

**Desde las distintas redes
provinciales**

Ochenta mil llamadas para una "encuesta telefónica" sin respuesta

Unas ochenta mil llamadas telefónicas se hicieron desde distintas sedes provinciales de Coalición Democrática, durante el primer tercio de la campaña electoral, con el doble propósito de realizar una encuesta y provocar el voto. La rareza de los resultados que se fueron acumulando, lo costoso de la operación y hasta la reacción airada de un buen número de los telefoneados hicieron desistir del propósito.

Al parecer, y tras un esfuerzo considerable, los responsables de la encuesta telefónica se encontraron con que un setenta y cinco por ciento de los comunicantes telefónicos aseguraron que estaban indecisos. Y las intenciones de voto que se obtenían eran tan paupérrimas para todos los partidos y coaliciones que, por fin, alguien llegó a la conclusión de que el método carecía del menor rigor científico y, por otra parte, se corría el riesgo de deteriorar la imagen de CD, ante la hostilidad manifiesta de muchas respuestas.

El responsable de la campaña, Javier Santamaría, procedente de la empresa privada ha aplicado sus métodos y su disciplina con absoluto rigor. En ese sentido las desviaciones respecto a las previsiones no han sido excesivas, aunque no se ha podido evitar durante los veinte días una auténtica «guerra de los gabinetes de prensa».

Pese a que todos los servicios fundamentales de CD se han ubicado en la sede de Acción Ciudadana Liberal, partido que capitanea José María de Areilza, Manuel Fraga ha enviado todas las informaciones de su campaña desde la antigua sede de Alianza Popular y Alfonso Osorio, por su parte, ha contado con una cobertura informativa escasa. Candidatos del partido del señor Osorio han manifestado insistentemente a EL PAÍS, su recelo a la hora de canalizar informaciones a través del gabinete de prensa de CD. Cuando se indaga sobre esta situación, las acusaciones de supuesta ineficacia, o presunta soberbia, han sido recíprocas entre los tres grupos que integran CD.

Por lo que hace al desarrollo de la campaña, se ha desarrollado a base de numerosos actos electorales, sin aglomeraciones y con asistencia generalmente buena de público. Teatros, cines y restaurantes han sido los locales utilizados por los candidatos de CD.