente, el valor a la luz de la experiencia histórica de los últimos cien años y de nuestras preocupaciones, de su obra.

Quizá hubiese sido necesario profundizar más de lo que lo hace sobre la obra de Tocqueville, precisar algunos puntos, pero, tal vez, no haya sido esta la intención de Mayer, sino la que hemos presentado al principio, respondiendo al subtítulo que lleva el libro «Estudio biográfico de ciencia política», éste sí logrado. Añadamos, para terminar, que sin desarrollar muchos extremos, está, sin embargo, lleno de sugerencias de posibles rutas de investigación, para los que quieran hacerlo: la obra de Tocqueville, lo garantiza, lo merece.

Juan J. Trías Vejarano.

AGUSTÍN RENAUNET: *Maquiavelo*. Editorial Tecnos, S. A., Madrid, 1965, 362 págs.

Sin duda, una de las figuras a la que con mayor frecuencia se le ha negado por parte de los comentaristas, la objetividad histórica que por su vida y obra merecía, sea Nicolás Maquiavelo. De igual manera, sus doctrinas nos han llegado deformadas por el apasionamiento con que fueron estudiadas y analizadas. Su solo nombre ha sido y aún es, utilizado como sinónimo de perfidia y maldad. Y la realidad es, que Maquiavelo fue quien sometió a la política en su tiempo a un profundo y meditado análisis: y de su pluma salió transformada en una ciencia que ayer como hoy, sigue vigente en muchos de sus postulados. Por ello, fácilmente se comprenderá, nuestro entusiasmo ante el Maquiavelo de Renaudet; pues constituye un estudio objetivo, rigurosamente histórico de la vida del florentino, y

nos ofrece una interpretación de sus doctrinas que ensamblan la figura de Maquiavelo en el cuadro que, por su obra, ocupa en la ciencia política.

El libro de Renaudet está dividido en dos partes: la primera, expositiva, se centra en Maquiavelo y nos descubre el medio en que desarrolló su existencia, así como las fuerzas que moldearon su persona y las fuentes que determinaron su formación. En el capítulo dedicado a la formación de Maquiavelo, Renaudet nos confirma en la idea de que el autor del Príncipe no era un puro humanista. Para él, la experiencia es la condición indispensable de toda ciencia real que pretenda ser eficaz. Esta idea está en la línea de su vida, por cuanto su formación política, en gran parte, viene determinada por los cargos que ocupó en la Florencia de su

tiempo, ya que, aun cuando comenzó estudios de Derecho, nunca llegó a destacar demasiado en ellos. Fueron estas experiencias las que posteriormente, en el ocio de exilio al que le sometieron los Médicis, le convirtieron en un teórico de la política y un filósofo de la historia.

Esta primera parte del libro, tiene la virtud de situar al lector en el marco en que se movió Maquiavelo, y Renaudet nos ofrece un dibujo acabado de una época y de una sociedad a la que, previamente, hay que asimilar si se pretende comprender toda la trascendencia y aplicación del maquiavelismo.

La segunda parte del libro que comentamos, nos abre la puerta al conocimiento doctrinal de Maquiavelo, referido a sus concepciones sobre el gobierno legal; las creaciones de la fuerza; la paz, la guerra y los tratados y el manejo de la Opinión Pública.

Es en esta parte en la que Renaudet, con aguda penetración, con rigor científico y objetividad, cataliza las ideas y concepciones políticas de aquel que consideraba como premisa del buen cristiano el procurar el engrandecimiento del Estado; que la guerra debía ser admitida como un hecho natural normal y necesario para restablecer el equilibrio entre las naciones; que la hipocresía es el más indispensable talento de un político y, que el manejo de la opinión pública debe hacerse por la fuerza y la simulación. Doctrinas, todas ellas, singularmente pesimistas, en opinión de Renaudet, que descansan a la vez en el desprecio de los hombres, en su facilidad para engañarse y dejarse engañar y en la exaltación de la única grandeza humana que Maquiavelo reconoce: la del Estado.

Guillermo Montes.

RALF DAHRENDORF: *Homo Sociologicus*. Ein Versuch zur Geschichte, Bedeutung und Kritik der Kategorie der sozialen Rolle, Colonia-Opladen, Westdeutscher Verlag, 1965, 92 págs.

La acogida dispensada al ensayo de Dahrendorf «Homo sociologicus» se expresa en el hecho de que esta edición sea ya la quinta, apenas a siete años de distancia de la primera. En ella no solamente se ha revisado el texto sino que se han agregado un estudio sobre la Sociología y la Naturaleza humana y una lista de las más importantes reseñas del ensayo inicial. Se justifica así que debamos dar noticia—y aún más que noticia atrasada—de esta publicación.

La categoría del «role», desarrollada tempranamente por la etnología inglesa y por la sociología norteamericana, apenas había sido objeto de consideración en la literatura científica alemana. El

concepto logra una expresión internacional, pero deja abiertas no pocas cuestiones. El autor trata de pulir y de ampliar esa misma expresión. Para ello parte de la consideración de otros conceptos construidos sobre áreas paralelas: el «homo oeconomicus» y el «psychological man». Ambas figuras no pueden prescindir de esta que se plantea—el «homo sociologicus»—ni de aquella que lleva mayor existencia—el «homo politicus». La Sociología no es Ciencia de la Sociedad si no empieza por constituirse como Ciencia de los Hombres. Individuos y grupos son elementos inesquivables. El sociólogo no solo se encuentra con el Sr. Schmidt sino con la familia Schmidt, con la Oficina X, con

el Partido Y y con la Iglesia Z. Por ahí surgieron los conceptos de la relación social, y de la formación social, sistema o estructura, mas también de ahí vino éste del «role», del puesto, de la función, del papel.

De la misma manera que el «homo economicus» y el «psychological man», el hombre que se reviste del papel social, no es un asunto de la realidad sino una construcción científica. Al igual que el átomo, el «role» social no se encuentra aislado: es una categoría que atañe al tiempo y el lugar, a la naturaleza y a la sociedad.

El «role»—como la persona, el carácter y la máscara—procede del teatro: el «role» es el papel que representa el comediante y está en relación con el término persona, en la línea del griego «prosopos». Las viejas comedias señalaban a los comediantes la tarea de representar a personajes calificados por su situación social: el joven, el enamorado, el soldado, el juez, el anciano... De manera análoga a las de Cicerón o de Shakespeare, Marx señaló como tales personajes a los capitalistas y a los burgueses, marcándolos, junto a los propietarios territoriales, como personificación de categorías económicas... Si volvemos al ejemplo del Sr. Schmidt lo encontraremos como varón, adulto, casado, de una parte; como ciudadano, alemán, vecino de un distrito, doctor en una facultad, de otra parte, y aun como inspector de enseñanza, padre, protestante (en una ciudad católica, p. e.), evadido durante la guerra, miembro de la

directiva de un partido, tesorero de un club de futbol, tresillista, conductor de automóvil... Sus amigos, sus colegas y sus conocidos podrán añadir algunas otras cosas, pero éstas ya bastan a nuestra curiosidad. Con ellas tenemos la impresión de que sabemos bastante sobre el Sr. Schmidt.

Partiendo de esta imagen personal, la posición social nos va completando el sentido del juego de las distintas relaciones sociales y no solamente las de inspector de enseñanza, y directivo del partido sino las de padre, alemán y tresillista. Cada una de tales posiciones se encuentra acentuada en distintos segmentos: así de la docente derivan las que ligan—o enfrentan—al Sr. Schmidt con los alumnos, los padres, los colegas y los superiores.

Los comediantes se sujetan en su papel—en su «role»—a lo que para la obra que representan determinó el autor de la misma y fue realizado bajo la ordenación del director. Autor y Director son personas identificables. Tal mecanismo no puede ser trasladado al «role» social. La Sociedad no es una persona y las normas que surgen de la vida social carecen de fuerza comparable a la del director y del autor. Entran en juego además otras categorías y fácilmente surgen grupos de referencia...

Pero no se trata de exponer el contenido de la obra de Dahrendorf, sino de explicar que su reeditado ensayo debe figurar entre las lecturas a que obliga el estudio de la Opinión Pública.

Juan Beneyto.

Max Weber und die Soziologie heute: Verhandlungen des fünfzehnten deutschen Soziologentages. Tubinga, Editorial J. C. B. Mohr, VIII + 343 págs.

En coincidencia con el Centenario del nacimiento de Max Weber, la Sociedad alemana de Sociología dedicó su XV

Congreso a considerar el puesto de aquél en la cultura sociológica de nuestros días.

NOTICIAS DE LIBROS

El tema principal «Max Weber y la Sociología actual» fue centro de la ponencia del profesor Topitsch, y a ella siguieron: «Libertad de valor y objetividad», expuesta por Talcott Parsons y con intervenciones de Horkheimer, von Wiese, Albert, Habermas, Henrich, Rosi...; «Max Weber y la política de fuerza», defendida por Raymond Aron y comentada por Friedrich, Bahrtdt, Mommsen, Deutsch Baumgarten, Arndt...»; «Industrialización y capitalismo» de la que fue ponente Herbert Marcuse y comunicantes Weippert, Bendix, Nelson, Friedmann, Behrendt, Mommsen...

A esta espina dorsal de las sesiones hay que añadir el resumen de lo discutido en los comités técnicos que trataron de Sociología religiosa, Sociología de la organización, Cuestiones de método en la investigación empírica, Sociología de la cultura y de la educación, Sociología de la familia y de la juventud, y en fin Etnosociología. En cada una de estas comisiones se trataron temas ligados a

la posición de Max Weber. Así en el primero se abordó la actualidad del autor conmemorado en la moderna sociología de la religión; en el segundo la burocracia y la racionalidad; en el tercero la teoría weberiana del método; en el cuarto la aportación de Weber a la sociología de la educación, en el quinto los conflictos de motivación y de normas en la elección de profesionales, y finalmente en la sexta el proletariado y los «parias», tema que había sido objeto de un simposio por la Sociedad alemana de Demografía reunida meses antes en Heidelberg.

Me parece así del máximo interés para los sociólogos de la información y de la opinión la casi totalidad del volumen y ello porque, como subrayaba Aron, Max Weber, no solamente fue un admirable sociólogo y filósofo sino un pensador político, un ensayista que abordó muchos problemas relacionados con la vida pública.

Juan Beneyto.

FRIEDRICH FUERSTENBERG (Ed. e Introd.): *Religionssoziologie*. Neuwied/Rh-Berlin, 1964, Luchterhand Verlag, 463 págs.

Presentamos el tomo 19 de los «Textos sociológicos» de la Editorial Luchterhand. Tratándose de la «Sociología de la religión», la obra despierta considerable interés en quienes quisieran ver reunidos textos relativos al respecto procedentes de autores como son Durkheim, Malinowski, Yinger, Max Weber, von Oettingen, Le Bras, O'Dea, Fichter, S. J., Rentdorf, Fürstenberg, Troeltsch, Bryan Wilson, Drews o Desroche. No se aborda una determinada religión, sino *religión* como tal, aunque sea desde el punto de vista cristiano.

El interés científico por las relaciones entre religión y sociedad empezó a manifestarse desde la desintegración

del orden estamental y feudal de la época postreformatoria en Europa. Las guerras religiosas contribuyeron a que las instituciones religiosas pierdan el derecho a reivindicar para sí el poder mundano. Con ello, el poder político deja de justificarse religiosamente. Porque el proceso de secularización de la vida social se hace cada vez más patente en todos los sectores del acontecer humano. La Ilustración reacciona con bastante vehemencia contra las pretensiones de la religión y, en cambio, se hace valer, poco a poco, la *razón*, cuyas huellas nos persiguen hasta la época presente.

Después del impacto ejercido por el

NOTICIAS DE LIBROS

evolucionismo y el historismo en el siglo XIX, la religión viene constituyéndose en un objeto de estudios empíricos. Disminuyen las pasiones confesionales y comienzan estas indagaciones acerca de las necesidades de las Iglesias y de sus ministros, así como de la situación de ciertos grupos confesionales. Esta clase de investigaciones necesitaba de métodos—y aquí está la solución: serán los métodos sociológicos que pueden contribuir al desarrollo de la «sociología de la religión». En efecto. Por la sencilla razón de que la función de la sociología estriba, desde sus comienzos, en servir al esclarecimiento de problemas sociales en un momento determinado. Por ello se llegó a una rama científica independiente que es la «sociología de la religión».

El aspecto histórico del problema en

consideración nos proporciona datos sobre las tendencias que se fueron manifestando en la sociología como ciencia enciclopédica universal y pasando, finalmente, a ser una ciencia especial basada en hechos. Aún más importante es la constatación de que la sociología de la religión no puede reducirse a ser una sociografía. Es imposible renunciar al aspecto histórico o a la ampliación del campo de investigación, tampoco prescindir de la teoría y basar toda la actividad únicamente en la práctica. Siempre ha de tenerse en cuenta la sociología general.

En este sentido se procedió a la selección de textos aquí presentes. Actualizan los últimos cien años de un proceso, cuyas dimensiones científicas acababan de reafirmarse en la actualidad.

S. Glejdura.

LEOPOLD VON WIESE: *Die Philosophie der persönlichen Fürwörter*. Tübingen, 1965, J. C. B. Mohr (Paul Siebeck), 64 págs.

El autor cree que la «sociología teórica» equivale a la «filosofía de los pronombres personales», tal como lo estaba manifestando ante todo durante los últimos diez años, refiriéndose a sus obras anteriores «System der Allgemeinen Soziologie» (tercera edición Berlín en 1955) o la «Ethik», (seg. ed. de 1947).

Ahora bien, «sociología teórica» y «filosofía de los *pronomina* personales» son términos que a primera vista pudieran despertar sospechas, en cuanto a su conceptualidad se refiere. Pues bien, el ilustre autor advierte que la filosofía no es lo mismo que la metafísica, sino más bien una teoría de orden (acción) incluyendo a la lógica, lo cual respondería a una especie de síntesis de conocimientos muy generales y muy probados. Es decir, no se encuentra en

oposición a ciencias particulares, sino que *constituiría su quintaesencia*, conteniendo sus principales ideas y formando su fondo propiamente dicho. Este planteamiento del problema en consideración parecería (quizá) un poco extraño para quienes no están familiarizados con la obra de Leopold von Wiese. Sin embargo, a nuestro juicio, este pequeño trabajo constituye un punto crucial entre lo «wieseiano» y lo que pudiéramos llamar consecuencia lógica de su obra entre las futuras generaciones. Porque los nuevos valores, si quieren que se los considere como VALORES, no podrán escapar a la persecución de la verdad tal como la entiende Leopold von Wiese. Habrá caminos de perfeccionamiento y es de anotar que el autor tendrá seguidores dis-

NOTICIAS DE LIBROS

puestos a examinar el YO en función del TODO o NADA. La metafísica se vive, y por eso no se la confunde con otros conceptos. Leopold von Wiese es metafísico, por un lado, y sociólogo, por otro. Es filósofo social, por un lado, y hombre del BIEN COMUN, por otro. En una palabra, es una síntesis de la creación humana. Sale de lo subjetivo para evidenciar lo objetivo. Vuelve a sí mismo—para olvidarse de sí mismo. Es Leopold von Wiese.

El yo y el tú, el nosotros y el vosotros,

el él, el ella y el lo, los otros..., son factores examinados por el autor, que nos ofrecen una serie de ideas dignas de ser tomadas en cuenta al proseguir la ruta trazada por Leopold von Wiese. El concepto de la polaridad no pudo ser omitido, sobre todo en relación con una «filosofía de los pronombres personales». Se trata de una relación complementaria entre cohesión y separación..., lo que domina todo nuestro ser, toda nuestra existencia.

S. Glejdura.

Education and Economic Development. Editado por C. Arnold Anderson y Mary Jean Bowman. Aldine Publishing Company, Chicago, 1965.

Este libro es el fruto de la Conferencia que sobre «El papel de la educación en las primeras etapas del desarrollo» tuvo lugar en Chicago del 4 al 6 de abril de 1963. La conferencia fue organizada conjuntamente por el Committee of Economic Growth y The Comparative Education Center de la Universidad de Chicago.

El interés por conocer cómo la educación contribuye al progreso económico y social de los pueblos, ha movido recientemente a muchos investigadores sociales a adentrarse por este campo tan interesante como poco explorado del saber humano.

Por otra parte, si ya algunos economistas clásicos o neoclásicos, como Adam Smith o Marshall, por ejemplo, se preocuparon de forma más o menos directa del capital humano como posible fuente de riqueza de una nación, en general era comúnmente admitido que el capital físico era el factor decisivo en el crecimiento de una economía. Por ello no es de extrañar que para los estudiosos clásicos, tanto liberales como marxistas, el capital físico fuese el tema central de sus tratados y escritos. En

ese sentido se ha señalado (1) cómo la obra de Marx lleva el título precisamente de «Das Kapital», en su análisis del sistema capitalista, sus crisis y modo de superarlas.

Si en épocas pasadas los gastos en educación y enseñanza tenían la simple consideración de gastos de consumo, que como tal debían de restringirse al máximo en favor de la inversión en bienes de capital, en la actualidad, estamos asistiendo a una radical evolución en el pensamiento económico y con él, en la política económica, en favor de este sector. Ello está patente en toda la planificación económica del mundo de nuestros días.

La obra se compone, como ya hemos indicado más arriba, de las ponencias presentadas a la citada Conferencia. Entre los participantes figuran economistas, sociólogos, historiadores, educadores y otros investigadores sociales, y de ahí los diferentes enfoques que se han dado a los temas, que los propios edi-

(1) «Las inversiones en enseñanza y el desarrollo económico.» Discurso inaugural del año académico 1963-64 en la Universidad de Barcelona por Fabián Estapé. Pág. 10.

tores han dividido en cuatro partes. La primera destaca el sistema de precios de mercado y su proceso como base para el análisis de la inversión en la formación de los recursos humanos y su contribución a la economía. La formación de las aptitudes humanas es el tema de la Parte II. La tercera se enfrenta con el problema de la difusión de la enseñanza, la tecnología y las oportunidades de educación. Finalmente, la última parte de la obra se dedica a analizar diversos aspectos históricos en la Rusia zarista, en la Gran Bretaña de los siglos XVI, XVII y XVIII y en el Japón de la Revolución Meiji.

De los cuatro artículos que componen la primera parte, particularmente interesante y polémico nos parece el segundo. Trata del dilema, no sólo de la India, como es el caso, sino aplicable a cualquier país subdesarrollado, de la rentabilidad de la «inversión en hombres» versus «inversión en máquinas».

Es posible que los criterios de rentabilidad privada a través de la productividad marginal, no sean aplicables a las inversiones sociales, generalmente de

rentabilidad «diferida», ya que en muchos casos se da en éstas una rentabilidad «derivada», es decir, se logran unos beneficios adicionales merced a inversiones en otras industrias o sectores. En todo caso se habrá de disponer de herramientas más precisas en el análisis de las posibles incidencias y repercusiones de un mayor grado de educación y conocimientos tecnológicos en todo proceso de crecimiento social.

Las partes segunda y tercera se complementan en gran modo: una vez sentada la necesidad de formación del hombre, en el más amplio sentido, y su influencia en todo proceso de desarrollo económico, se analiza en la tercera, la difusión de la enseñanza y las oportunidades de educación entre la población.

Finalmente, en la parte cuarta «las precondiciones humanas y la marcha del cambio» es una reconsideración de la segunda «la formación de las habilidades humanas» vista a la luz de la experiencia histórica en varios países.

Alfredo Martín López.

HANS HINTERHÄUSER: *Los «Episodios Nacionales» de Benito Pérez Galdós.* Editorial Gredos, Madrid, 1963, 398 págs.

Comienza el autor este estudio sobre la apasionada obra y figura de don Benito Pérez Galdós con una breve introducción en la que se expone la situación de los estudios galdosianos.

España, Hispanoamérica, Alemania e Inglaterra formaron hasta el presente la reducida geografía que ha estudiado la obra de Pérez Galdós, si bien en la actualidad el centro de gravedad de la investigación galdosiana parece haberse desplazado hacia Estados Unidos donde diversos investigadores y equipos de trabajo, Chonon H. Berkowitz, William

H. Shoemaker, Walter Pattison, Sherman Eoff, se interesan por la obra del novelista español.

Considerando la investigación histórica literaria como un todo en desarrollo orgánico en el que a cada estudioso le corresponde la tarea de estar a la altura del respectivo grado de proceso, Hans Hinterhäuser se propone en este libro procurar un estudio de conjunto acerca de los Episodios Nacionales, que constituyen aproximadamente la mitad de toda la obra de Pérez Galdós. Para ello analiza a Galdós como historiador,

como educador político, como artista; es decir, los Episodios Nacionales como Historia, como mensaje político y como novela.

La obra, por tanto, se encuentra dividida en los siguientes cuatro grandes capítulos: la Génesis de los Episodios Nacionales, Los Episodios Nacionales como historia, Los Episodios Nacionales como medio de educación política y Los Episodios Nacionales como novela.

La Génesis de los Episodios Nacionales. Se abre esta primera parte con el análisis de los años juveniles de Galdós a su llegada a Madrid en 1862. Años difíciles y complejos que desembocarán en la gloriosa Revolución de septiembre de 1868. Los sucesos vividos debieron llevar a Galdós al convencimiento de que en su país un trágico abismo separaba a gobernantes y gobernados, de que si unos actuaban de un modo equivocado, los otros lo hacían con ceguera y que ambos obraban sin conciencia; pero también los sucesos vividos dejaron en él un gran peso que quedaría plasmado en sus Episodios.

La explicación de Galdós sobre la Génesis de los Episodios Nacionales («y cuando Albareda me preguntó en qué época pensaba iniciar la serie, brotó de mis labios, como una obsesión del pensamiento, la palabra Trafalgar») adquiere con ello un transfondo concreto. ¿Por qué, se pregunta Hinterhäuser, precisamente Trafalgar? Hinterhäuser cree que Trafalgar debió ser un acontecimiento muy atractivo para el novelista gracias a su fuerte simbolismo (derrota de la flota española, aniquilamiento de la potencia naval, hundimiento de la «vieja España») así como a su colorista y sonora fuerza de sugestión («el tronar de los cañonazos»). Si bien no desecha el que un motivo geográfico existencial tuviera su importancia, ya que fué Cádiz la primera ciudad que

conoció Galdós a su llegada a la Península.

Continúa esta primera parte de la obra analizando la relación entre los Episodios Nacionales y otras novelas históricas de mediados del XIX, especialmente sus posibles relaciones e influencias con las novelas «Fernando el deseado (Memorias de un liberal)» de Diego López Montenegro y Víctor Balaguer, y con la serie «Romans Nationaux» de Erckman Chatrian. Concluye esta primera parte estudiando las causas de interrupción de los Episodios y su distribución en series separadas cronológicamente con grandes intervalos. Según las declaraciones del propio Galdós la principal motivación de reemprender los Episodios fué la carencia de medios económicos, lo que no quita el que en la obra esté presente un gran idealismo que da fuerza al lector de 1898 impresionado y decaído por los recientes acontecimientos.

Los Episodios Nacionales como historia. En este segundo capítulo dada la contradicción existente entre los críticos españoles sobre la labor de investigación histórica de Galdós Hans Hinterhäuser estudia las posibles fuentes empleadas por don Benito, dividiéndolas en escritas, orales, autobiográficas, de inspiración pictórica y documentación geográfica.

Afirma el autor que Galdós para cada serie de los Episodios utilizaba una obra histórica que le servía de pauta general: para la primera, la «Historia del levantamiento» del Conde de Toreno; para la segunda, la «Historia de Fernando VII» anónima, atribuida a Estanislao de Koska Bayo; para la tercera, la «Historia de la guerra civil de los partidos liberales y carlistas», de Antonio Piralá; finalmente, para la última serie, la «Estafeta de Palacio», de Ildefonso Bermejo. Además de estas fuentes utilizó obras como la Historia general

de España, de Modesto Lafuente (Tomos XXII-XXV); las Memorias del General Córdova, El antiguo Madrid, de Mesonero Romanos, etc.

La fuente para el estudio del vestir-comer y costumbres, fue el Diario de Avisos, según confesión del propio don Benito en el Epílogo a la edición ilustrada de los Episodios Nacionales. Entre las fuentes orales se ha de dar gran importancia, a las continuas visitas y conversaciones mantenidas con don Ramón de Mesonero Romanos.

Entre las pictóricas Goya sirvió igualmente de gran fuente en la que el autor se inspiró para varios de sus Episodios: La Corte de Carlos IV, El 19 de marzo y El 2 de mayo.

Para la documentación de los Episodios Nacionales fue verdaderamente una suerte que la pintura española del siglo XIX produjera una serie de excelentes retratistas. Parece lógico que Galdós tomara de los retratos existentes los detalles fisonómicos. Vicente López, Esquivel, Madrazo, Alenza, Fortuny, Lucas Padilla, pudieron ser un gran documento para elaborar muchos de los Episodios Nacionales.

En la segunda parte de este capítulo se analiza la visión histórica de don Benito. Muy característico de la visión histórica del joven novelista, apunta Hinderhäuser, es el hecho de que una vez encontrado el día X, se preocupara muy poco de lo que quedaba detrás de él, y que el horizonte histórico de las dos primeras series de los Episodios Nacionales se abriera casi exclusivamente hacia adelante, de 1805 a la «actualidad», de aquí al futuro.

Cuando Galdós se refiere al pasado remoto lo hace con meras y poco sustanciales indicaciones o con un juicio rápido y seco; en la interpretación de los hechos históricos, de la que intenta hacer partícipe al lector, este pasado remoto apenas viene incluido y el aná-

lisis de los decenios inmediatamente anteriores se considera suficiente para comprender la actualidad. Deduce Hinderhäuser que la visión histórica de Galdós (en la primera fase de su creación) no es «historicista», sino marcadamente «progresista»: que va animada por una actitud polémica contra los que sobrevolaran el pasado, y de la decisión (en último término, procedente de la Ilustración) de echar por la borda este pasado, para que el porvenir pueda desarrollarse sin trabas.

A partir de la tercera serie cambia la relación de Galdós con la Historia. El horizonte histórico se abre también hacia atrás, enriqueciendo su contenido, llegando los límites de dicho horizonte histórico hasta los tiempos prehistóricos.

Los Episodios Nacionales como medios de educación política. Este capítulo, a nuestro modo de ver, parece el más importante de la obra que comentamos. Afirma el autor que no existen trabajos previos que puedan ayudar y orientar al investigador en este terreno. Como aproximación a tan interesante tema se estudia la figura de Galdós como político y como periodista político.

Después de detallado análisis, el autor afirma que sería absurdo e ilegítimo hacer del viejo Galdós, histórica e ideológicamente, un socialista virtual en el sentido actual. Galdós permaneció fiel al pensamiento burgués y liberal, si bien con el tiempo se abrió cada vez más al amor por los pobres y vió que había una doctrina política que se había impuesto, la misión de redimir a los desposeídos, doctrina a la que le arrastraba su corazón y que él intentó comprender también intelectualmente.

La autocrítica nacional; las ideas galdosianas sobre el amor a la patria y el patriotismo, la teoría sobre las dos Españas; la cuestión social y la Revolución completan el contenido de este tercer

NOTICIAS DE LIBROS

capítulo que consideramos de gran importancia para la interpretación de los Episodios Nacionales y para el conocimiento de un autor tan discutido.

Los Episodios Nacionales como novela. Este último capítulo trata de la conexión entre Historia y Novela, realizando el autor un análisis detallado de los personajes novelescos y de las personalidades históricas que aparecen a lo largo de las amplias series de los Episodios Nacionales y cuyo censo realizó Federico Carlos Sainz de Robles. Dentro de este último capítulo el apartado dedicado a la novela popular nos parece que es de gran interés. Hinterhäuser afirma que en los once primeros Episo-

dios y esporádicamente en algunos otros de la segunda serie se hallan presentes los elementos formales de la novela folletinesca. Esto, y la tensión mantenida en cada una de las entregas, hacen que los Episodios Nacionales en opinión de Hinterhäuser contengan las claves de la novela popular: carácter folletinesco, y realización por entregas.

Concluye la obra comentada, con una extensa bibliografía sobre la figura y obra de Pérez Galdós. Este libro por su objetividad y documentación ha de tenerse presente para cualquier futura investigación sobre los Episodios Nacionales.

María Pilar Alcobendas.

**Congresos
y reuniones**

Algunos congresos, conferencias y reuniones nacionales e internacionales anunciados para 1966-67

V	XVIII Congreso Mundial de la Federación Internacional de la Vivienda, el Urbanismo y la Ordenación del Territorio (Tokyo).
5-8/V	Conferencia Anual de la WAPOR (Swampscott. Massachussets).
1-5/VI	III Conferencia Internacional sobre el tema «Padres y jóvenes ante la inadaptación de los jóvenes» (Evian, Francia).
1-3/VII	Conferencias sobre The Psychological Background of Montessori Education (Washington).
24-29/VII	VI Congreso Internacional de Psiquiatría Infantil (Edimburgo).
25-30/VII	IV Congreso Internacional de la International Humanist and Ethical Union (París).
1-7/VIII	XVIII Congreso Internacional de Psicología (Moscú).
VIII	Seminario de la Asociación Internacional de Orientación Escolar y Profesional (Atenas).
15/VIII-2/IX	Seminario Especial sobre Análisis de Encuestas Multinacionales (Amsterdam).
31/VIII-3/IX	XIII Congreso Internacional de Escuelas de Servicio Social (Washington).
2-7/IX	Reunión Europea Conjunta de la Ecometrie Society y The Institute of Management Science (Varsovia).
4-10/IX	XIII International Conference of Social Work (Washington).
4-11/IX	VI Congreso Mundial de Sociología (Evian, Francia).
5-11/IX	IV Congreso Mundial de Psiquiatría (Madrid).
19-23/IX	XIV Congreso Internacional de Organización Científica (Rotterdam).
20-24/IX	Reunión de la Asociación Internacional de Ciencia Política (Varsovia).
24-30/IX	IV Congreso de la Asociación Internacional de Orientación Escolar y Profesional (Roma).
VI/1967	Mesa redonda sobre Religión y Política (Estambul).
18-23/IX/1967	VII Congreso Mundial de la Asociación Internacional de Ciencia Política (Bruselas).

Sexto Congreso Mundial de Sociología

La Asociación Internacional de Sociología, bajo el patrocinio de la UNESCO y el concurso de la Sociedad Francesa de Sociología, ha organizado el VI Congreso Mundial de Sociología en Evian (Francia), donde tendrá lugar del 4 al 11 de septiembre de 1966.

PROGRAMA

1.ª Sección.—Unidad y Diversidad en Sociología, Presidente: R. Aron.

1. Sesión plenaria:

A) R. Aron: Introducción.

B) Ponencias:

F. V. Konstantinov: «Ideología y sociología».

J. Piaget: «Los mecanismos comunes en las ciencias humanas».

E. Shils: «Las grandes tendencias de la investigación sociológica».

P. Sorokin: «Problemas de la concordancia de las teorías fundamentales».

C) Comentarios:

G. Germani, T. Parsons, A. Schaff.

2. Grupos de trabajo (*).

a) J. Coleman: «Los modelos».

b) F. Ferrarotti: «Ideología y sociología».

c) E. Gellner: «Sociología y etnología».

d) P. Lazarsfeld: «Objetividad de los métodos de investigación».

e) J. Piaget: «Estudios interdisciplinarios y mecanismos comunes».

f) A. Schaff y J. Stœtzel: «Imagen del hombre y elección de hipótesis».

g) N. Smelser: «Economía y sociología».

h) A. Touraine: «Escuelas nacionales y objetivos comunes».

2.ª Sección.—Sociología de las Relaciones Internacionales, Presidente: O. Klineberg.

1. Sesión plenaria:

A) O. Klineberg: Introducción.

B) Ponencias:

R. C. Angell: «Investigaciones empíricas y experimentales».

P. N. Fedosseiev: «La estrategia de la paz en la era atómica».

J. Galtung: «Teorías sociológicas de los conflictos».

C) Comentarios:

B. Landheer, R. N. Saksena.

(*) Estos grupos están en general comprendidos por una veintena de sociólogos que presentan las comunicaciones. Solo damos aquí el nombre del presidente del grupo. Igualmente ocurre en las Mesas redondas y Comités de estudios.

2. Grupos de trabajo:

- a) R. C. Angell: «Estudios sobre los conflictos y su resolución».
- b) G. Balandier: «Naciones nuevas».
- c) P. de Bie: «Tensiones culturales o raciales y relaciones internacionales».
- d) A. Etzioni: «El pensamiento estratégico como proceso social».
- e) M. Janowitz: «Los militares de carrera y el militarismo».
- f) S. M. Miller: «Pauperismo y relaciones internacionales».
- g) V. Semenov: «Clases sociales y relaciones internacionales».
- h) M. Virally: «Sociología de las organizaciones internacionales»

MESAS REDONDAS:

La enseñanza de la sociología,
Presidentes: G. Germani y R. Koenig (organizador).

Problemas de la documentación en sociología,
Presidentes: L. Chall y J. Meyriat (organizador).

Sociología de la educación y desarrollo,
Presidente: A. C. Pearse.

Estudios internacionales de orden comparativo,
Presidente: S. Rokkan.

Estudios internacionales sobre los «budgets-temps»,
Presidente: A. Szalai.

COMITES DE ESTUDIOS:

- A) Comunicaciones de masa,
Presidente: G. Friedmann.
- B) Sociología del conocimiento,
Presidente: K. H. Wolff.
- C) Sociología del derecho,
Presidente: R. Treves.
- D) Sociología de la educación,
Presidente: A. H. Halsey.
- E) *Sociología de la familia*,
Presidente: R. Hill.
- F) *Tiempo libre y cultura popular*,
Presidente: J. Dumazedier.
- G) Sociología de la medicina,
Presidente: G. Reader.
- H) Sociología política,
Presidente: S. M. Lipset.
- I) Sociología psiquiátrica,
Presidente: A. Rose.
- J) Sociología de las regiones,
Presidente: G. Le Bras.
- K) Sociología de la ciencia,
Presidente: R. K. Merton.

- L) Estratificación y movilidad social,
Presidente: D. Glass (reemplazado por R. Dahrendorf en las reuniones de Evian).
- M) Sociología del trabajo y de la organización,
Presidente: W. H. Scott.
- N) Sociología urbana,
Presidente: Mme. R. Glass.

REUNIONES ESPECIALES:

Varias reuniones tendrán lugar antes y después del Congreso, señaladamente:

- reuniones de trabajo en común de los presidentes de los comités de estudio de la A. I. S.
- simposium sobre el análisis ecológico cuantitativo en las ciencias sociales
- reuniones sobre sociología lingüística
- reuniones sobre sociología de seguridad social
- reuniones de grupos de estudio del Centro europeo de coordinación de estudio y documentación en ciencias sociales.

XIII Congreso Internacional del Servicio Social

La International Conference of Social Work (ICSW), tendrá lugar en Washington D. C. del 4 al 10 de septiembre del corriente año de 1966

El tema del Congreso será «EL DESARROLLO URBANO Y SUS IMPLICACIONES PARA EL SERVICIO SOCIAL». Los puntos principales a discutir serán:

«El desarrollo urbano—fenómeno universal y su impacto sobre el hombre y la sociedad»,

«Una política social para el desarrollo urbano»,

«El desarrollo urbano y el planeamiento social» y

«El desarrollo urbano—el papel del servicio social—».

Las lenguas oficiales serán español, francés e inglés.

Los interesados en este Congreso deberán dirigirse a cualquiera de las dos direcciones que se detallan seguidamente:

Headquarters, International Conference of Social Work.

345 East 46th Street.

New York, N. Y. 10017, U. S. A.

Conférence Internationale de Service Social.

5 rue Las Cases.

Paris VII, France.

Por no tratarse de Congreso intergubernamental oficial, ni la Comisión ni el Gobierno de los Estados Unidos concederán becas.

Becas de la Escuela de Organización Industrial

La Escuela de Organización Industrial de Madrid, Centro Docente, dependiente de los Ministerios de Educación Nacional e Industria, dedicado a la formación de las técnicas de Organización de las Empresas para post-graduados, acaba de hacer pública la convocatoria de becas para seguir durante el próximo año académico el CURSO SUPERIOR DE ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA.

Con el fin de dar facilidades a los graduados, que empiezan su vida profesional, la citada Escuela ofrece hasta 7 becas de estudios. Cada beca puede ascender hasta 3.000 PESETAS MENSUALES durante el tiempo que dure el curso.

Para poder optar a una de estas becas es necesario:

- a) Ser español y no poseer antecedentes penales, además de reunir las condiciones legales exigidas por las leyes generales del Estado.
- b) Poseer un Título de Escuela Técnica o Universidad o algún otro título oficial que a juicio de una Comisión Calificadora constituida en la Escuela, otorgue conocimientos suficientes para seguir estos estudios.

Las materias que comprende el curso Superior de Organización de la Empresa son:

Economía para la Dirección.—Estadística General y Aplicada.—Psicología para la Dirección.—Sociología Industrial.—Organización General.—Organización de la Producción.—Planificación y Control de la Producción.—Estudio del Trabajo y Salarios.—Organización Comercial y Ventas.—Publicidad y Promoción de Ventas.—Investigación de Mercados.—Finanzas.—Calculadores Eléctricos.—Administración y Política de la Empresa.

El plazo de admisión de solicitudes de becas termina el día 31 de agosto de 1966.

En las oficinas de la Escuela de Organización Industrial, calle de José Gutiérrez Abascal, núm. 2. Madrid-6 (Altos del Hipódromo), se facilitarán los impresos para solicitar estas becas e información complementaria.

Novedad

Estudio sobre los medios de
Comunicación de Masas en España

3.^a parte

Análisis de Audiencias

Editado por
el Instituto de la Opinión Pública

MADRID - 1966

295 páginas
precio: 500 pesetas

Paseo de la Castellana, 40

Teléfono 276 87 16

M A D R I D - 1

Revista de Estudios Políticos

(Bimestral)

Sumario del número 146

(Marzo-abril, 1966)

ESTUDIOS Y NOTAS:

CAMILO BARCIA TRELLES.—*En torno al Libro Rojo.*

JOSÉ CORTS GRAU.—*Los humanismos y el hombre.*

ROGE CEDIE y JEAN LEONNET.—*El Consejo Constitucional francés.*

GERARD LEIBHOLZ.—*El Tribunal Constitucional en la República Federal Alemana, y el problema de la apreciación judicial de la política.*

JUAN FERRANDO BADIA.—*Los grupos de presión.*

MUNDO HISPANICO:

DEMETRIO RAMOS.—*El peruano Morales, ejemplo de la complejidad americana de tradición y reforma en las Cortes de Cádiz.*

SECCION BIBLIOGRAFICA:

Recensiones.—Noticias de Libros.—Revista de Revistas.—Libros recibidos.

BIBLIOGRAFIA:

ELÍAS DÍAZ.—*Índice bibliográfico por materias del "Archiv für Rechts und Sozialphilosophie" (1907-1963).*

Precio de suscripción anual

España	300	ptas.
Portugal, Hispanoamérica y Filipinas.	350	"
Otros países	400	"
Número suelto	80	"

INSTITUTO DE ESTUDIOS POLITICOS

Plaza de la Marina Española, 8.—MADRID-13 (España).

Anales de Sociología

Número 1

Director: SALUSTIANO DEL CAMPO

PRESENTACION: Por SALUSTIANO DEL CAMPO.

ARTICULOS:

CASTILLO CASTILLO, JOSÉ: *¿Es España una sociedad de consumo de masas?*

BUSQUETS BRAGULAT, JULIO: *Origen del militar de carrera en España.*

NEGRE RIGOT, PEDRO js.: *La práctica religiosa obrera y sus motivaciones.*

GONZÁLEZ SEARA, LUIS, y DíEZ NICOLÁS, J.: *Progresismo y conservadurismo en el Catolicismo español.*

DE MIGUEL, AMANDO, y LINZ, JUAN J.: *La percepción del prestigio de las ocupaciones industriales y burocráticas por los jóvenes españoles.*

RAMÍREZ GIMÉNEZ, MANUEL: *Las huelgas durante la segunda República.*

JUTGLAR BERNAUS, ANTONIO: *En torno a la condición obrera en Barcelona, entre 1900 y 1920.*

ALZINA CAULES, JAIME: *La población de Barcelona.*

ARAMBURO CAMPOY, FERNANDO: *Los movimientos migratorios en Barcelona y su comarca.*

CASTRO CHICO, ELVIRA: *Población de Granada e inmigración granadina en Barcelona.*

DOCUMENTOS:

SALLARES Y PLA: *Las ocho horas.*

SECCIÓN BIBLIOGRÁFICA:

EDITA:

Departamento de Sociología del Centro de Estudios Económicos y Sociales de la Delegación en Barcelona del Consejo Superior de Investigaciones Científicas.

Revista de Occidente

PUBLICACION MENSUAL

Indice del número 37 (abril 1966)

ARTICULOS:

GEORG LUKACS: *Un realismo socialista actual.*

JUAN REGLÁ: *En torno al concepto de la Historia.*

MAURICI SERRAHIMA: *Tiempo y Arte.*

JOSÉ MEDINA ECHAVARRÍA: *El desarrollo económico y su filosofía.*

JORGE CAMPOS: *Cuentos de la bomba.*

JOSÉ MARÍA VALVERDE: *Estampas de costumbres.*

NOTAS:

LUIS DÍEZ DEL CORRAL: *La Administración española (Sobre el libro de Eduardo García de Enterría).*

ELÍAS DÍAZ: *Para un diálogo catolicismo-marxismo.*

FERNANDO VELA: *Después de una lectura de Dostoievsky.*

CRITICA:

JOSÉ MARÍA NAHARRO: *Estructura económica de España*, por RAMÓN TAMAMES.

Viñeta de P. PALAZUELO

Número suelto	50 ptas.
Extranjero	60 "
Suscripción anual	500 "
Extranjero	600 "

Redacción y Administración: REVISTA DE OCCIDENTE, S. A.
Bárbara de Braganza, 12. MADRID-4 (ESPAÑA). Teléfono 231 30 43

Revista de Occidente

PUBLICACION MENSUAL

Indice del número 38 (mayo 1966)

ARTICULOS:

GABRIELA MISTRAL: *La lengua de Martí.*

PEDRO LAÍN: *Meditación de Teotihuacán.*

GEORGE KUBLER: *Indianismo y mestizaje como tradiciones americanas clásicas y medievales.*

JOSÉ GAOS: *La adaptación de un español a la sociedad hispanoamericana.*

JULIÁN MARÍAS: *Hispanoamérica desde el escritor.*

LEOPOLDO ZEA: *Sentido de la filosofía en Latinoamérica.*

FERNANDO CHUECA: *Invariantes en la arquitectura hispanoamericana.*

GUILLERMO DE TORRE: *La originalidad de la literatura hispanoamericana.*

DANIEL F. RUBÍN DE LA BORBOLLA: *Arte popular y artesanías mexicanas clásicas y medievales.*

JESÚS PRADOS ARRARTE: *Sobre el destino económico de Hispanoamérica.*

LUIS DÍEZ DEL CORRAL: *La unidad del mundo hispánico a través de los hermanos Humboldt.*

RAFAEL LAPESA: *Problemas de la lengua española.*

Viñeta de P. PALAZUELO

Número suelto	50 ptas.
Extranjero	60 "
Suscripción anual	500 "
Extranjero	600 "

Redacción y Administración: REVISTA DE OCCIDENTE, S. A.
Bárbara de Braganza, 12. MADRID-4 (España). Teléfono 231 30 43

Revista de Occidente

PUBLICACION MENSUAL

Indice del número 39 (junio 1966)

ARTICULOS:

- KARL RAHNER: *El hombre actual y la religión.*
GERMÁN BLEIBERG: *Mateo Alemán y los galeotes.*
RAFAEL SÁNCHEZ FERLOSIO: *Personas y animales en una fiesta de bautizo.*
VICENTE SALAS VIU: *Luis de Pablo y Cristóbal Halfter.*

NOTAS:

- JUAN JOSÉ TRÍAS VEJARANO: *Técnicos y políticos.*
PAULINO GARAGORRI: *Dos prólogos (de Pedro Laini y José Luis Aranguren a sus obras).*
MARIO J. VALDÉS: *Observaciones unamunianas.*

CRITICA:

- MARÍA SCUDERI: *Visión conjunta de Machado (recensión de las Obras de A. Machado).*
UDO RUKSER: *"Der aufbau der Natur", por R. PANNWITZ (recensión).*
JEAN BÉCARUD: *El liberalismo provinciano (recensión de dos novelas de F. García Pavón).*

Viñeta de P. PALAZUELO

Número suelto	50 ptas
Extranjero	60 "
Suscripción anual	500 "
Extranjero	600 "

Redacción y Administración: REVISTA DE OCCIDENTE, S. A.
Bárbara de Braganza, 12. MADRID-4 (España). Teléfono 231 30 43

Biblioteca de Ciencias Económicas

Dirigida por el Profesor: **FUENTES QUINTANA.**

Catedrático de la Universidad de Madrid

TITULOS PUBLICADOS:

I. Teoría Económica.

1. JOAN ROBINSON: **Filosofía económica.** 164 págs. Tela, 170 pesetas.
2. **Lecturas sobre la teoría económica del desarrollo.** Selección e introducción por LUIS A. ROJO DUQUE. 278 págs. Rústica, 240 ptas.

II. Política Económica.

1. DONALD S. WATSON: **Política económica.** 942 págs. con numerosos gráficos. Tela, 600 ptas.

III. Estructura económica.

1. ALEC NOVE: **La economía soviética.** 316 págs. Tela, 260 ptas.

DE PROXIMA APARICION

T. W. HUTCHISON: **Historia del pensamiento económico.**

A. R. PREST: **Hacienda pública.**

Lecturas de economía española. Ed. de JUAN VELARDE FUERTES.

Lecturas de econometría. Ed. de ANGEL ALCAIDE INCHAUSTI.

Lecturas sobre política económica. Ed. de EMILIO DE FIGUEROA.

es una nueva biblioteca que le ofrece

EDITORIAL GREDOS, S. A.

Sánchez Pacheco, 83. MADRID-2.

Archives Europeennes de Sociologie

TOME VII

1966

NUMERO 1

SOMMARIO

Aliénation et structure or conscience and consciousness

MELVIN RICHTER.—*Intellectual and class alienation: Oxford idealist diagnoses and prescriptions.*

EUGENE FLEISCHMANN.—*L'esprit humain selon Claude Lévi-Strauss.*

EDMUND LEACH.—*The legitimacy of Solomon. Some structural aspects of Old Testament history.*

NOTES CRITIQUES

PETER BERGER.—*Identity as a problem in the sociology of knowledge.*

SERGE MOSCOVICI.—*L'histoire des sciences et la science des historiens.*

WALTER EICHNER.—*Locke zwischen Hobbes und Hocke. Zur neuen Interpretation der politischen Philosophie John Lockes.*

REDACTION

RAYMOND ARON.—THOMAS BOTTOMORE.—MICHEL CROZIER

RALF DAHRENDORF.—ERIC DE DAMPIERRE.—ERNEST GELLNER

Les archives paraissent deux fois par an. La correspondance administrative et les abonnements doivent être adressés à M. Pierre Junod, Librairie Plon, 8 rue Garancière, Paris 6e. Le tome 18 francs, le numéro 9 francs.

Revista Internacional de Sociología

(Trimestral)

PUBLICADA POR EL

INSTITUTO BALMES DE SOCIOLOGIA

CONSEJO DE REDACCION

CARMELO VIÑAS MEY

CORRADO GINI

SALUSTIANO DEL CAMPO

ANTONIO PERPIÑÁ

JOSÉ ROS GIMENO

CONTIENE

Secciones doctrinales:

- I. Sociología.
- II. Problemas de población.

Secciones informativas:

- 1) Información española.
- 2) Información europea.
- 3) Información americana.
- 4) Sociología religiosa y catolicismo social.

Notas bibliográficas.

PRECIOS

Suscripción anual	160 ptas.
Extranjero	220 "
Número suelto	50 "
Extranjero	60 "

LIBRERIA CIENTIFICA MEDINACELI
Duque de Medinaceli, 4.—MADRID-14

La Revista Internacional de Sociología

DEL

INSTITUTO «BALMES» DE SOCIOLOGIA DEL C. S. I. C.

PUBLICA

Un número Monográfico dedicado al Desarrollo en España

Contiene los trabajos siguientes:

Regiones socioeconómicas y efecto regional, por S. DEL CAMPO.

Fundamento de una política de desarrollo económico, por E. DE FICUEROA.

Industrialización de las provincias españolas subdesarrolladas, por J. GIMÉNEZ MELLADO.

La comunidad económica europea y el desarrollo regional en España, por J. VILA CARO.

Diferencias geográficas de salarios en España, por A. PERPIÑÁ RODRÍGUEZ.

Las inversiones intelectuales en la agricultura, por E. GÓMEZ AYAU.

Las regiones en el Desarrollo Económico, por R. HERMIDA.

Desarrollo regional en la Zona de Salamanca, por J. M. OTERO NAVASCUÉS.

Y tres amplias secciones de NOTAS INFORMATIVAS (I, *Criterio sobre el desarrollo*. II, *Directrices sobre desarrollo regional en Francia*. III, *Documentación informativa*. IV, *Subdesarrollo y emigración en España*), NOTAS BIBLIOGRÁFICAS (26 reseñas) y BIBLIOGRAFÍA SOBRE DESARROLLO, comprensiva de 1.015 títulos en lenguas alemana, eslava, española, francesa, inglesa, italiana, japonesa, portuguesa, sueca y suiza.

Administración: LIBRERÍA CIENTÍFICA.

Duque de Medinaceli, 4. MADRID-14.

Precio del número: 90 pesetas.

Cuadernos Informativos de Desarrollo Económico Social

(Bimestral)

PUBLICADO POR EL

INSTITUTO «BALMES» DE SOCIOLOGIA DEL C. S. I. C.

Revista bimestral de 200 páginas que contiene copiosa información y documentación, convenientemente actualizada, sobre los problemas, realizaciones y política de desarrollo en España y en el extranjero, con particular referencia a los países más similares al nuestro. Esta publicación reviste modalidades no frecuentes en otras revistas, pues en ella se recogen, en orden a las materias más importantes, series de cuestiones con carácter sistemático, y con vistas frecuentemente a exponer "el estado de la cuestión".

CUADERNOS está orientado principalmente al gran público, aunque también al especializado y científico, y tiende a promover un movimiento general de interés hacia los problemas de nuestro desarrollo económico-social. A este fin, CUADERNOS hace una labor de sugestión y de crítica objetiva y constructiva.

CONTIENE LAS SECCIONES SIGUIENTES:

- I. PROBLEMAS ESPAÑOLES.
- II. DESARROLLO Y PROGRESO TÉCNICO.
- III. DESARROLLO Y ESTRUCTURAS ECONÓMICAS.
- IV. LA IGLESIA Y LOS PROBLEMAS DEL SUBDESARROLLO.
- V. INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN.

Administración: LIBRERIA CIENTIFICA MEDINACELI

Duque de Medinaceli, 4. MADRID-14.

PRECIO:

Suscripción anual	100 ptas.
Extranjero	150 "
Número suelto	20 "
Extranjero	30 "

América Latina

The regional social science journal in Latin America

SOME RECENT ARTICLES:

LYCIA DE MENDONÇA: *Nupcialidade no Rio de Janeiro.*

GILBERT BARTELL: *The Consequences of Differing Perceived Reality.*

ALBERTO FRANCO: *Algunas anotaciones sobre investigación en aspectos relacionados con Reforma Agraria.*

GERRIT HUIZER: *Desarrollo de la comunidad y grupos de intereses en áreas rurales.*

RICHARD N. ADAMS: *Power and power domains.*

JOSEPH A. KAHL: *Los valores modernos y los ideales de fecundidad en Brasil y México.*

Social Science news.—Book Reviews.—Abstracts.

Published quarterly by the LATIN AMERICAN CENTER FOR
RESEARCH IN THE SOCIAL SCIENCES (under auspices of UNESCO)

Subscription for four numbers: US \$ 4.00

Back numbers still available at: US \$ 1.00

The subscription includes, free of charge, the bimonthly bibliographical bulletin *Bibliografía*, on the social sciences in Latin America.

Caixa Postal, 12 (ZC-02). RIO DE JANEIRO (Brasil)

Editorial Tecnos, S. A.

O'Donnell, 27. MADRID-9. Teléfono 225 61 92

Brusi, 46. BARCELONA-6. Teléfono 227 01 10

PÉREZ DÍAZ, VÍCTOR: *Estructura Social del Campo y Exodo Rural*. Colección Semilla y Surco. Serie de Sociología.

Contribución decisiva al estudio de una situación crítica, que une, a una perspectiva dialéctica y totalizante, las técnicas de observación y encuesta propias del trabajo de campo.

FITZSIMONS, MC AVOY, O'MALLEY, KENNEDY: *La imagen del hombre*. Colección Semilla y Surco. Serie de Sociología.

Presenta los mejores ensayos aparecidos en la Revista Política de la Universidad norteamericana de Notre Dame, entre cuyos autores figuran personalidades de la valía de Maritain, Pieper y Danielou.

HAWLEY, AMOS H.: *La estructura de los sistemas sociales*. Colección Semilla y Surco. Serie de Sociología.

Una serie de artículos, muchos de ellos inéditos, en los que el autor expone sus ideas más recientes sobre los supuestos teóricos de la Ecología Humana como teoría de organización social, junto con cinco trabajos empíricos que ponen de relieve las aplicaciones inmediatas de los supuestos teóricos a problemas reales y concretos.

MAC IVER: *Teoría del gobierno*. Colección Semilla y Surco. Serie de Ciencia Política.

Lúcido ensayo sobre la organización—y los principios básicos en que ésta se funda—de la vida social en su más amplio sentido.

TAMAMES, RAMÓN: *La lucha contra los monopolios* (2.^a edición). Biblioteca Tecnos de Ciencias Económicas.

El problema crucial, para Latinoamérica y para España, afrontado aún más a fondo que en la primera edición.

LACOUTURE, JEAN: *El Vietnam entre dos paces*. Colección Tercer Mundo.

La obra pone de relieve el carácter sustancial, es decir, sudvietnamita,

de esta guerra obsesionante. Por supuesto, cabe considerar al Vietnam del Sur como mero escenario de lucha de potencias extranjeras y pretender ignorar la realidad, pero, después de este libro, resultarán difíciles interpretaciones simplistas o cínicas en esa línea.

ABELLAN, J. L.: *Ortega y Gasset en la Filosofía española*. Filosofía.

Un estudio que recoge ideas que estaban en el ambiente, que se respiraban, que hasta quizá se hayan sugerido en alguna tertulia de intelectuales, pero que indudablemente nunca habían sido formuladas por escrito con precisión y rigor; una auténtica "desmitologización" de Ortega.

Solicite información de nuestras publicaciones a su librero o a

EDITORIAL TECNOS, S. A., MADRID o BARCELONA

Revista del Instituto de Ciencias Sociales

(Diputación Provincial de Barcelona)

Director: JORGE XIFRA HERAS

Consejo de Redacción

A. CARRO MARTÍNEZ, J. DELGADO MARTÍN, L. GARCÍA ARIAS, L. GONZÁLEZ SEARA, E. LUÑO PEÑA, E. MUNNÉ MATAMALA, A. MUÑOZ ALONSO, C. RUIZ DEL CASTILLO, A. SABATER TOMÁS, A. SANVISENS MARFULL, D. SEVILLA ANDRÉS, J. TERRADAS BROSSA, J. TOMÁS VILLARROYA, P. VOLTES BOU.

P. D. BARDIS, S. DE GRAZIA, G. LEIBHOLZ, T. MARTINES, J. MEYNAUD, C. E. ROMERO, L. RECASENS SICHES, J. S. ROUCEK

Redacción y Administración: calle del Carmen, 47. BARCELONA-1

SUMARIO DEL NUMERO 7 (1966)

ESTUDIOS GENERALES:

DUSAN SIDJANSKI: *Aclaración en torno al proceso de decisión: decisiones cerradas y decisiones abiertas.*

ANDRÉ MARCHAL: *Región y desarrollo económico.*

O. K. FLECHTEIM: *Bases para una coexistencia pacífica: ¿ideología, utopía, futurología?*

A. PÉREZ BARÓ: *La Cooperación internacional en el año que llevaba su nombre.*

F. G. WILSON: *Consenso y Crisis.*

RAFAEL A. ARNAZ: *Aportación al estudio de las características de la civilización moderna.*

HISTORIA SOCIAL Y POLITICA DE ESPAÑA:

ALBERTO BOSCOLO: *Las instituciones barcelonesas de Cagliari en 1327.*

GIANCARLO SORGIA: *El Consejo Municipal de Cagliari y la reforma de Fernando el Católico en 1500.*

V. L. SIMÓ SANTONJA: *La Ley española de asilo en 1820.*

JOSEPH S. ROUCEK: *Papel de las minorías española y mexicana en la Historia de América.*

HISTORIA DEL PENSAMIENTO Y DE LAS ESTRUCTURAS POLITICAS:

F. KOLEGAR: *La "elite" y la "clase dirigente": contribuciones de Pareto y Mosca al análisis de la estructura social moderna.*

J. XIFRA HERAS: *El tradicionalismo de Burke.*

PANOS D. BARDIS: *Matrimonio y familia en el antiguo Egipto.*

INFORMES:

Congresos:

J. XIFRA y L. MARQUÉS: *La Semana Internacional de la Provincia.*

A. SABATER TOMÁS: *El III Congreso de las Naciones Unidas sobre prevención del delito y tratamiento del delincuente.*

Derecho político:

P. G. GRASSO: *La traducción del Derecho constitucional de P. Biscaretti.*

A. SANVISENS: *La "Introducción de la Política", de J. Xifra.*

O. K. FLECHTEIM: *El sentido de la Ciencia política en Alemania.*

Mundo Afroasiático.

J. M. VAN DER KROEF: *Movimientos nacionalistas y conflictos sociales en el Sudeste asiático.*

R. PAL MOHAN: *Aspectos del antiguo gobierno hindú.*

J. ZIEGLER: *La nueva clase dirigente en Africa.*

Economía y Sociología.

L. DESOJO AZNAR: *El valor en moneda del ser humano.*

A. SIMIRENKO: *Integración laboral de un grupo rural en una ciudad norteamericana.*

Necrológica:

WILHELM RÖPKE.

Revista Española de Documentación

(Trimestral)

Director: ALEJANDRO MUÑOZ ALONSO

Secretario: JUAN MAYOR SÁNCHEZ

Trata de ser la REVISTA ESPAÑOLA DE DOCUMENTACION una "colección ordenada y debidamente sistematizada, pero aspirando escrupulosamente a la objetividad más absoluta de hechos, de datos, de documentos". Se atiende en ella a todo fenómeno políticosocial de importancia y especialmente a los temas informativos y turísticos. Para los lectores españoles se intenta ofrecer un panorama del mundo entero, y cara al extranjero se quiere poner a su disposición un buen arsenal documental sobre las cuestiones españolas.

Sumario del número 4 (enero-marzo 1966)

ESTUDIOS DOCUMENTALES:

¿Hacia una sociología de las comunicaciones de masas?, por F. SANABRIA MARTÍN.

La R. A. I., por ALFONSO SANDOVAL ALVAREZ.

El Tratado de Roma y la Prensa europea, por J. A. Castro Fariñas.

NOTAS:

Comentarios sobre el derecho de la Prensa e Imprenta, por CARLOS FERNÁNDEZ LIÉBANA.

La información en el mundo moderno, por J. M. ROMERO DE TERREROS.
Escuelas norteamericanas de Periodismo.

BIBLIOGRAFIA:

Libros.

Revistas.

DOCUMENTOS:

Decretos complementarios de la Ley de Prensa.

Estatutos de la "Comunidad Europea de periodistas".

Constitución de la "Asociación para la educación en el Periodismo" en Norteamérica.

Redacción y Administración:

REVISTA ESPAÑOLA DE DOCUMENTACION, SERVICIO DE DOCUMENTACION, SECRETARIA GENERAL TECNICA, MINISTERIO DE INFORMACION Y TURISMO

Avda. Generalísimo, 39. MADRID.

Número suelto: España, 80 ptas.; extranjero, 1,5 dólares.

Suscripción anual: España, 300 ptas.; extranjero, 5,5 dólares.

Revista de Política Internacional

(Bimestral)

Presidente: JOSÉ MARÍA CORDERO TORRES

CAMILO BARCIA TRELLES, ALVARO ALONSO-CASTILLO, EMILIO BELADIEZ, EDUARDO BLANCO RODRÍGUEZ, GREGORIO BURGUEÑO ALVAREZ, JUAN MANUEL CASTRO RIAL, RODOLFO GIL BENUMEYA, ANTONIO DE LUNA GARCÍA, ENRIQUE LLOVET, ENRIQUE MANERA, LUIS GARCÍA ARIAS, CARMEN MARTÍN DE LA ESCALERA, JAIME MENÉNDEZ, BARTOLOMÉ MOSTAZA, FERNANDO MURILLO RUVIERA, JAIME OJEDA EISELEY, MARCELINO OREJA AGUIRRE, ROMÁN PERPIÑÁ GRAU, FERNANDO DE SALAS, JUAN DE ZAVALA CASTELLA.

SECRETARIO

JULIO COLA ALBERICH

SUMARIO DEL NUMERO 84 (marzo-abril 1966)

ESTUDIOS:

El diplomático profesional, por GONZALO PUENTE OJEA.

La sorprendente mediación soviética en Tashkent, por JACINTO MERCADAL.

La política exterior de la U. R. S. S. (1962-1965), por STEFAN GLEJDURA.

Nuevos rumbos en Africa, por JULIO COLA ALBERICH.

NOTAS:

El pacto islámico y la Liga Arabe ante los problemas del Golfo Pérsico, por RODOLFO GIL BENUMEYA.

La vida socialista del Islam, por FERNANDO FRADE.

Indonesia, país subdesarrollado (III), por LEANDRO RUBIO GARCÍA.

El riesgo de escalada atómica en Vietnam, por JESÚS SALGADO ALBA.

Cronología.—Sección bibliográfica.—Noticias de libros.—Revista de revistas.—Fichero de revistas.—Actividades.

DOCUMENTACION INTERNACIONAL:

La reforma de la Carta de la Organización de los Estados Americanos y la integración de Iberoamérica, por JOSÉ MARÍA CORDERO TORRES.

Precios de suscripción anual

Número suelto	70 ptas.
España	250 "
Portugal, Iberoamérica, Filipinas ...	300 "
Otros países	350 "

INSTITUTO DE ESTUDIOS POLITICOS

Plaza de la Marina Española, 8. MADRID (España)