

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CIUDAD JUÁREZ

---

ISSN 0188-9834  
ISSN electrónico: 2395-8669

# nóesis

---

REVISTA DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES

VOL. 25  
NÚMERO

49

NUEVA ÉPOCA

ENERO - JUNIO

2016



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CIUDAD JUÁREZ

Nóesis. Revista de Ciencias Sociales y Humanidades  
del Instituto de Ciencias Sociales y Administración

Ricardo Duarte Jáquez  
*Rector*

David Ramírez Perea  
*Secretario General*

Juan Ignacio Camargo Nassar  
*Director del Instituto de Ciencias  
Sociales y Administración*

Manuel Loera de la Rosa  
*Secretario Académico*

Ramón Chavira Chavira  
*Director General de Difusión Cultural  
y Divulgación Científica*

Isaac Leobardo Sánchez Juárez  
*Director General*

Mayola Renova González  
*Subdirectora de Publicaciones*

Mayela Rodríguez Ríos  
*Asistente Editorial*

Karla María Rascón González  
*Diseño de interiores y portada*

*Comité Editorial:*

Dra. Myrna Limas Hernández  
Dr. Héctor Padilla Delgado  
Dr. Luis Gutiérrez Casas

*Consejo Editorial:*

Dr. Nicasio Urbina Guerrero  
*Universidad de Cincinnati*  
Dr. Bernardo Guerrero Jiménez  
*Universidad Arturo Prat*  
Dr. José María Fernández Batanero  
*Universidad de Sevilla*  
Dr. Miguel Mujica Areurma  
*Universidad de Carabobo*  
Dr. Adrian Rodríguez Miranda  
*Universidad de la República Uruguay*  
Dra. Araceli Almaraz  
*El Colegio de la Frontera Norte*  
Dr. Rafael Perez-Taylor  
*Universidad Nacional Autónoma de México*  
Dr. Franco Savarino Roggero  
*Escuela Nacional de Antropología e Historia*  
Dr. Gerardo Esquivel  
*El Colegio de México*

APOYADO CON RECURSOS PIFI

*Nóesis*

Volumen 25, número 49, enero-junio 2016, es una publicación semestral editada por la Universidad Autónoma de Ciudad Juárez, a través del Instituto de Ciencias Sociales y Administración de la UACJ. Redacción: Avenida Universidad y H. Colegio Militar (zona Chamizal) s/n. C.P. 32300 Ciudad Juárez, Chihuahua. Para correspondencia referente a la revista, comunicarse al teléfono: (656) 688-21-00 ext. 3759; o bien escribir a los siguientes correos electrónicos: noesis@uacj.mx y/o mayordri@uacj.mx.

Editor responsable: Isaac Leobardo Sánchez Juárez. ISSN: 0188-9834/ISSN electrónico: 2395-8669. Impresa por Imprenta Universitaria, ubicada en edificio R, campus ICB, en Av. Hermanos Escobar y Av. Plutarco Elías Calles, zona Pronaf, C.P. 32310, Ciudad Juárez, Chihuahua, México. Distribuidor: Subdirección de Gestión de Proyectos y Marketing Editorial. Avenida Plutarco Elías Calles #1210, Fovissste Chamizal, C.P. 32310. Ciudad Juárez, Chihuahua. Este número se terminó de imprimir en marzo de 2016 con un tiraje de 500 ejemplares.

Hecho en México / Printed in Mexico

© UACJ

*Permisos para otros usos:* el propietario de los derechos no permite utilizar copias para distribución en general, promociones, la creación de nuevos trabajos o reventa. Para estos propósitos, dirigirse a *Nóesis*.

*Nóesis:* Revista de Ciencias Sociales y Humanidades/Universidad Autónoma de Ciudad Juárez, Instituto de Ciencias Sociales y Administración, núm. 1, vol. 1 (noviembre, 1988). Ciudad Juárez, Chih.: UACJ, 1988.

**Semestral**

Descripción basada en: núm. 19, vol. 9 (julio/diciembre, 1997)  
Publicada anteriormente como: Revista de la Dirección General de Investigación y Posgrado.

ISSN: 0188—9834

- 1. Ciencias Sociales-Publicaciones periódicas
- 2. Ciencias Sociales-México-Publicaciones periódicas
- 3. Humanidades-Publicaciones periódicas
- 4. Humanidades-México-Publicaciones periódicas

H8.S6. N64 1997  
300.05. N64 1997

Los manuscritos propuestos para publicación en esta revista deberán ser inéditos y no haber sido sometidos a consideración a otras revistas simultáneamente. Al enviar los manuscritos y ser aceptados para su publicación, los autores aceptan que todos los derechos se transfieren a *Nóesis*, quien se reserva los de reproducción y distribución, ya sean fotográficos, en micropelícula, electrónicos o cualquier otro medio, y no podrán ser utilizados sin permiso por escrito de *Nóesis*. Véase además normas para autores.

# Contenido

## 7 ABSTRACTS

### MULTIDISCIPLINARIO DE CIENCIAS SOCIALES

- 13 *Public finance and monetary policies as economic stabilizer: unique or universal across countries?*  
Arwiphawee Srithongrun

- 47 *Caracterización de las mujeres en la política hoy: un estudio en la ciudad de México*  
Anna María Fernández Poncela

- 69 *Pobreza, "cuestión social" y su enfrentamiento*  
Carlos Eduardo Montaña Barreto

- 99 *El entorno cotidiano, la estética kitsch y su relación con los diseños*  
José de Jesus Flores Figueroa/César Omar Balderrama  
Armendáriz/Germán Aguilera Ampudia

### MULTIDISCIPLINARIO DE HUMANIDADES

- 123 *Las subdelegaciones novogalaicas en los gobiernos de los intendentes Villaurrutia y Ugarte y Loyola. Problemas solventados.*  
José Antonio Gutiérrez Gutiérrez

- 161 *Luis G. Urbina, la definición de un género literario*  
Ernesto Emiliano Romero

- 181 *La imagen de la mujer caída en algunas obras de la literatura mexicana*  
Martha Elena Munguía Zatarain

- 205 *Alejandro Morales y la fuga mística del caos*  
Roberto Sánchez Benítez

- 227 *Padre Carolus di Spinola, Sacerdote Jesuita (1564-1622): el primer modelo de vida del Padre Eusebio Francisco Kino (1645-1711)*  
Peter Horwath

## RESUMEN

Este texto revisa las percepciones y opiniones de la población de la ciudad de México hacia las mujeres candidatas y políticas. Se trata de una mirada desde la ciudadanía a través de una encuesta sobre el tema. Los resultados indican una ruptura o cuestionamiento de algunos estereotipos.

*Palabras clave: Percepciones, Opiniones, Candidatas, Políticas, Ciudad De México.*

## ABSTRACT

This is the perceptions and opinions reviews of the population of Mexico city about women candidates and politicians. It's a look from the citizenship through a survey on the point. The results indicate a rupture or questioning of some stereotypes.

*Keywords: Perceptions, Opinions, Candidates, Women Political, México City.*

# Caracterización de las mujeres en la política hoy: un estudio en la ciudad de México

## One characterization women political today: a Mexico city research

---

*Anna María Fernández Poncela<sup>1</sup>*

---

- 1 Nacionalidad: Mexicana. Grado: Doctora en Antropología cultural. Especialización: Participación y cultura política. Adscripción: Universidad Autónoma Metropolitana/ Xochimilco, México DF. Correo electrónico: fpam1721@correo.xoc.uam.mx

Fecha de recepción: 01 de septiembre de 2013  
Fecha de aceptación: 17 de noviembre de 2014

## ***I.-Para iniciar***

¿Es posible hablar de un nuevo sentido común que admite nuevos roles para las mujeres en la arena pública? ¿Qué opina la sociedad de la creciente presencia de mujeres en la política? (Blondet, 1999:5).

En últimas fechas se han incrementado los estudios sobre las mujeres en la política, el en mundo y en México, en especial aquellos que se circunscriben a una revisión cuantitativa de su presencia en la misma, sus características, las legislaciones y políticas afirmativas, esto es, aquello que tiene que ver con el espacio político formal y sus protagonistas. Y esto se realiza desde la óptica de expertas investigadoras o a partir de acercamientos periodísticos.

El presente trabajo constituye una revisión en torno a la caracterización ciudadana de las mujeres en la política —centrándonos en la mirada de la población—, tanto como candidatas, como en el ejercicio de un puesto político. Para ello se emplean los datos de una encuesta realizada en la ciudad de México en la primavera del año 2012 —justo antes del inicio de las campañas electorales— que pretendía entre otras cosas, recabar la visión de las personas, esto es, sus percepciones, opiniones y valoraciones acerca de las mujeres políticas, como candidatas en campaña y en el ejercicio de un cargo —como se dijo—. Es la ciudadanía quien se pronuncia y opina, la que aporta representaciones e imaginarios, ofrece sus ojos y su habla, su comprensión e interpretación, para ilustrar el tema que nos ocupa. Si bien es cierto que no hay que obviar que lo anterior lo hace como respuesta a un requerimiento, motivada por una técnica de investigación aplicada y dirigida a obtener información.

Las percepciones ciudadanas son un acercamiento no muy profundizado en algunos aspectos y que ha dado lugar a especulaciones y generalizaciones en ocasiones, y que aquí juzgamos de significativo para observar la cultura política y la opinión pública ciudadana sobre la percepción de las mujeres políticas en México y en nuestros días, más allá de discursos políticos o reflexiones académicas, o incluso estereo-

tipos<sup>1</sup> sobre los cuales todo mundo bebe —políticos/as, periodistas, líderes de opinión, académicas/os, etcétera (Fernández Poncela, 2012).

Curioso es cómo las mujeres avanzan como candidatas y como políticas en un cargo, curioso cómo esto tiene lugar con el apoyo de legislaciones electorales y resoluciones judiciales, y curioso también cómo estamos en un momento en el cual escuchamos los discursos de lo políticamente correcto —la igualdad en la participación de hombres y mujeres en la arena política— sobre el tema intercalados con algunas viejas prácticas sobre el mismo —propuestas de candidaturas que no cumplen con la ley u órganos electorales que lo permiten— (Fernández Poncela, 2013). Sin embargo, todo ello está en el espacio político formal, pues aunque la política sea por supuesto toda relación de poder en todo tiempo y espacio, lo anteriormente mencionado se circunscribe a las y los actores e instituciones implicadas en el organigrama de lo que podríamos denominar política formal o institucional.

Sin embargo, lo que aquí queremos observar y ahondar a lo largo de estas páginas es la mirada de la gente, las y los ciudadanos y electores, quienes no están directamente implicados en el ámbito anterior, pero que también participan, tienen sus percepciones y actitudes hacia el mismo, ven y piensan sobre la clase política, sienten y resienten

1 Se define inicialmente como una preconcepción generalizada, parte del proceso mental que organiza la información recibida, simplifica el entendimiento para aprehender el ambiente social, predecir acontecimientos, formar categorías sociales, económicas, hacer más sencilla la percepción de la realidad, construcciones, generalizaciones. Su función es cognitiva, perceptiva y de categorización. Es idea, imagen mental simplificada, conjunto de creencias sobre atributos asignados a un grupo. Aceptados culturalmente, aprendidos, sociales y compartidos. Originan tradiciones culturales. Una forma económica y simplificada de la percepción y categorización rígida y falsa o inexacta de la realidad. Constructos cognitivos que rigen interacciones grupales. Creencias exageradas para justificar y racionalizar la conducta en general (Allport, 1968; Huici, 1996; Lippmann, 2003), incluso acciones contra personas y grupos sociales” (Fernández Poncela, 2011:318). “Así los “estereotipos de género” son la adjudicación sociocultural de ciertas características diferenciales construidas a partir de su sexo, actitudes y valores histórica y socialmente construidos. Un conjunto de características físicas y psicológicas. En el caso del género femenino suelen reducir la autoestima personal y valoración social y pública, además de ser una suerte de etiquetas de cómo se debe ser (Santorio, 1969; González, 1999; Fernández Poncela, 2002; Cook y Cusack, 2011)” (Fernández Poncela, 2011:318-9).

decisiones y acciones, por lo que consideramos oportuno recabar y reflexionar en torno a su visión y concepción hacia la misma. En especial, y como se dijo, en el sujeto de estudio de este texto: las mujeres políticas.

## **II.-Objetivos y metodología**

Aquí nos centraremos en la caracterización de las mujeres candidatas, la adjudicación de rasgos, la consideración de dificultades y obstáculos, así como temáticas y valores que incluyen en sus discursos de campaña, y las críticas de las cuales son objeto. Por otra parte, y ya como actoras de la política en puestos en la misma, la percepción de estilos diferentes de ejercicio político en comparación con los hombres, así como la contrastación en cuanto a liderazgo y los temas que ellas consideran más importantes. Todo ello, como se mencionó a través de los resultados de una encuesta realizada ex profeso.

Entre los principales hallazgos de la misma, además y por supuesto de la información descriptiva que ofrece sobre un tema poco estudiado, es cómo rompe estereotipos que quizás están, por lo menos en este caso de estudio, más en la mente de quien investiga los espacios académicos —y me atrevería a decir que también los ámbitos de la política— que entre la población en general, cuya mirada es más abierta y actualizada.

La encuesta tiene un tamaño de muestra de 600 casos con una confiabilidad de 95% y margen de error  $\pm 4$ . Se trata de una muestra no probabilística y por cuotas establecidas bajo el criterio no de reflejar la población de la ciudad de México *perse*, sino la posibilidad de realizar comparaciones por sexo y edad y con ello obtener tendencias. Por lo que las inferencias que aquí realizamos son sobre la muestra, no sobre el universo, o sea de la población. Su aplicación tuvo lugar en el mes de abril del 2012 y se realizó en el Zócalo de la ciudad.<sup>2</sup> Para obtener una ampliación de la composición concreta de la muestra véase

2 Por tratarse éste de un punto de afluencia donde convergen personas de todos los sectores sociales, niveles escolares y delegaciones políticas de la urbe.



cuadros finales.<sup>3</sup> Asimismo, en ocasiones se realiza una comparación con una encuesta de otra ciudad latinoamericana, Buenos Aires, con el único objeto de tener otro caso para contrastar.<sup>4</sup>

### *III.-Rasgos de las mujeres candidatas*

Una interrogante de la encuesta apunta hacia los rasgos o atributos que se cree favorecen a una mujer candidata en su campaña. Se partía de la consideración de que, según algunas fuentes sobre el tema, hay varios rasgos o características que el electorado percibe más y que también más valora, o puede hacerlo, de forma positiva en una mujer candidata. Se trata de atributos que poseen en alto grado o aspectos de los cuales se considera carecen: más preocupadas por la gente, más honestas y menos corruptas, más comprensivas, humanas y cooperativas, más preparadas en “temas de mujer”, realizando campañas de ayuda, políticas sociales en educación y salud. También son percibidas como más democráticas y liberales, más emocionales, menos agresivas, conflictivas, con falta de carácter, decisión y competitividad, así como menos relacionadas con las luchas de poder y con el triunfo electoral (Viladot, 1999; Martínez y Salcedo, 1999; Fernández Poncela, 2012).

De hecho, una encuesta reciente de Parametría (2011) señala que 38% de la población del país todavía piensa que las mujeres no pueden ejercer un cargo público porque son muy emocionales, y 36% porque son influenciables. Otra encuesta en Buenos Aires aporta: 30% piensa que se debería enfatizar la inteligencia de la mujer en campaña, 14% la paciencia, 13% rol de madre, 10% decisión, 9% belleza y buen aspecto físico (D’Adamo et al., 2008).

- 3 El nombre de la encuesta es “Mujeres, política y elecciones 2012”. Aquí se realiza un análisis de una parte de la misma, ya que otra parte fue objeto de estudio en otro artículo (Fernández Poncela, 2014). La encuesta contaba con 30 preguntas, algunas de las cuales a su vez se subdividían en apartados.
- 4 Esta encuesta tuvo lugar en agosto y septiembre del 2008 en la ciudad de Buenos Aires, la muestra es de 636 casos de personas mayores de 18 años —51% mujeres y 49% hombres— (D’Adamo et al., 2008). No se trata de una contrastación exhaustiva, ya que esto no es posible, pero sí contemplar los datos de un ejercicio con características similares, ya que, como se dijo, no hay investigación sobre el tema que aquí se aborda.

En este sentido, llama la atención que en general se considera que las y los electores se fijan más en la apariencia física de las mujeres candidatas, en su cuidado y arreglo personal, en su aspecto, maquillaje y vestido; también se dice que las relaciones de parentesco y el estatus familiar, el apoyo de los cónyuges y el abandono o no de sus hijos, son características que el electorado observa (Viladot, 1999; Martínez y Salcedo, 1999).

Ahora, y según nuestro caso de estudio y los resultados de la encuesta, se observan algunas coincidencias y varias discrepancias. Lo interesante es conocer la opinión de primera mano, en voz de la ciudadanía en nuestros días. Así podemos afirmar que las tendencias de la muestra de población consultada en la ciudad de México apunta a que los rasgos que más favorecen a las mujeres candidatas en su campaña son, en primer lugar, su “decisión” (76.5%), y en segundo, su “inteligencia y capacidad” (62.8%). Ya a más distancia se señala su “responsabilidad” (55.5%) y el hecho de “ser trabajadoras” (52.7%) (Cuadro 1).

**Cuadro 1. ¿Qué rasgos o atributos cree que le favorecen a una mujer candidata en su campaña?**

	Hombre		Mujer		Total	
	Sí	No	Sí	No	Sí	No
Inteligencia y capacidad	64	36	61.7	38.3	62.8	37.2
Paciencia	23.3	76.7	24.7	75.3	24	76
Rol de madre	14	86	13	87	13.5	86.5
Decisión	22.3	77.7	24.7	75.3	76.5	23.5
Belleza y buen aspecto físico	22.3	77.7	16.7	83.3	19.5	80.5
Ser trabajadora	48	52	57.3	42.7	52.7	47.3
Responsabilidad	57	43	54	46	55.5	44.5
Consideración por la gente y sensibilidad social	16.3	83.7	17	83	16.7	83.3
Honestidad	37.7	62.3	49.3	50.7	43.5	56.5
Carácter	38.7	61.3	57	43	47.8	52.2
Sentimentalismo	24	76	22.7	77.3	23.3	76.7

Fuente: Encuesta Mujeres, política y elecciones, 2012.

Aquí sorprende la cuestión de “inteligencia y capacidad”, pues desde el estereotipo su atribución genérica se asigna a los hombres, no a las mujeres;<sup>5</sup> también podríamos afirmar algo similar en cuanto a la “decisión”, pues como se dijo con anterioridad otros estudios de percepción apuntan a la consideración de las mujeres con falta de carácter y decisión (Viladot, 1999). Quizás la opinión pública cambia más rápido que la investigación y las creencias académicas.

También llama la atención —y rompen estereotipos—<sup>6</sup> el hecho de que los factores que se piensa que favorecen más a las mujeres candidatas están en los últimos lugares como el “rol de madre” (13.5%), “consideración por la gente y la sensibilidad social” (16.7%) o la “belleza y el buen aspecto físico (16.7%)” (Cuadro 1). Esto contrasta con los señalamientos hechos con anterioridad por diversas fuentes (Martínez y Montaña, 1999; Viladot, 1999).

Ante estos datos conviene elaborar explicaciones. En las investigaciones es importante el tiempo y el espacio, en la nuestra se trata de una encuesta actual y en la ciudad de México. Esto es importante tenerlo en cuenta. Pero hay más, en ocasiones sería bueno cuestionar “el estereotipo del estereotipo” o preguntarnos “¿dónde y en quién está el estereotipo?”. Esto es, en algunos espacios y para algunas cuestiones quizás las percepciones hayan cambiado o lo están haciendo. Mientras que, y para el caso que nos ocupa, ciertos actores/as sociales todavía mantengan su discurso. Se podría aventurar la hipótesis —misma que no estamos en capacidad de probar o refutar en estas páginas— de que la sociedad y la percepción social sobre mujeres candidatas y políticas ya ha cambiado o lo está haciendo, sin embargo, las clases política, periodística y académica todavía mantienen la antigua imagen y viejo discurso sobre los estereotipos de género en la sociedad y su percepción en torno a las mujeres en puestos políticos o candidaturas.

5 De hecho, inteligente y capaz son adjetivos que el sentido común —no el buen sentido— adjudica mayoritariamente a la población masculina.

6 Cuando hablamos de ruptura de estereotipos nos referimos a la creencia de la tendencia como mayoritaria.

Otra pregunta buscaba la opinión pública sobre las dificultades y obstáculos adicionales que se percibía tenían las mujeres candidatas. También es posible observar los apoyos y las ventajas, como algunos estudios señalan (Genovese, 1997; Buvinic y Roza, 2004; Fernández Poncela, 2012).

Volviendo a nuestra investigación y a sus resultados, las percepciones encontradas apuntan al machismo de la sociedad como el principal obstáculo de las mujeres candidatas (65.3%), en segundo lugar el machismo de los hombres (59.5%) y en tercero (51%) los propios miedos e inseguridades. No consideran tan importante como dificultad a salvar a los partidos políticos (29.7%) ni a la falta de formación (28.7%) o a la familia (23%) (Cuadro 2).

**Cuadro 2. ¿Cuáles son las dificultades u obstáculos adicionales para las mujeres candidatas?**

	Hombre		Mujer		Total	
	Sí	No	Sí	No	Sí	No
Machismo de los hombres	58	42	61	39	59.5	40.5
Ideas machistas de la sociedad	59.3	40.7	71.3	28.7	65.3	34.7
Los partidos políticos	27.7	72.3	31.7	68.3	29.7	70.3
La familia	23.3	76.7	22.7	77.3	23	77
Los propios miedos e inseguridades	53.3	46.7	48.7	51.3	51	49
Su falta de formación	32	68	25.3	74.7	28.7	71.3

Fuente: Encuesta Mujeres, política y elecciones, 2012.

Estas percepciones y opiniones contrastan, hay que recordarlo, con algunos estudios sobre el tema que establecen que uno de los mayores problemas de las mujeres políticas son sus propios partidos políticos (Htun, 2001; Buvinic y Roza, 2004).

Esto significa que quizás la mirada especializada sobredimensiona los obstáculos reales a los que las mujeres se enfrentan. Cabe añadir que el machismo estaría, o está, en los partidos y la familia, como en las ideas y en los hombres.

De nuevo la encuesta en Argentina: 23% dijo que la dificultad principal de las candidatas es la falta de seguridad para transmitir sus ideas, 21% la sociedad machista, 20% dejar la familia, 18% falta de carácter (D'Adamo et al., 2008).

Otro asunto a tratar son los temas y valores que la ciudadanía cree que las mujeres candidatas incluyen más en los mensajes de su campaña. Algunos de ellos ya fueron esbozados con anterioridad —investigaciones existentes—, por lo que pasamos directamente a la información que nos facilita la muestra de población encuestada. El cambio (63.5%) es el tema más incluido en los mensajes de campaña, según las personas consultadas. En segundo lugar, aunque prácticamente con el mismo porcentaje, está la educación y la salud (Cuadro 3). Este último tema concuerda, según otras fuentes, con las percepciones del electorado sobre los temas más abordados o que más resaltan las mujeres en campaña o que más percibe la ciudadanía en su seguimiento (Viladot, 1999; Martínez y Salcedo, 1999; Fernández Poncela, 2012).

**Cuadro 3. ¿Cuáles son los temas y valores que usted cree que las mujeres candidatas incluyen más en los mensajes de campaña?**

	Hombre		Mujer		Total	
	Sí	No	Sí	No	Sí	No
El cambio	61.7	38.3	65.3	34.7	63.5	36.5
Igualdad de la mujer	44.7	55.3	54.3	45.7	49.5	50.5
Su moral y sus valores	24	76	24.7	75.3	24.3	75.7
Seguridad pública	48	52	46	54	47	53
La economía del país	37	63	33	67	35	65
Cuidado y compasión por los más necesitados	26.7	73.3	32	68	29.3	70.7
La familia	37	63	46	54	41.5	58.5
Reformas políticas	19.7	80.3	25	75	22.3	77.7
Educación y salud	61	39	65	35	63	37

Fuente: Encuesta Mujeres, política y elecciones, 2012.

A mayor distancia aparece la igualdad de la mujer (49.5%), que también coincide con otras investigaciones mencionadas; la seguridad pública (47%) y la familia (41.5%) (Cuadro 3). La segunda sí coincide, como se dijo, con otras fuentes consultadas y citadas.

Al respecto, en Buenos Aires 53% de la población consultada dijo que las mujeres en campaña hablan de valores y temas similares. En cuanto a los temas y valores que las candidatas son más proclives a incluir en sus mensajes, destaca la integración de la mujer con 27%, 22% la moral, 20% sus valores personales, 14% el cambio y 10% la familia (D'Adamo et al., 2008). En este caso sí se observan diferencias importantes entre ambos ejercicios estadísticos.

También fueron revisadas las críticas a las que se expone una candidata, cuestión apuntada en algunos aspectos ya citados. Aquí nuevamente hay algunas sorpresas, pues se aduce que la crítica a la que más se exponen es la falta de experiencia (74.7%), y a bastante distancia (51.2%) la falta de carácter (Cuadro 4). La primera parece obvia por la escasez, hasta la fecha, de mujeres en campaña. La segunda, también muy reiterada en estudios varios (Viladot, 1999; Martínez y Salcedo, 1999; Fernández Poncela, 2012) que afirman que las mujeres en campaña son percibidas como menos agresivas y como que no luchan por el poder, todo ello en relación directa con la falta de carácter y de decisión.

**Cuadro 4, ¿A qué críticas está más expuesta una candidata mujer?**

	Hombre		Mujer		Total	
	Sí	No	Sí	No	Sí	No
Falta de capacidad	42.7	57.3	36.7	63.3	39.7	60.3
Falta de experiencia	77	23	72.3	27.7	74.7	25.3
Su ideología	28	72	21.3	78.7	24.7	75.3
Su aspecto físico	18.3	81.7	12	88	15.2	84.8
El que abandona a su familia	14	86	12.3	87.7	13.2	86.8
Falta de carácter	51	49	51.3	48.7	51.2	48.8
Estar manejada por los hombres	49.3	50.7	56.7	43.3	53	47

Fuente: Encuesta Mujeres, política y elecciones, 2012.

La encuesta argentina apunta que 23% de la ciudadanía bonaerense piensa que la discriminación de género es la crítica a la que está más expuesta una candidata, 19% al señalamiento del poco conocimiento de la política, 12% falta de capacidad, 10% inexperiencia (D'Adamo et al., 2008).

#### ***IV.- Los estilos de las mujeres políticas***

Pasamos de las candidatas a las mujeres ya en un puesto político y sus estilos de liderazgo, por supuesto, en comparación con los hombres en esos mismos cargos. Hay desde quien opina que ellas son más humanas y cambiarán la política y la humanidad (Fukuyama, 1999), hasta quienes lo niegan o relativizan (Lamas, 2000). Existe quien las defiende y afirma que en un cargo son más cooperativas, consensuales e inclusivas, más accesibles (Viladot, 1999), y quien piensa que son más sensibles a las necesidades y demandas del electorado, más éticas y compasivas, más honestas y menos corruptas (Buvinic y Roza, 2004; Ulloa, 2005). También se afirma que son más prácticas, más abiertas y permisivas, más democráticas, liberales y más de izquierda, que se interesan más en las políticas públicas, los programas sociales, en educación, salud y medio ambiente; están más pendientes de la familia y sus necesidades, y de todos los sujetos sociales discriminados o excluidos,

pobres, migrantes, ancianos, enfermos, discapacitados, desempleados, infantes y también mujeres; son menos agresivas y menos jerárquicas (Norris y Lovendeski, 1995; Norris, 1997; Elizondo, 1997; Genovese, 1997; Lovendeski, 1997; Klausen, 2001; Fernández Poncela, 2012). Algunas cuestiones concuerdan con lo que se percibe de las candidatas.

Se considera que hombres y mujeres en un puesto político suelen tener diferentes estilos de hacer política, que es un debate actual en torno al tema que, añadimos aquí, no conduce a nada, pero que no podemos dejar de mencionar. No obstante, y como expone Genovese (1997), muchas veces son situaciones diferentes que requieren liderazgos diferentes. También son comparables los estilos de liderazgo político con el ejercicio femenino en otros ámbitos como en el laboral y empresarial. En este caso, se afirma que las mujeres poseen características diferentes cuando asumen y ejercen el poder, y en especial hablan de los nuevos liderazgos que tienen que ver con las necesidades gerenciales actuales (Helgsen, 1995; Londen, 1987; Fisher, 2000; Antúnez, 2006; Saravia, 2006). Por otra parte, se hace hincapié en la pervivencia de los estereotipos de género en cuanto al liderazgo, desde que éste se asocia a un hombre hasta cuando lo ejerce una mujer y se le desapruueba desde el prejuicio<sup>7</sup> (Morales y Cuadrado, 2011). En todo caso y según la encuesta, 75% de la muestra señala que sí son diferentes; más mujeres que hombres sostienen dicha posición y también las personas de mayor edad, mientras que entre quienes la niegan hay algo

- 7 “Es un juicio y opinión de carácter negativo aparentemente sin fundamento. Percepciones, creencias y actitudes, creadas y aprendidas sobre imágenes estereotipadas. Cuyo componente principal es evaluativo y emocional, conforme a expectativas. Se trata de una evaluación y valoración negativa y despectiva sin previo conocimiento de una persona perteneciente a un grupo o de todo el grupo como tal. Se tiene una predisposición emocional negativa con base a creencias estereotipadas y atributos negativos. Una suerte de sentimiento hostil que predispone a actitudes negativas y discriminación de personas o grupos estereotipados. Conduce al rechazo culturalmente construido y aprendido y la exclusión social, puede ser sutil o constituir un rechazo manifiesto, claro y directo. Orientan la conducta, tienen un destinatario, su finalidad es provocar efectos sobre quienes recae el prejuicio mismo. En resumen, actitud y/o comportamiento hostil hacia una persona o grupo por el simple hecho de formar parte de determinado colectivo social producto de generalizaciones simplificadas del mundo (Allport, 1968; Casas Castañé, 1999; González, 1999)” (Fernández Poncela, 2011: 319).



más de población masculina (Cuadro 5). Aquí queda clara la opinión de la población entrevistada en la encuesta.

**Cuadro 5. ¿Los hombres y las mujeres en un puesto político tienen diferentes estilos de hacer política?**

	Hombre	Mujer	Total
Sí	71	79	75
No	29	21	25
Total	100	100	100

Fuente: Encuesta Mujeres, política y elecciones, 2012.

Sobre esto, y con objeto de profundizar más sobre el tema, se aplicaron otras interrogantes que desganan el contenido de la opinión vertida en general para comparar el liderazgo de mujeres y hombres en algunos puntos. Además, éstas apuntan de nuevo que ciertos estereotipos no están tan vigentes como se podría pensar. De entrada, hay una tendencia a no considerar a las mujeres más emocionales y comprensivas, o por lo menos no tanto, como la literatura ya citada sí señala.

Esto último es muy notorio cuando a la pregunta directa ¿en qué se diferencia el liderazgo masculino y femenino?, se responde que las mujeres son más honestas (60%) y más emocionales (43.2%) —frente a su negativa: 40% y 56.8%, respectivamente—. El segundo porcentaje sorprende de nuevo, ya que el 40% estima que son más racionales —ante 59.2% que opinan no lo son— (Cuadro 6). Más allá del estereotipo vigente sobre la emocionalidad femenina y la racionalidad masculina, la opinión pública recabada al parecer va por otros derroteros. Como se observa en el cuadro correspondiente de la encuesta, casi el mismo porcentaje las percibe como más emocionales o más racionales, en comparación con los hombres en puestos políticos. Por otra parte, sí son menos corruptas, menos agresivas —sólo 12% las califica de más corruptas y 6.8% de más agresivas—, y más honestas —como se dijo—, sin embargo, no dejan de sorprender las otras respuestas obtenidas.

**Cuadro 6. ¿En qué se diferencia el liderazgo político de una mujer con respecto al hombre? Las mujeres son más...**

	Hombre		Mujer		Total %	
	Sí	No	Sí	No	Sí	No
Racionales	35	64.3	46	54	40	59.2
Emocionales	41.3	58.7	45	55	43.2	56.8
Agresivas	7.7	92.3	6	94	6.8	93.2
Comprensivas	32	68	34.3	65.7	33.2	66.8
Honestas	55.3	44.7	64.7	35.3	60	40
Corruptas	13.3	86.7	10.7	89.3	12	88

Fuente: Encuesta Mujeres, política y elecciones, 2012.

Según la encuesta de Buenos Aires, 33% opina que las mujeres líderes son más cuidadosas con su familia en comparación con los hombres, 17% dependientes de otros, 12% preocupadas por la sociedad, 11% detallistas, 8% más idealistas, etcétera. En este ejercicio también se preguntó en qué eran diferentes, carentes, en relación con los hombres: 33% menos apoyadas por los hombres, 23% menos decididas, 17% menos capaces, 9% menos mentirosas (D'Adamo et al., 2008).

Finalmente, se pregunta ¿cuáles son los temas a los que las mujeres en puestos políticos otorgan más importancia? De nuevo y como se atribuía a las mujeres en campaña, dan prioridad a la seguridad pública (62%), la educación (66%) y la salud (63%) (Cuadro 7). En esto, parece que hay total acuerdo, en la comparación entre preocupaciones y mensajes de políticas y candidatas, y con relación a la investigación existente en la materia.

**Cuadro 7. ¿Las mujeres en un puesto político a qué temas cree que dan más importancia?**

	Hombres		Mujeres		Total %	
	Sí	No	Sí	No	Sí	No
Temas de economía	38	62	25.7	74.3	31.8	68.2
Seguridad pública	66.7	33.3	58	42	62.3	37.7
Educación	64	36	68	32	66	34
Salud	58.3	41.7	67.7	32.3	63	37
Política	22.7	77.3	17.7	82.3	20.2	79.8
Cultura	37.2	67.3	39.7	60.3	36.2	63.8

Fuente: Encuesta Mujeres, política y elecciones, 2012.

### ***V.-Consideraciones finales***

El estereotipo de género que pesaba sobre cualquier mujer que quisiera dedicarse a la política ha evolucionado. Lo que hace una década se percibía como una serie de trabas, hoy puede considerarse una llave para acceder a los cargos más altos, siempre y cuando se utilice con una estrategia debidamente diseñada (López-Hermida, 2007: 1).

Esta es una revisión en torno a las candidatas y las mujeres en un cargo político desde las percepciones y opiniones de la ciudadanía, a través de una muestra de población en el año 2012 en la ciudad de México. Se han resumido algunas fuentes al respecto y se han aportado los propios hallazgos con la presentación de tendencias de opinión en los cuadros correspondientes. La importancia radica en que es una investigación actual en México y se recoge la voz de la población consultada, misma que parece más alejada y ajena a los prejuicios y estereotipos que otras reflexiones e interpretaciones recogen.

Es preciso remarcar algunas cuestiones, tales como la capacidad de una mujer candidata junto a su poder de decisión como algo que se cree favorable en su campaña, pero no se consideran importantes su rol materno, belleza y aspecto físico o cercanía con la gente. Todo

ello en contra de los manuales de campaña y opinión de estudios en la materia (Fernández Poncela, 2012).

En cuanto a obstáculos de las candidatas, se cree que son el machismo social y el de los hombres, muy por encima de los partidos y la familia; si bien el papel de estos dos factores, especialmente el primero, sobresale en la literatura experta sobre este asunto.

Respecto de los temas y valores que perciben más en sus mensajes de campaña son: el cambio, la salud y la educación, por encima de otros como los valores o el cuidado de las personas más necesitadas, incluso la familia. Cuestiones éstas que de nuevo fueron subrayadas por asesores y por académicos (Fernández Poncela, 2012).

Con relación a las críticas a las que las candidatas aparecen expuestas, también sorprenden las respuestas por romper mitos y estereotipos que aparecen en la literatura sobre el tema, ya que los datos arrojan la falta de experiencia en primer lugar y la carencia de carácter en segundo, lo cual es hasta ahí previsible. Sin embargo, lo que ya no lo es tanto es el hecho de que la mayoría de la población consultada no considera las críticas en cuanto a su aspecto físico o el de que su actividad pública redunde en un abandono de la familia. Asimismo, no las consideran con falta de capacidad, si bien antes señalamos que sí les falta experiencia, por lo que se podría pensar que a pesar de la poca experiencia esto no redundaría negativamente.

Sobre los estilos de hombres y mujeres en el espacio de la política y a la hora de su ejercicio, la mayoría considera que sí hay diferencias, coincidiendo con otros estudios. Pero a la hora de señalarlas al parecer no son tantas ni tan destacadas, si bien sí se las considera más honestas que los hombres y se las juzga más emocionales, en este punto no más que los hombres, a la par que son también racionales aunque algo menos que ellos. Esto invita a la reflexión en cuanto al contraste sobre las percepciones ciudadanas, las creencias académicas y los discursos políticos.

En fin, coincidencias y divergencias, así percibe la muestra a candidatas y políticas, y así afirman periodistas e investigadoras/es que la gente las cataloga.

Por supuesto, aquí no se cierra la polémica, más bien se invita no sólo a que siga abierta, sino a intentar una nueva perspectiva desde la investigación social que nos haga mirarnos en esa acción y preguntarnos ¿dónde están los estereotipos?, ¿quién crea, posee, reproduce o rompe estereotipos? Y también se invita a no ver a los estereotipos siempre y en todo momento como algo negativo, ya que tienen su función en la economía mental de la percepción, en ocasiones responden a la realidad social, y no siempre son negativos, pero es ese un asunto que desborda los objetivos de este texto.

Hoy es posible hablar de las dificultades y límites que se reiteran en candidatas y políticas en un puesto, pero se requieren nuevas miradas para llegar a la desmitificación y ruptura de estereotipos y ver las ventajas con relación a cambios estructurales, demográficos, culturales, personales, sociales (Buvinic y Roza 2004) y de opinión pública, como mostramos en estas páginas.

Cada vez hay más mujeres en la escena pública, y si bien muchos son los problemas en el seno de la política y la democracia en México, en el caso que nos ocupa se perciben avances, los cuales, propiciados por legislaciones y acciones, apuntan no sólo a una mayor representación descriptiva —cantidad— de las mujeres en la política, así como sustantiva —cualitativa—, sino a una mayor sensibilidad y aceptación social, una mejor valoración humana y técnica; en fin, nuevas miradas sociales para las mujeres.

### **Referencias**

- Antúnez de Mayolo, Ana. 2006. El liderazgo femenino ¿es un mito o una realidad? [www.leonismoargentino.com.ar](http://www.leonismoargentino.com.ar). (17 de marzo de 2006).
- Blondet, Cecilia. 1999. Percepción ciudadana sobre la participación política de la mujer. *Documento de trabajo IEP* 98:1-67.
- Buvinic, Mayra y Vivien Roza. 2004. La mujer, la política y el futuro democrático de América Latina. Informe del Banco Interamericano de Desarrollo, Departamento de Desarrollo Sostenible, *Serie de informes técnicos*, WID-108:1-29.

- D'Adamo, Orlando *et al.* 2008. Mujeres candidatas: percepción pública del liderazgo femenino. *Revista de Psicología Social* 23 (1): 91-106.
- Elizondo, Arantxa. 1997. Comportamiento político de las mujeres: evolución y paradojas en la investigación. En *Mujeres en política*, compilado por Edurne Uriarte y Arantxa Elizondo, pp. 33-52. Barcelona: Ariel.
- Fernández Poncela, Anna María. 2011. Prejuicios y estereotipos. *Revista de Antropología Experimental* 11: 317-328.
- 2012. Manuales, medios y modales: campañas, candidatas y cargos. *El Cotidiano* 174: 69-78.
- 2013. Preferencias, discursos y cuotas: mujeres y elecciones 2012. *El Cotidiano*, 71-80.
- 2014. Mujeres candidatas en la mira: percepciones y representaciones ciudadanas. *Revista Mexicana de Sociología* 76 (1): 59-88.
- Fisher, Helen. 2000. *El primer sexo. Las capacidades innatas de las mujeres y cómo están cambiando el mundo*. Madrid: Taurus.
- Fukuyama, Francis. 1999. Las mujeres y la evolución de la política mundial. *Este País* 96: 10-12.
- Genovese, Michael. 1997. Mujeres líderes nacionales ¿Qué sabemos sobre este tema? En *Mujeres líderes en política. Modelos y prospectiva*, compilado por Michael A. Genovese, pp. 277-284. Madrid: Narcea.
- Helgsen, S. 1995. *The female advantage: Women's ways of leadership*. Toronto: Doubleday Currency.
- Htun, Mala N. 2002. Mujeres y poder político en Latinoamérica. Mujeres en el parlamento: más allá de los números. Internacional Institute for Democracy and Electoral Assistance [www.idea.int/publications](http://www.idea.int/publications). (9 de abril de 2009).
- Klausen, Jytte. 2001. ¿La igualdad política de las mujeres cambiará el sistema político? El gender gap en los Estados Unidos. *Historia, antropología y fuentes orales* 25: 67-82.
- Lamas, Marta. 2000. ¿Las mujeres en puestos de liderazgo promueven una agenda de mujer? Ponencia Seminario BID/PROLID Liderazgo de la mujer: teoría y práctica.

- Londen, M. 1987. *Dirección femenina: cómo triunfar en los negocios sin actuar como un hombre*. Hispano Europea: Barcelona.
- Lovenduski, Joni. 1997. Representación política: dinámica de género y partidos. En *Mujeres en política: análisis y práctica*, compilado por Edurne Uriarte y Arantxa Elizondo, pp.114-132. Madrid: Ariel.
- López-Hermida, A. P. 2007. Mujeres al poder: los estereotipos antes desventajas ahora factores de éxito [www.istmoenlinea.com.mx](http://www.istmoenlinea.com.mx). (11 de noviembre de 2009).
- Norris, Pippa y Joni Lovenduski. 1995. *Political Recruitment: Gender, Race and Class in the British Parliament*. Cambridge: University Press.
- Norris, Pippa. 1997. Las mujeres políticas ¿un nuevo estilo de liderazgo? En *Mujeres en política: análisis y práctica*, compilado por Edurne Uriarte y Arantxa Elizondo, pp.76-93. Barcelona: Ariel.
- Martínez Silva, Mario y Roberto Salcedo Aquino. 1999. *Manual de campaña. Teoría y práctica de la persuasión electoral*. México: INEP.
- Morales, J. Francisco e Isabel Cuadrado. 2011. Perspectivas psicológicas sobre la implicación de la mujer en política. *Psicología Política* 42: 29-44.
- Parametría. 2011. Mujeres en la política, el género a la Presidencia [www.parametria.com.mx](http://www.parametria.com.mx). 11 de noviembre de 2011.
- Saravia Matus, Silvia. 2006. Género y liderazgo: perspectivas históricas. El periódico feminista en red [www.mujeresenred.net](http://www.mujeresenred.net). 27 de enero de 2006.
- Ulloa, Javiera. 2005. Hacia un nuevo liderazgo: ¿el femenino? [www.lanacion.cl](http://www.lanacion.cl). 23 de agosto de 2006.
- Viladot i preses, M. Àngels. 1999. *Les dones en política. Obrir camí i resistències al canvi*. Barcelona: Columna.

## Cuadros finales de la muestra

### Sexo y edad en números absolutos

	18-34	35-49	50 y más	
Hombre	100	100	100	300
Mujer	100	100	100	300
Total	200	200	200	600

Fuente: Encuesta Mujeres, política y elecciones, 2012.

### Nivel de ingreso en %

	Alto	Medio	Bajo
Hombre	8	78.3	13.7
Mujer	6	76.7	17.3
Total	7	77.5	15.5

Fuente: Encuesta Mujeres, política y elecciones, 2012.

### Nivel escolar en %

	Sin estudios	Primaria	Secundaria	Bachillerato	Universidad
Hombre	12.3	17.3	27	32.3	11
Mujer	17	16.7	30.7	28	9.7
Total	14.7	17	28.8	30.2	9.3

Fuente: Encuesta Mujeres, política y elecciones, 2012.