

La mujer en la campaña electoral: la experiencia española

Remedio Sánchez Ferriz

I. **E**N EL AÑO 1982, el seminario de Estudios de la Mujer, adscrito a la Universidad Autónoma de Madrid, organizó las II Jornadas de Investigación Interdisciplinaria sobre la Mujer y en el marco de las mismas tuvo lugar, entre otras, una Mesa Redonda sobre Sociología Política. Con tal motivo, y en dicha mesa, tuve ocasión de exponer algunas impresiones sobre la campaña electoral de 1977 y la consideración que la mujer tuvo en la misma. La justificación de tales reflexiones, que en parte se van a transcribir aquí, y su concreción a la campaña del 77, pese a que ya se habían realizado las segundas elecciones en el año 1979, creí encontrarla en las siguientes razones:

En primer lugar, por ser la campaña del 77 la primera ocasión, después de casi medio siglo, en que se celebraban unas elecciones libres y competidas.

En segundo lugar, y en concreto por lo que se refiere al electorado femenino, seguimos pensando que pudo haber tenido gran importancia en aquellas elecciones por:

- Constituir dicho electorado el 52,7 o/o del censo, como bien se destacó en los medios de comunicación social durante la campaña.
- La inexistencia, aun entonces, de un sistema democrático, parece que exigía una mayor atención para tales elecciones.

- Al fin y al cabo, aquellas elecciones fueron un claro ejemplo del fenómeno de la personalización y el liderazgo presente en el comportamiento político de los últimos años. No en vano han pasado a la historia como las elecciones comúnmente llamadas de los guapos".

En definitiva, de la observación de aquella campaña electoral pretendimos conocer la imagen que los partidos tenían sobre la mujer y, fundamentalmente, las imágenes que aquéllos transmitieron a ésta para tratar de obtener su voto.

II. Las dificultades de obtención del material, la propia complejidad y extraordinaria profusión de siglas que participaban en la oferta electoral y la consideración de los resultados de las elecciones nos ha llevado a una delimitación: se tratará de analizar tan sólo la propaganda de los 4 partidos parlamentarios mayoritarios sin perjuicio de que se hagan breves referencias a otras fuerzas, siempre en el ámbito de la Comunidad Valenciana, aunque las conclusiones nos parecen extensibles al resto del territorio nacional.

III. En las elecciones del 77, y, en concreto, en los grandes partidos estudiados, no cabe encontrar actitudes "feministas" propiamente dichas (lógico, al menos respecto del feminismo radical que excluye cualquier otra militancia). A lo sumo, y con carácter parcial (defensa de temas concretos), cabe señalar sólo al PCE como partido que de forma expresa y sistemática (no sólo en coyunturas "apropiadas", piénsese en las declaraciones de Carrillo en TV.) defiende concretas reivindicaciones del feminismo.

Por otra parte, como puede verse en la publicación de Concha Fagoage y Paloma Saavedra, la actitud de los grupos feministas ante las elecciones es:

- En general:
 - deseo de que hubiera una candidatura que ven difícil
 - rechazo de los partidos de derecha
 - en cuanto a los de izquierdas, y en tanto que incluyen reivindicaciones propias del feminismo, sólo parecen dispuestas a apoyarlos los grupos de doble militancia reconociendo, en todo caso, un cierto temor (y expectativa) ante la real actuación de partidos

socialistas y comunistas ya que

- si éstos incluyen aspectos importantes es más por la lucha de las propias mujeres y quizá también por oportunismo electoral que por la propia ideología del partido. En ese sentido, son interesantes las expresiones del documento comunista sobre la mujer en la URSS.

— Excepcionalmente:

- se presentan candidatas como tales feministas (no desde luego en los partidos estudiados). En el caso de 6 mujeres de la Asociación Catalana de la Dona incluidas en las listas de Esquerra de Catalunya.
- Otros grupos se pronuncian por la abstención como LAMAR y Colectivo Feminista.

Sin embargo, es evidente que la preocupación de los partidos estudiados, incluso los de izquierda, no lo es por el feminismo organizado sino por la mujer en general y su voto que es donde hemos centrado el tema. En este sentido, antes de entrar en las correspondientes campañas, recordaremos la conclusión de El País (25 mayo) sobre la mujer en el segundo sondeo realizado apenas si iniciaba la campaña: "El voto de la mujer favorecerá al centro y a la derecha". Este es un tópico quizá, en este caso, aparentemente respaldado por los resultados pero no por ello válido. Si la encuesta realizada ofrecía aquella conclusión no podía, desde luego, atribuirse a la condición femenina sino a otras complejas circunstancias.

IV. Emprendemos el análisis de la actitud de cada partido frente a la mujer deslindando los tres campos de observación: *mensajes de la propaganda, candidaturas femeninas y participación de éstas en las campañas*.

A. En el primer aspecto, AP y PC destacan ya, a simple vista, en su preocupación por la mujer frente al PSOE y UCD. Efectivamente, los cuatro partidos mencionados dedican a la mujer los siguientes medios de propaganda:

AP : 1 cartel específico para la mujer, (ambos incluidos también
 1 cartel específico para la familia, en prensa).
 1 anuncio de prensa dirigido al padre de familia.

PC : 1 cartel,

1 folleto,

1 pfo. en el programa electoral: "Los derechos de la mujer".

PSOE: 1 pfo. en el folleto sobre enseñanza: "La mujer tiene derecho al trabajo",

1 pfo. en el programa electoral ilustrado: "La defensa de los trabajadores",

1 pfo. en el programa electoral completo: "Los derechos de la mujer".

UCD: Sólo una carta dirigida a las electoras.

Con ser los dos primeros los que se asemejan por dar gran importancia al tema ocupan, sin embargo, los polos opuestos en cuanto a la imagen de mujer que pretende ofrecer para atraer votos. SIN EMBARGO, la imagen de AP es mucho más acabada, quizá por la mayor facilidad de expresar lo que ya existe respecto de una idea o proyecto futuro, deseable.

Efectivamente, se han citado los tres mensajes de AP porque todos inciden claramente en el tema: ofrece una imagen de mujer en el primero de ellos pero, a base del mensaje, se concentra en la institución familiar según la concepción tradicional (idea de autoridad y responsable de cabeza de familia). Ello es un punto de partida no sujeto a discusión que envuelve y condiciona a la mujer. La mujer representada en el cartel es la que sigue los dictados de la moda. Al compararla con la que presenta el cartel del PC, se observa que ésta va maquillada, bronceada, etc., aunque la estética femenina quiera ceder a la estética del trabajo (sudor en la frente). ¿Qué ofrece, pues, AP a esa mujer "arreglada", moderna? Su papel de cirujano, con un enfermero como auxiliar, sugiere la idea de PROMOCION SOCIAL, de EXITO SOCIAL (conceptos burgueses al fin y al cabo), espíritu competitivo que supone aquella promoción y, por lo tanto, individualismo frente a la solidaridad y unión que observamos en el cartel del PC.

Por lo que respecta al texto que se contiene en el cartel, viene presidido por su mensaje principal que es "la igualdad por encima del sexo", fórmula que varía significativamente la usual reivindicación feminista de "igualdad de sexos" y que revela el claro propósito de situarse por encima (al margen de los antagonismos de sexos, postura que parece congruente con el rechazo de la problemática que conlleva la teoría de la lucha de clases. El texto del cartel subraya la función emotiva del

mensaje: "AP quiere para tí Mujer: el reconocimiento legal y auténtico de un estado de igualdad en todos los ámbitos de la sociedad. Impulsar el acceso a la educación, la cultura y el trabajo sobre todo en los medios rurales. La promoción social y política a todos los niveles y la eliminación de toda clase de discriminación. Y el pleno reconocimiento de la importancia del trabajo en el hogar".

Es innegable que el papel de la mujer queda en lugar destacado tanto por el cartel como por el texto que contiene; pero, en todo caso, parece que sigue quedando circunscrita a las profesiones tradicionalmente "femeninas"; lo que, en este caso concreto y sin olvidar que el fin último de la propaganda es la captación de votos, puede dar resultados positivos y, por supuesto, produce un efecto estético siquiera negativo en el sentido de que se evita herir "sensiblemente" mentalidades bien arraigadas, diría yo, en buena parte del electorado.

Por lo que respecta al texto, en general, como otros muchos de esta campaña, resulta inapropiado por ser un mensaje sobrecargado, ya que pretende expresar demasiadas cosas. En todo caso, queda todo él resumido por el slogan de la campaña: "libertad e igualdad en orden", conclusión de lo que AP "*quiere* para tí Mujer". Esta última expresión, subrayada, parece indicar el papel un tanto autoritario que se reserva el emisor del mensaje.

En segundo lugar, AP dedica un cartel a la familia en el que también podemos observar el papel de la mujer en la misma y que, de algún modo, confirma las conclusiones ya apuntadas. Dicho cartel se encabeza con la frase "la familia necesita seguridad" y, como en el caso anterior, sigue diciendo "AP quiere para tu familia . . .", concluyendo el amplio mensaje que a continuación se verá con la idea de "libertad y seguridad con bienestar". También, en este caso, el texto del cartel es excesivo y recurre a frases bien conocidas por el electorado por ser de utilización común en las promesas políticas y aun en la publicidad comercial. El texto dice así: "El respeto, la protección y la ayuda que el concepto cristiano exige para esta situación. Otorgados no sólo por su valor moral sino por estricta justicia. Una política de vivienda que acabe de una vez con la especulación del suelo y el chabolismo. Que facilite a los nuevos matrimonios y a las clases más débiles la adquisición de hogares que les permita vivir con dignidad. Y una seguridad social eficaz e igual para todos los españoles".

Pero, volviendo a la imagen que dicho cartel nos da de la mujer, habría que recordar algo del mismo. Se trataba de un paisaje cultural,

verde, propio de la estación primaveral, en el que apenas se distinguen indicios de la civilización urbana y en cuyo marco, noble y bello, destaca la presencia de una familia compuesta de padres, hijo e hija disfrutando de la serenidad del ambiente. Ahora bien, en tal unidad familiar los papeles parece que están perfectamente distribuidos en función del sexo: los cuatro miembros forman un núcleo armonioso en el que se observa, no obstante, una clara distinción entre la madre que contempla y disfruta de las flores, siendo imitada por la hija, y el padre e hijo que juegan con el perro dando sensación de dinamismo y alegría. La función del padre de familia queda rematada, y se confirma en algún anuncio publicado en prensa en los espacios de propaganda electoral en el que se lee: "padre de familia, si quieres seguridad para ti y los tuyos . . .".

Por lo que respecta a los mensajes utilizados por el PC y en concreto a sus carteles, a diferencia de los dos ya mencionados de AP, de técnica realista con profusa utilización del colorido, el que el partido comunista dedica a la mujer es totalmente opuesto: montado en papel de grano grueso que produce un efecto de distanciamiento con el objeto del mensaje, no hay en él grandes efectos de color ni maquillaje, perceptible al menos, en el rostro de la mujer joven que destaca en primer plano con expresión muy decidida. Pero, aunque ésta destaque, hay que observar que se halla formando parte de un GRUPO de mujeres que, a la vez, parece formar parte de una muchedumbre de grandes proporciones. Con ello parece que se está queriendo resaltar el valor de la UNION y de la SOLIDARIDAD. Pero además debe también subrayarse el mensaje que dicho cartel contiene: "Partido Comunista de España, el Partido de la Liberación de la mujer".

La idea de liberación cuadra perfectamente con los planteamientos del partido a que ahora nos referimos y sobrentiende la situación preexistente de opresión general y, en particular, para la mujer. Pero, también hemos subrayado la inserción en grupo que el cartel parece mostrar, y su significado para los valores de unión y solidaridad, porque si las mujeres son las protagonistas de su liberación, y así se las sitúa en plano destacado, lo son, sin embargo, a través del partido que, como se desprende del mensaje transcrito, se reserva un puesto privilegiado.

Por ello, no parece que este cartel tenga tanto un sentido o mensaje igualitario cuanto el propósito de llamar la atención del electorado femenino sobre la posición del partido. Parece, por tanto, que el verdadero sentido democrático y de igualdad se manifiesta con mayor nitidez en el cartel general del PC (de vocación universal) en que, con el lema "quere-

mos democracia para todos los españoles", aparece una pareja en expresión muy dinámica y en posición de igualdad.

Sin embargo, donde realmente emprende el PC el tratamiento de los problemas de la mujer es el folleto que expresamente dedica a ésta y que en la región valenciana adoptó la forma de tríptico el carácter expreso de algunas de las reivindicaciones feministas le coloca como el único partido de los estudiados que se acerca a los movimientos feministas y el único, por lo tanto, que cabe comparar con las posturas adoptadas en este sentido por los partidos minoritarios de extrema izquierda. Con todo y aparte las medidas concretas que se proponen sobre aborto, divorcio, no discriminación en el trabajo, educación igual . . . , el PC, como también el PSOE, mantiene una actitud evasiva con las cuestiones que realmente pudieran ser revolucionarias como si prefiriera sugerir, a través de la forma interrogativa, a denunciar abiertamente la institución como fuente de opresión: por ejemplo, ¿la familia no es de todos? Algo semejante se observa con el tema de la sexualidad que prefiere no abordar abiertamente.

El folleto, en general, mantiene la imagen y las conclusiones ya apuntadas sobre el cartel. Su portada sigue la técnica de los carteles: representa a una trabajadora, pero, frente a lo que hemos dicho sobre AP, es una trabajadora con profesión tecnológica, se aparta de la noción común y corriente del trabajo "femenino". También se diferencia de la técnica autoritaria de AP en que manteniendo una cierta *ambigüedad en la expresión* mujer (unas veces receptora, otras, emisora: "queremos" repite refiriéndose tanto al partido como a las mujeres) logra concluir que la libertad de la mujer se lleva a cabo en el partido, que este mismo se expresa a través de sus mujeres. En conclusión, pues, destacan los siguientes puntos:

- Papel liberador del partido
- Definición de la postura del partido sobre: legalización del aborto y anticonceptivos, divorcio, matrimonio civil como única figura jurídica, igualdad ante la ley y "puesta en libertad de todas las mujeres encarceladas por motivo de esas leyes . . .", etc.

Temas estos que se desarrollan en el programa electoral al referirse a "los derechos de la mujer, pero que no agotan los tratados en tal punto sino que se incluyen además otros; pues el PC cuida mucho de no recoger tan sólo las reivindicaciones feministas. De ahí, las referencias al trabajo y a las reivindicaciones de tipo económico desarrolladas por los movi-

mientos de amas de casa con referencias concretas al fraude fiscal, urbanístico, al paro, etc., como si todo ello viniera a aumentar la opresión familiar sobre la mujer, con lo que la posición del partido parece hacer alguna concesión a la realidad sociológica.

Por su parte, el PSOE no ha dedicado cartel ni folleto específico para la mujer, pero tampoco ha soslayado el tema: lo ha vinculado a otros, a la educación y al trabajo. Sólo que se niega a hacer proposiciones demasiado precisas y recurre a la generalidad, de modo que con fórmulas anónimas parece referirse siempre a todos en general, situando el tema de la mujer como uno más entre tantos otros. No se habla directamente a la mujer, sus referencias se hacen en tercera persona. Si no se niega la discriminación de la mujer y la opresión que sufre sí se observa, sin embargo, que su problemática se inserta en la lucha general de los trabajadores. Además, se percibe la intención de no confundir la lucha feminista con el programa del PSOE. En este sentido, es reveladora la frase final del párrafo dedicado a "la defensa de los trabajadores": "... aunque (el PSOE) reconoce que es a cada mujer a quien corresponde el papel de protagonista en su propia liberación". Esta se presenta, pues, como una tarea individual sin aludirse, como parece hacer el PC, a la necesidad de unión y solidaridad de las mujeres.

Por último, UCD se distingue de todos en medios, mensaje, estrategia y hasta momento dentro de la campaña. Es el único partido que no dirige mensaje particular a las mujeres: sitúa a todos los españoles en la misma posición. Suárez se dirige al elector o electora como a "usted". La presencia de la mujer entre los destinatarios no queda olvidada sólo que se trata de llegar a ella rehuyendo las controversias, rehuyendo sus temas más conflictivos y a través de un candidato "encantador".

Pero, además, no hay que olvidar que días antes de la elección se concedió un interés particular al electorado femenino al enviar una carta personal de Suárez a cada electora. En dicha carta se mantenía y confirmaban los caracteres generales de la campaña que gira toda ella en torno a la figura del líder. En efecto, según se desprende de la campaña y de la carta, Suárez es:

- hombre fiel, que representa la estabilidad, honesto, que reconoce su vocación política.
- como marido y padre, conoce los problemas de la mujer a la que ha querido hablar en su propio hogar, fuera de las discusiones callejeras; pero tales problemas, como la igualdad, son cuestiones

que sólo llegan a insinuarse como sabidas y comprendidas por ambos confidentes, pequeñas cuestiones en definitiva que no hay que exagerar.

La figura principal, incluso en la carta, que más parece una carta de presentación que de reivindicación de la mujer, sigue siendo Suárez.

A modo de recapitulación, deben recordarse los siguientes aspectos:

a) imagen que de la mujer ofrece cada partido: *AP* quiere el mantenimiento de la familia tradicional aunque con declaración de igualdad y de promoción para la mujer; promete el orden y ofrece la seguridad de que nada lo romperá. Para el *PC*, la mujer está oprimida y es el partido quien puede liberarla si acude a él. Para el *PSOE*, la mujer se liberará gradualmente en la medida en que lucha no contra el hombre sino por un cambio de las estructuras sociales. *UCD* conoce las preocupaciones de la mujer pero ésta debe seguir confiando en el candidato honesto y educado que ya ha empezado a cambiar todo para mejor.

b) sectores en que pudo arraigar esta propaganda: *AP* y *PC* no hacen sino ser fieles a su electorado previo. La propaganda pudo captar nuevos votos pero pocos porque sus mensajes son extraordinariamente polarizados y definidos para un tipo de mujer. El *PSOE* parece que puede atraer a la mujer del mismo modo que al hombre no por su propaganda específica sino por su programa en general. En este sentido, es el más democrático si cabe llamarlo así: todos somos iguales por lo que no hay que pensar en la mujer como ser o votante distinto. En cuanto a *UCD*, siéndole aplicable la misma idea que acabamos de apuntar para el *PSOE*, rompe su silencio en los últimos días y, a través de la mencionada carta, ha podido captar buena parte del electorado indeciso.

En los dos últimos casos, también la personalización en el líder permite a una mayoría de mujeres centrar su atención, deslindar sus múltiples imágenes y reaccionar ante la abrumadora propaganda de decenas de siglas, fijando la atención en uno u otro hombre. Quizá sin proponérselo, no lo sé, los dos grandes partidos han conseguido una propaganda veladamente femenina.

c) Esfuerzos, en general, de cada partido dirigidos a la mujer: salvando la última mención a los dos grandes partidos, es claro que curiosamente son *AP* y *PC* los que más se acercan, a diferencia de los otros dos,

en el tratamiento del tema que nos ocupa. Uno y otro dan charlas para mujeres, ya específicas (por ejemplo, la conferencia del candidato a Senador por Valencia, Izquierdo, sobre "la mujer en las elecciones") ya insertas en exposiciones programáticas generales (discursos electorales) en que normalmente se reserva el tiempo para que (las candidatas, por lo general) expongan con brevedad la cuestión de la mujer.

No obstante, en mi opinión, lo que destaca es la mención expresa que los líderes de ambos partidos hacen en momentos decisivos aun contando con escaso tiempo. Por ejemplo, las intervenciones hechas en TVE en el momento de cierre de la campaña: "... mejor consideración de la mujer y ayuda a los marginados ..." será una de las frases pronunciadas por Fraga y también, por lo que respecta a Carrillo, cabe encontrar en su intervención referencias expresas a la mujer, aborto, divorcio ...

Junto a la imagen de la mujer ofrecida por los carteles y otros medios de captación aquí mencionados, hemos de hacer una breve referencia a las *candidaturas* y a la *participación* de las mujeres en la *campaña* de su respectivo partido. Aunque contamos sólo con los datos que el recurso a la prensa nos ha facilitado, parece que podríamos analizar ambos aspectos al mismo tiempo porque la conclusión no varía: la referencia en cifras generales es de sobra conocida como también la ínfima participación de la mujer:

- de 4.467 candidatos al Congreso, sólo 614 son mujeres.
- de 876 candidatos al Senado, 33 son mujeres.

Es importante, sin embargo, la distribución entre partidos, donde sí se impone una referencia a los minoritarios; porque debe recordarse que, en términos relativos, estos sí conceden un papel relevante a la mujer respecto de los mayoritarios y, en concreto, los de extrema izquierda incluyen expresiones francamente revolucionarias y típicas del feminismo. Por lo que respecta a los partidos aquí estudiados:

A. AP: Candidaturas en las que no aparece ninguna mujer: Avila, Badajoz, Burgos, Ciudad Real, Cuenca, Guadalajara, Huesca, Logroño, Navarra, Las Palmas, Segovia, Soria, Teruel y Zamora.

Listas encabezadas por una mujer: Alicante (S), Cádiz (C), La Coruña (C) y Palencia (S).

Listas en que aparecen mujeres con expresión de la posición de las

mismas dentro del número total de las listas: Alava (segundo lugar en una lista de 4), Albacete (tercero sobre 4), Alicante (séptimo sobre 9), Almería (segundo sobre 5), Asturias (cuarto y sexto sobre 10), Barcelona (12o. y 3o. sobre 3), Cáceres (3o. sobre 5), Castellón (3o. sobre 5), Córdoba (4o. sobre 7), Gerona (4o. sobre 5), Granada (5o. sobre 7), Huelva (4o. sobre 5), Jaén (4o. sobre 7), León (5o. sobre 6), Lérida (3o. sobre 4), Madrid (17o., 22o., 23o., 28 sobre 32), Málaga (4o. sobre 7), Murcia (4o. sobre 8), Orense (3o. sobre 5), Mallorca (4o. sobre 6), Pontevedra (7o. sobre 8), Salamanca (4o. sobre 4), Santander (3o. sobre 5), Sevilla (7o. sobre 12), Tarragona (5o. sobre 5), Tenerife (6o. sobre 9), Toledo (4o. sobre 5), Valencia (2o., 6o., 8o., 12o., sobre 15), Valladolid (2o. sobre 5), Vizcaya (7o. sobre 10), Zaragoza (4o. sobre 8).

B. *PC*: Candidaturas en las que no aparece mujer alguna: Alava, Albacete, Avila, Burgos, Castellón, Guadalajara, Huelva, Huesca, Navarra, Valencia, Santander, Segovia, Tarragona, Teruel y Zamora.

Listas encabezadas por una mujer: Alicante, Asturias, Palma de Mallorca y Salamanca (todas ellas referidas al Congreso y conteniendo las tres primeras otra mujer a lo largo de la lista). También Toledo, en la que se presenta una mujer al Senado.

Listas en que aparecen mujeres con expresión de su posición en el número total como hemos hecho para el caso anterior: Almería (3o. sobre 5), Badajoz (4o. sobre 7), Barcelona (7o., 10o., 14o., 24o., 28o., 31o. y 33o. sobre 33), Cáceres (4o. sobre 5), Cádiz (7o. sobre 8), Ciudad Real (2o. sobre 8), Córdoba (6o. sobre 7), La Coruña (4o. y 5o. sobre 8), Cuenca (2o. sobre 4), Gerona (4o. sobre 5), Granada (5o. sobre ?), Guipúzcoa (4o. sobre 7), Jaén (4o. sobre 7), León (5o. sobre 6), Lérida (3o. sobre 3), Logroño (4o. sobre 4), Lugo (5o. sobre 5), Madrid (6o., 9o., 16o., 23o., 24o., 25o., 26o., 28o., 29o. sobre 32), Málaga (2o. sobre 8), Murcia (5o. sobre 8), Orense (4o. sobre 5), Las Palmas (5o. sobre 6), Pontevedra (5o. sobre 8), Sevilla (6o. y 7o. sobre 12), Soria (2o. sobre 3), Tenerife (7o. sobre 10), Valencia (6o., 12o., 13o. y 14o. sobre 16), Valladolid (5o. sobre 5), Vizcaya (5o. sobre 10), Zaragoza (5o. y 6o. sobre 8).

C. *PSOE*: Candidaturas que no contienen mujer: Alava, Albacete, Avila, Huesca, León, Lugo, Orense, Palma de Mallorca, Palencia, Las Palmas, Salamanca, Santander, Segovia, Soria, Teruel, Valladolid, Vizcaya y Zamora.

Listas encabezadas por mujer: ninguna.

Listas en que aparecen mujeres con los datos que para los otros partidos ya se han expresado: Alicante (3o., 4o. y 7o. sobre 11), Almería (2o. sobre 5), Asturias (5o. sobre 10), Barcelona (9o., 15o., 19o. y 30o. sobre 33), Burgos (4o. sobre 4), Cáceres (2o. sobre 5), Cádiz (6o. sobre 8), Castellón (2o. y 6o. sobre 7), Ciudad Real (4o. sobre 5), Córdoba (4o. sobre 7), La Coruña (4o. sobre 9), Cuenca (la única mujer presentada es al Senado), Gerona (2o. sobre 5), Granada (2o. sobre 7), Guadalajara (3o. sobre 3), Guipúzcoa (6o. sobre 7), Huelva (4o. sobre 5), Jaén (7o. sobre 7), Lérida (4o. sobre 4), Logroño (4o. sobre 4), Madrid (5o., 11o., 20o., 22o., 28o. y 32o. sobre 32), Málaga (6o. sobre 9), Murcia (5o. sobre 8), Navarra (3o. sobre 5), Pontevedra (3o. y 6o. sobre 8), Sevilla (5o. y 6o. sobre ?), Tarragona (4o. sobre 5), Tenerife (6o. sobre 8), Toledo (4o. sobre 5), Valencia (10o. sobre 15), Zaragoza (4o. y 8o. sobre 8).

D. UCD: Candidaturas en las que no aparece ninguna mujer: Almería, Asturias, Avila, Burgos, Cádiz, Castellón, Ciudad Real, Córdoba, Guadalajara, Huelva, Huesca, Jaén, León, Lérida, Logroño, Lugo, Navarra, Orense, Palma de Mallorca, Palencia, Salamanca, Santander, Soria, Teruel, Toledo y Zamora.

Listas encabezadas por una mujer: Tenerife al Senado.

Listas en que aparecen mujeres con los datos que para los otros partidos ya se han expresado: Alicante (6o., 7o. sobre 11), Badajoz (4o. sobre 7), Barcelona (3o. sobre 33), Cáceres (5o. sobre ?), La Coruña (4o. sobre 9), Cuenca (4o. sobre 6), Gerona (3o. sobre 5), Granada (3o. sobre 5), Madrid (23o. y 31o. sobre 32; también contiene una candidatura femenina para el Senado), Málaga (7o. sobre 9), Murcia (7o. sobre 8), Las Palmas (6o. sobre 6), Pontevedra (6o. sobre 8), Santander (3o. sobre 3), Sevilla (4o. y 11o. sobre 12), Tarragona (3o. sobre 5), Tenerife (5o. y 6o. sobre 8), Valencia (14o. sobre 15), Valladolid (3o. sobre 5), Vizcaya (9o. sobre 11), Zaragoza (4o., 5o. y 6o. sobre 8).

En conclusión pues:

	AP	PC	PSOE	UCD
Mujeres que encabezan lista	2 C 2 S.	4 C. 1 S.	— 1 S.	— 1 S.
Circunscrip. en que aparece alguna mujer en la 1a. mitad lista (Congreso)	8	9	13	3
Sin mujer alguna	14	15	18	26

En este cuadro, por último, cabe también resumir la evaluación global de las intervenciones de las candidatas en los discursos electorales y mítines. Esto es, dentro del marco aquí descrito PSOE y PC destacan por la real intervención de sus mujeres tanto en lo relativo al número de intervenciones como al contenido de las mismas que no se circunscriben a temas femeninos. Tampoco suele circunscribirse a estos temas las intervenciones de las candidatas de UCD aunque son bien pocas. Un punto en común de PC con AP es la organización de charlas, discursos, etc. destinados exclusivamente a mujeres, aunque en el caso de AP, sus candidatas no asisten solas, sino siempre con varios candidatos. En este partido cabe encontrar una cierta contradicción al comparar su insistencia propagandística en la promoción de la mujer y su desconfianza para dejar en manos de sus candidatas la realización de actividades políticas (*).

(*) Las abreviaturas usadas en este trabajo para la designación de los partidos que se estudian son: *AP*, esto es, Alianza Popular o Partido conservador español, cuyo líder es D. Manuel Fraga; *PC*, Partido Comunista Español, con el Sr. Carrillo a la cabeza; *PSOE*, Partido Socialista Obrero Español, con Felipe Gonzales como líder; y, por último, *UCD*, Unión de Centro Democrático o Partido que pretende representar al Centro, con Adolfo Suárez a su frente y ganador de las primeras elecciones democráticas aquí estudiadas.